Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КОНСТРУИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Сборник научных статей

Серия «Системы и модели: границы интерпретаций»

Томск 2008

ББК 18
К 65

К 65 **Конструирование человека** : Сборник научных статей. – Томск : Издательство Томского государственного педагогического университета, 2008. – 160 с. (Серия «Системы и модели: границы интерпретаций».)

ISBN 978–5–89428–331–9

В сборнике представлены статьи, авторы которых были участниками конференции «Конструирование человека», прошедшей в июне 2008 года в г. Томске. Доклады этих участников вызвали большой резонанс как в ходе самого научного мероприятия, так и при подведении его итогов. Сами статьи составлены из текстов докладов и ответов, которые давали их авторы на поступившие многочисленные вопросы. В представляемом сборнике акцентирована проблема, возникающая при подмене свободно избираемых устремлений личности искусственными форматами целей, тиражируемыми в коммуникационном пространстве. Обсуждаются конкретные исследования в области биоэтики, информационных технологий, культурологии, педагогики и философской антропологии, касающиеся обозначения пределов конструирования человека. Статьи публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия: Р. Г. Апресян, В. А. Дмитриенко, Г. И. Зверева, В. Г. Кузнецов, В. А. Лекторский, В. М. Розин, Б. Г. Юдин

Главный редактор и автор проекта «Системы и модели: границы интерпретаций»: И. В. Мелик-Гайказян

РФФИ Публикуется при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 08-06-00109-а)

ISBN 978–5–89428–331–9

© Издательство ТГПУ, 2008
© Коллектив авторов, 2008
© И. В. Мелик-Гайказян, составитель серии, 2008

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ НА КУЛЬТУРУ (КУЛЬТУР-СЕМИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

В. М. Видгоф, Томск, Россия

Культурологический метод требует осознания культуры как разной изнутри, так и целостной и неделимой самой по себе, имеющей свою неповторимую меру. Мера этой целостности представлена взаимодополнительностью материальных и духовных ценностей, выраженной в языке. Язык культуры – своеобразный симбиоз разного в едином и единого в разном. Мозаика языковых средств культуры свидетельствует не только о том, что многогранность и многофакторность культуры имеет соответствующую разноликость символико-лингвистических форм выразительности, но и в том, что язык культуры как целостности неделим, ибо его мера не сводима ни к совокупным, ни к интегративным, ни к единичным формам, составляющим эту целостность. Мера языка культуры есть системное свойство, схватывающее свою тотальную самоценность. Роль такой меры выполняет метафора. В статье предпринимается попытка оправдания метафоры как системного свойства эмоционально-эстетической рефлексии на культуру.

Поскольку язык культуры выражает духовность (единство сознательного и бессознательного, рационального и эмоционального) человеческого отношения к миру, то для человека культура становится особым информационным пространством, в поле которого он пребывает, в содержании текста которого он ориентируется, им прорастает и им становится. Получается, что параметры мира культуры формируют и развивают культурные качества человека, а человек, становясь культурой, способен не терять себя в ней, но оставаться по отношению к ней и к самому себе интепретирующим и самосозидающим текстом культуры. При такой саморефлективности тексты культуры двуедины в своем основании. Они не столько представлены друг другу как формы овнешвленного сознания и субъективных психических механизмов, способных постигать смыслы, сколько организованы в диалог (полилог), старающийся принять и понять друг друга в сотворчестве «глубинного общения» (термин Г. С. Батищева).

И дело не в общении как таковом (хотя само по себе оно самодостаточно и самоценно), а в его результате. Результатом здесь является возникновение человеческих качеств в культуре и культурных – в человеке, т.е. того, что мы называем *произведением культуры*.

Для современной постнеклассической эстетики подобного рода проблема чрезвычайно актуальна, ибо связана с выявлением эстетических оснований в любой философской рефлексии на культуру. Функциональная структура метафорического языка и мышления в культуре представляет целостное единство мифологического, иконического и инвариантного уровней. Эти уровни находятся в отношении взаимодополнительности и к какой-либо совокупности не редуцируются. Исходным для рождения метафоры является миф. По многим параметрам они родственны и едины, , особенно когда речь идет о чувственно-эмоциональном постижении целостности мирочеловеческих отношений, организованных по принципу развивающейся гармонии [1–2]. Различие обнаруживается в онтологических основаниях. У мифа они природосообразны и потому антропоморфны, у метафоры – культуросообразны и потому эстетичны.

Учитывая это обстоятельство, мы приступаем к рассмотрению некоторых генетических и феноменологических особенностей эстетической эмоциональности, а затем, перейдем к анализу коммуникавно-семиологические аспектов метафорического мышления в культуре.

Развитие человеческого общества не сразу формирует такую эмоцию, какую мы сегодня называем эстетической. От чувственно-конкретного восприятия бытия до приобретения способности созерцать, оценивать плоды своих усилий в уже очеловеченной среде – вот дистанция эволюционного созревания эстетической эмоции. Интересные данные по этому поводу мы находим у академика А. П. Окладникова. На богатейшем археологическом и этнографическом материале А. П. Окладников обосновывает тезис о том, что эстетическое переживание появилось не как продукт отражения якобы существующего в природе еще до человека элемента эстетического (и в этом отношении он справедливо критикует И. Б. Астахова), но как качественный скачок в отражательной деятельности человека, как высокий

уровень социализации индивида, как продукт социального освоения действительности.

Исследуя истоки восприятия цвета, А. П. Окладников утверждает, что цвет как реальное свойство природы многие сотни тысячелетий оставался за пределами первобытного сознания неандертальца. Выделение из всей массы явлений окружающего мира цвета, его осознание были связаны не с особого рода зрительными ощущениями, но прежде всего с небывалой по интенсивности и сложности работой человеческого мозга – ведь человек видит не глазами, а мозгом. Цвет стал воспринимаем благодаря ассоциативному способу мышления, отражающему богатство социального опыта. Мыслить по ассоциации – это приобретенная в освоении мира сугубо социальная способность [3, с. 67]. Обращая на это внимание, Г. В. Плеханов в «Письмах без адреса» подчеркивал, что «ощущения, вызываемые известным сочетанием цветов или формой предметов, даже у первобытных народов ассоциируются с весьма сложными идеями... Многие из таких форм и сочетаний кажутся им красивыми только благодаря ассоциации» [4, с. 10–11].

В психическом отношении ассоциативное мышление представляет собой высокий уровень воображения, его собственно человеческую форму. Известно ведь, что наука не отрицает наличие элементов воображения и у животных, однако работа животного с моделью мира, данной в его воображении, весьма ограничена, да и модель крайне примитивна, ибо в ней проецируется в будущее только то, что было в прошлом, почти не видоизменяется ранее приобретенный опыт [5, с. 20–21].

Человеческий этап воображения, как высший уровень социального отражения, характеризуется активным, творческим началом. Это значит, что воображение предполагает максимальную мысленную переработку и преобразование исходного образного материала, дающего возможность строить будущее иным, чем было прошлое. «Чтобы преобразовывать действительность на практике, – пишет С. Л. Рубинштейн, – нужно уметь преобразовывать ее и мысленно. Эту потребность удовлетворяет воображение» [6, с. 324].

Важнейшую роль в процессе ассоциативного мышления в воображении играет память. Именно она дает исходный образный материал для построения мысленной модели мира. Хотя па-

мять никогда не отражает мир абсолютно точно, вместе с тем она позволяет даже самой «буйной» фантазии сохранять связь с реальностью. Благодаря этому возникает преемственность между старым и новым опытом, обычно проявляющаяся в обнаружении некоторых черт старого опыта в структуре нового, и т.д.

Запечатлевая в себе приобретенный социальный опыт, воображение представляет возможность человеку как бы выйти за рамки конкретно-чувственного взаимодействия с предметом и с этой новой ступеньки оценить плоды своего труда, регулировать свои дальнейшие действия и т.д., т.е. отражать мир сквозь призму известного ему социального опыта. Эта новая ступенька и есть феномен сознания. По этому поводу Л. Фейербах писал: «Сознание в самом строгом смысле имеется лишь там, где субъект способен понять свой род, свою сущность» [7, с. 31]. В гносеологическом отношении такую способность отражения можно назвать интеллектуальным и эмоциональным удвоением. Поясним эту мысль.

Объясняя эффект двойного выражения эмоций, психологи исходят из той несомненной связи, которая существует между эмоциями и фантазией. В частности, Л. С. Выготский, опираясь на данные экспериментальных исследований, показывает способность наших эмоций выражаться в телесной (мимика, пантомимика и т.д.) форме и в форме фантастических представлений и образов, возникающих на единой биологической основе. «Все фантастические и нереальные наши переживания, – пишет Л. С. Выготский, – в сущности протекают на совершенно реальной эмоциональной основе. Таким образом, мы видим, что чувство и фантазия являются *не двумя друг от друга отделенными процессами*, но, в сущности, *одним и тем же процессом*, и мы вправе смотреть на фантазию как на *центральное выражение эмоциональной реакции*» [8, с. 265] (курсив мой. – *В. В.*).

Опираясь на данные психологии, мы приходим к выводу, что эмоциональное и интеллектуальное удвоение есть не что иное, как реализация в формах фантазии той «социальной информации», которая не смогла получить своего выхода на уровне конкретно-чувственного контакта с миром, на уровне эмоционального языка общения как первичной формы объективированного сознания. Речь идет о том, что в процессе социализации человека

возникает такой момент, когда средства материального общения людей, язык их реальной жизни оказались весьма ограниченными и несовершенными для передачи накопившегося опыта. В связи с этим человек посредством воображения выходит за рамки непосредственного мышления в сферу отвлеченных, абстрагированных построений, в сферу фантазий.

Нереализованная в предметно-чувственной сфере эмоция находит выход в форме образного мышления. Отсюда сама эта форма и есть объективированное выражение эмоции. С другой стороны, возникновение эмоциональной реакции на эту мысль есть эмоция высшего порядка, снимающая в себе содержание воображаемой мысли. Не случайно В. Гумбольдт замечает: «Воспламенять воображение с помощью воображения – вот в чем секрет художника» [10, с. 141].

Проследим переход эмоции в мысль и мысли в эмоцию на примере стихотворения В. В. Маяковского «Прозаседавшиеся» [10, с. 22].

Взъяренный,
на заседание
врываюсь лавиной, **а**
дикие проклятья дорогой изрыгая.
И вижу:
Сидят людей половина.
О дьявольщина! **а1**
Где же половина другая?
«Зарезали!
Убили!»
Мечусь, оря.
От страшной картины свихнулся разум…
С волнения не уснешь… **а2**

Знаки **а**, **а1**, **а2** обозначают разные уровни проявления эмоций. Так, **а** – выражение эмоции на уровне конкретно-чувственного контакта с миром; **а1 –** реакция на **а** или ее объективированное выражение в рамках воображения в форме мысли; предметом эмоционального переживания **а2** является **а1**, т.е. предметом эмоции **а2** стало содержание воображаемой мысли.

Объективация эмоции в рамках сознания есть процесс ее интеллектуализации. Результатом этого процесса является мысль как объективированная форма эмоции. Эмоциональная реакция на эту

мысль есть процесс субъективации, т.е. снятия в эмоциональной форме содержания воображаемой мысли. Диалектика объективированной и субъективированной форм эмоционального отражения в рамках воображения есть отображение сознанием реальной диалектики между субъектом и объектом. Это отображение и есть качественно иное, вторичное проявление как эмоции, так и интеллекта.

Если в реальном взаимодействии с действительностью предметом эмоционального и интеллектуального отражения являлась сама жизненная реальность, то в воображении предметом отражения выступает мысль об этой реальности или эмоциональное отражение и отношение к этой мысли. Важно лишь отметить интенциональный характер эмоциональной деятельности сознания. «Сознавать – значит «иметь в виду», «мнить», «интендировать» что-то, но сознавать что-то не значит просто иметь это что-то в сознании» [11, с. 65]. Интендировать – значит иметь дело не с эмпирически-вещественной природой предмета, а со смысловой структурой, которую образует само сознание. «Интенциональное переживание идентично предмету, но сам предмет при этом берется «умно», т.е. в эйдосе, непреходяще и неуничтожимо; в этом отношении интенциональное переживание, скажем, «Сикстинской мадонны», более реально, чем само полотно, реальность которого предоставлена на милость случая» [11, с. 65].

Существенной чертой интенциональных переживаний является не только их направленность на объект, но и полная нейтральность к его онтологической характеристике [11, с. 66]. Благодаря тому, что социальная эмоция входит в структуру социального общения как целостную систему, эмоциональный язык становится достоянием каждого общественного индивида и в то же время, существуя независимо от него как объект, как общественная ценность, выступает, наряду со словом, мощным регулятором человеческой деятельности.

***

В практической деятельности человек не только объективирует свои эмоции в языке, но и во всех проявлениях своей жизнедеятельности. В динамическом (историческом) плане такое единство просматривается на разных уровнях.

Первый уровень этого синтеза носит стихийно-тотальный характер, где господствует по выражению В.П. Зинченко и М.К. Мамардашвили, «живая субъективность» [12], т.е. такая субъективность, где человек не фиксирует свою полную выделенность из мира, где он тождественен с ним, где деятельность его синкретична, сознание – мифологично, а язык общения носит «инкорпорированный», как замечает А. Ф. Лосев, характер [12, с. 313], т.е. субъект здесь еще безличен, выступает в виде слепой силы, не осознающей предметность своей активности.

Миф здесь не обнаруживается в рефлексивной логике, хотя он и оперирует, казалось бы, вербальными символами. Терминологический аппарат этих символов существует только для того, чтобы выразить содержательность мироощущений человека и его размышлений по поводу своей укорененности в мире и мира в себе. Рефлексия мифа организованна по принципу «все во всем». В силу этого – она одномоментно экзистенциально-конкретна и предельно абстрактна, она не объясняет явлений, не теоретизирует над ними, но выступает формой онтологически переживаемого «вымысла-смысла», всегда воспринимаемого как событие реальной действительности. Восприятие это всегда многогранно и динамично. Оно осуществляется на уровне сопричастности, вчувствования эмоциональной созерцательности и одновременного ощущения нерасчлененности (сплошности) с миром природы и космоса. Миф, выражаясь словами Хосе Ортеги-и-Гассета, лишь ощущает тепло солнца, но солнца самого не видит. Мир мифа и его языка, по образному высказыванию Умберто Эко, – это «спектакль, действие которого разворачивается за спиной зрителя, и в котором человек выступает в роли послушного исполнителя, жертвы неких комбинаций, упраздняющих его как самостоятельное лицо» [14, с. 384]. Отсюда содержание мифа воспринимается человеком как чудо. Таинственность, неопределенность и одновременно глубина мифологического мышления исторически оправдана и вместе с тем, всегда актуальна, ибо без мифического мироощущения человек теряет меру своей целостной ориентации в мире.

Второй уровень зафиксирован в номинативном строе языка [13, с. 339], который нашел свое выражение в двух типах мышления в культуре – иконическом и инвариантном. Оба эти уровни

отличаются от мифа гностической диспозицией. Если в мифе нет различений между знаком и денотатом, то иконический и инвариантный типы мышления требуют этого. Здесь происходит дистанцирование субъекта от объекта, разделение функций мыследеятельности на две подфункции, где доминируют разные формы духовного противопоставления, а точнее сказать, элиминирования из предметного, где оппозиция субъекта и объекта в одном случае элементарна, идеографична, а в другом – крайне абстрактна, инвариантна (что получило абсолютизацию в рационалистической философии) вплоть до полного забвения того, что их противоречия развертываются в рамках природно-социальной целостности. Однако эти различения требуют дополнительной конкретизации.

На уровне идеографического (иконического) мышления степень условности знака – «безусловна», поскольку его семантика увязана с копированием внешних форм денотата. Наглядность изображения в тексте внешних признаков денотата настолько узнаваема, что язык такого мышления признается «языком фактов самой жизни». Иконический знак пишет жизнь по принципу мимезиса. Наиболее ярким представителем подобного знака может стать фотография. Если несколько резюмировать, то можно заметить, что иконическому (идеографическому) знаку присущи признаки: наглядность, – по форме представленности знака сознанию; чувственная предметность,- по способу его восприятия; изобразительность внешних форм денотата, – по коммуникативной функции, сообщение элементарных сведений и первичных знаний, – по характеру информации. В целом, иконический знак выполняет функцию исходного, сигнального и примитивного уровня рационально-рефлексивного мышления человека. Он зараждается в первобытном и детском сознании: «...Языки низших обществ всегда выражают представления о предметах и действиях в том точно виде, в каком предметы и действия представляются нашим глазам и ушам», – пишет известный этнограф Леви-Брюль. И далее он отмечает: Общая тенденция этих языков в отличие от мифа «заключается в том, чтобы описывать не впечатление, полученное воспринимающим субъектом, а форму, очертание, положение, движение, образ действия объектов в пространстве, одним словом, то, что может быть воспринято и

нарисовано» [15, с. 104]. Писать жизнь по принципу «как в жизни» – вот главное требование иконического мышления.

Правда, нередки случаи, когда поиски похожести сводятся к мифической идентификации мышления, где теряется грань между предметом и знаком, его изображающим, где знак воспринимается и переживается как сам предмет. Все верования, особенно магического характера, на этом основаны. Другой крайностью иконического мышления является натурализм. При нем предмет или его реальные фрагменты теряют свою денатотивную функцию, демонстрируюя свою оголенность, т.е. свободу от какой-либо знаковой зависимости. Часто подобного рода натурализация обнаруживается и в контексте знаковых структур, когда знак превращается в аллюзийный Абсолют, аппелируя к вере религиозного толка. Итак, иконический знак – это символ первичных значений, претендующих на одномерную и буквальную копию денотата.

В отличие от иконического инвариантный знак не претендует на какое-либо сходство с денотатом. Это знак, где уровень семантической условности достаточно высок. Здесь через иконически данный текст важно выявить подтекст, т.е. скрытый смысл, характеризующий сущностные признаки денотата. Инвариантный знак раскрывает свою семантику через процедуру интерпретации. Интерпретация – это такая «...работа мышления, – пишет П. Рикер – которая состоит в расшифровке смысла, спрятанного в очевидном смысле, в раскрытии уровней значения, заключенных в буквальном значении...» [16, с. 315]. Главная особенность этого знака состоит в том, чтобы скрытые в нем смыслы и значения интерпретировались людьми одинаково, т.е. инвариантно. Если иконическое мышление – это мышление в формах самой жизни, то инвариантное мышление – это язык сущностей, науки, голых схем, формул, всевозможных нормативов и канонических принципов. Основная забота инвариантного мышления состоит в том, чтобы ранее добытые знания и опыт всегда работали в настоящем времени, чтобы истина превращалась в правду жизни, как в свой аксиологический вариант, а логика – в ее ритм и смысл. Мир инвариантных символов многолик. Это социальные, правовые, политические, религиозные, экономические и т.п. идеи (смыслы), выраженные в соответствующей символической форме. Пример

тому: буквенные, математические, нотные, денежные, нумизматические, обрядовые, рекламные, религиозные, юридические, военные и т.п. символы-знаки.

Однозначность толкования скрытых смыслов в инвариантных знаках говорит о том, что эти символы относятся к разряду явных и очевидных, ибо их содержательность достигается посредством объектного, понятийно-логического мышления. Нередки случаи, когда поиски скрытых смыслов в инвариантном символе оборачиваются игрой в чистую символику, где денотативная связь утрачивается, где абсолютизируется жизнь самого символа, который обретает чисто «логический» смысл. Такое направление в культуре получило название «символизм». Вот как писал Вяч. Иванов о толковании символа в русском символизме: «Символ только тогда истинный символ, когда он неисчерпаем и беспределен в своем значении, когда он изрекает на своем сокровенном (иератическом и магическом) языке намека и внушения нечто неизгладимое, неадекватное внешнему слову. Он многолик, многосмыслен и всегда темен в последней глубине» (цит. по [17, с. 68]).

Сила инвариантного мышления в культуре состоит в том, что оно создает алгоритм движению жизни, обнажает ее логику, каркас и сущностные параметры, демонстрирует незыблемость принципов и традиций, превращая их в технологичность образцов и нормативную тиражированность. Слабость – в механистичности нормативов и в их неспособности жить по законам творчества и развивающейся гармонии. Последнее становится доступным только в метафоре.

Метафорический тип мышления в культуре осуществляет поворот к единым основаниям мифа. Но это не реанимация слепой синкретики мифа, но разумная организация целостности мирочеловеческих отношений по законам гармонии мер природы и человека, т.е. по законам красоты.

В отличие от мифологического, иконического, инвариантно-логического символов, метафорические символы принадлежат к неявным и тайным. Это – знаки предельного уровня условности, скрытый смысл которых, во-первых, неоднозначен и вариативен; во-вторых, не столько познаваем и узнаваем, как у инвариантных знаков, сколько креативен, т.е. творчески репродуцирован воображением воспринимающего субъекта.

Метафорический язык – это язык, на котором разговаривает в культуре искусство. А язык искусства представлен в коммуникативном пространстве культурного мышления своеобразном кодом, моделирующим эстетическую эмоциональность жизни человеческого духа и сознания. В метафоре сталкиваются и органически прорастают друг в друга разные символы – смыслы. Органический синтез этих символов – смыслов, порождает специфический смысл метафоры как таковой. Именно здесь метафора может квалифицироваться как системное свойство эмоционально-эстетической рефлексии на культуру. И в этом случае она действительно она представлена как «действие ума, с чьей помощью постигаем то, что не под силу понятиям» [19, с. 207]. Поэтому в инвариантно-логическом аспекте семантика метафоры всегда парадоксальна, в иконическом – абсурдна, в вариативно-эстетическом – многозначна. Но для постижения искомого в себе единого смысла, метафора требует игры индивидуального воображения, построения с его помощью различных ассоциаций и интерпретаций. Искомый же смысл в метафоре обнаруживается в форме определенной эффемерности и недосказанности. Так, автор художественного текста оставляет зрителю, читателю, слушателю возможность самостоятельно постигать эстетический смысл метафоры через соучастие в ее конструировании, приглашая его как бы к сотворчеству. В этом случае метафора – репрезентирует себя произведением искусства, коллективно рожденным и индивидуально интерпретируемом в сотворчестве с другими субъектами художественного творчества.

По этому поводу Е. Замятин замечает следующее: «...ни одной второстепенной детали, ни одной лишней черты, только – суть, экстрат, синтез, открывающийся глазу в сотую долю секунды, когда собраны в фокус, спрессованы, заострены все чувства... Сегодняшний читатель и зритель сумеет договорить картину, дорисовать слова и им самим договоренное будет врезано в него неизмеримо прочнее, врастет в него органически. Так, синтетизм открывает путь к совместному творчеству художника – и читателя или зрителя» [20, с. 251].

Обратим внимание на эту особенность метафоры более конкретно.

Если иконический знак дает субъекту образ-копию денотативных качеств, не задевая субъективность самого воспринимающего, его сокровенного Я, то для него это знание объектно; так же объектным по своим семантическим признакам остается и инвариантный знак, поскольку обретаемый в нем смысл однозначен и нейтрален к субъективному интересу. Что касается метафорического знака, то по своей семантике он объектно-субъектно-субъективен. Объектен, потому что первичную информацию он добывает сквозь «кожу» иконической и инвариантной данности, субъектно-субъективен, поскольку выстраивает к этой данности свое индивидуальное отношение. Здесь и происходит трансформация гностической позиции в синтетическую, ибо инвариантный смысл, обретаемый гностически, обрастает аксиологическим субъективно-личностным «окрасом». Т.е. воспринимающий видит (слышит) не то, что ему задано по конвенциальным меркам, но то, что он хочет видеть (слышать), привнося в объектно данный смысл неповторимые черты своей индивидуальности. На этом этапе метафорического мышления и происходит не просто мутация объектного и субъектного, но рождение нового, гармонически целостного смысла, по природе своей эстетического. Эстетического, поскольку, этот смысл воспринимается их системным свойством, демонстрируя свою сопричастность к ним и одновременно нейтральность. Сопричастность – поскольку отношение воспринимающего к метафорическому смыслу далеко не безразлично, ибо он сам его творил. Нейтральность же – поскольку отношение к тому, что он творил – всегда бескорыстно. Казалось бы, возникновение эстетического смысла в метафорическом знаке обнажает ситуацию исчезновения вообще какой-либо знаковости и символичности, ибо налицо элиминация в нем субъектно-объектной диспозиции и переход в чистую, как бы нейтральную ко всему и к самому себе онтологию. Однако не все здесь так просто. Образование новой гармонически целостной по своей семантике феноменологической реальности, во-первых, должно быть обнаружено опять-таки разумом субъектом и, во-вторых, выстроено с его стороны определенное отношение к ней. Способность субъекта полностью не растворяться в объекте, но сохранять по отношению к нему эмоционально-рационально-рефлективную позицию и есть позиция эстетическая, которая, в

свою очередь, способна объективироваться в язык метафорического мышления.

Приведем, в качестве примера стихотворение А. Ф. Лосева, который в яркой метафорической форме, демонстрирует всю силу человеческой эмоциональности, нашедшей свою выразительность в художественном мышлении.

Ум не рассудок, не скелет
Сознанья духа и природы.
Ум – средоточие свободы,
Сердечных таинств ясный свет.
Ум – жизни чистой кругозор
И славы луч неизреченной,
И лик любви, в нас сокровенный,
Её осмысленный узор.
Ум – тонкость светлой тишины,
Бытийно – творная нервозность,
Он – смысловая виртуозность,
Безмолвий чистой Глубины.
Ум – вечно-юная весна.
Он – утро юных откровений,
Игра бессменных удивлений.
Ум не стареет никогда [21] .

Завершая статью, сделаем несколько дополнительных штрихов, углубляющих наше представление о специфике эстетического в метафорическом мышлении.

Известно, что ключевой ценностью в эстетическом отношении выступает красота. Однако жизнь красоты, как и самого эстетического отношения, достаточно сложна. Все эстетические категории пытаются измерить эту сложность, не нарушая изнутри денотативные признаки самой эстетической меры. Когда я березу, скажем, называю красавицей, то для меня береза превращается в эстетический символ, смысл которого говорит о том, что я посредством слова рефлектирую целостность всех значений березы в моей жизни. Эмоционально в этом образе схватывается ощущение того, что береза – это Я, а Я – это береза. Наподобие китайской мудрости, которая гласит: «Чтобы нарисовать дерево, надо стать деревом.» Все это происходит потому, что береза в реальной жизни дает мне кислород, пищу, строительный материал, тепло, одежду, ощущение Родины и т.п. Прорастая этими качест-

вами, мое Я эмоционально постигает свою сопричастность и укорененность с миром природы. Переживание красоты здесь целостно и не поддается грубости аналитического дискурса. Если я задам вопрос: «Почему я люблю?», или «За что мне нравится береза?», то в нем я выпадаю из онтологической ситуации и впадаю в гносеологическую. Поверяя «алгеброй гармонию», я теряю сам предмет любви и красоты, ибо дистанцируюсь по отношению к ней. Возьмем другой пример. Однажды молодой человек, объясняясь в своих чувствах к девушке, сказал ей о том, что он ее любит, что она ему нравится, что она ему нужна и без нее он не мыслит своего существования. Девушка, выслушав это признание, выдержав некоторую паузу, спросила: «Я что-то не пойму. Ты меня любишь или я тебе нужна? Если любишь, то за что? А если нужна, – то зачем?» Эти вопросы поставили парня в тупик, ибо начав перечислять качества своей возлюбленной, он вдруг понял, что теряет к ней всякое эстетическое отношение, ибо превращает ее в объект познания. Оказывается, любить и переживать красоту – значит онтологически находиться в этом состоянии, а не превращать его в объект познавательного интереса.

Но поскольку природа человека парадоксальна в силу своей проблематичности, то вся активность его направлена на расчленение гармонической целостности мира, частью которого он является. Однако созидание искусственного мира культуры позволяет человеку расчлененное вновь синтезировать в эстетическое целое. Значит, своим существованием человек призван, разрушая естественный мир гармонии, созидать ее вновь в форме культуры. Эту деятельность он и называет эстетической. Творение мира по законам красоты требует от человека умения не только видеть и переживать красоту, но и знать: «что такое красота» и «как обустроить свою жизнь по ее законам». Для этого нужна эстетическая наука, практика эстетического освоения мира, эстетическое общение и, наконец, искусство.

Само же искусство как эстетический знак (язык) представляет собой объективированную модель эстетической эмоциональности человеческого сознания. Конструирование этой модели и использование ее в качестве языка в системе эстетического общения представляет собой специфический вид профессиональной деятельности – деятельности художественной. Задача художествен-

ной деятельности, как профессиональной состоит в том, чтобы научиться *эстетически* моделировать семиотико-семантическую структуру эстетической эмоции. То есть речь идет о том, чтобы посредством применения специфических художественно-выразительных средств оживлять метафорический смысл эстетических эмоций.

Таким образом, метафорическая структура эстетического мышления в реальной жизни и в жизни искусства фактически однотипны. Различие состоит лишь в том, что в реальной жизни метафорические смыслы конструируются эстетическим сознанием интуитивно, мгновенно, спонтанно, эмоционально. В художественной практике конструирование метафорических моделей эстетической эмоциональности опирается на специфику художественно-профессиональной деятельности, детерминированной особым типом профессионально-художественного мышления, пользующимся, как правило, языком специфически организованных иконических или инвариантных символов. Но пользование последними всегда освящено стратегическим смыслом эстетического назначения искусства культуре. Так, например, в «департаменте» художественной культуры наличествуют своя система образования и профессионального общения, своя наука и индустрия, свой инструментарий и аксиологическая технология и т.д. Пожалуй, все средства человеческой жизнедеятельности обретают свою эстетическую значимость через соприкосновение с искусством. Но это не означает, что все есть искусство. Самодостаточность и самоценность того, что мы называем искусством, имеют свои границы. Они начинаются там, где утилитарно, прикладные функции искусства превращаются из средствиальных в целевые и эстетически автономные. Это случается тогда, когда мы погружаемся в воображаемый мир художественно-эстетического мышления и выстраиваем к нему свое эстетическое отношение. Затем, обогатившись магией эмоционально-эстетического опыта в искусстве, выходим в реальную жизнь духовно более очеловеченными, для более глубокого очеловечивания самой жизни.

В заключение отметим, что отличие от инвариантно-символического и иконического знака принцип художественно-эстетического (метафорического) языка – не «как в жизни», а

«как жизнь»... А «как жизнь»? Чтобы ответить на этот вопрос, надо, по меньшей мере, знать, «как в жизни». Поэтому искусство как эстетический объект, взятый в своей самоценности и самодостаточности, начинается с преодоления своей утилитарно-прикладной значимости. Преодоление это идет посредством снятия, удержания в своем содержании богатого смысла и опыта, который накопило искусство будучи прикладным. Перед сознанием воспринимающего субъекта искусства возникает сложная задача: распечатать код метафорического языка, выявить его, эмоционально-эстетическую семантику. Вот как Е. Замятин описывает этапы становления метафорического мышления: «Реализм видел мир простым глазом (т.е. иконическим. – *В.В.*), символизму мелькнул сквозь поверхность мира скелет – и символизм отвернулся от мира. Это тезис и антитезис; синтез (т.е. метафорическое мышление - *В. В.*) подошел к миру со сложным набором стекол, и ему открываются гротескные, странные множества миров...» (цит. по [20, с. 250]). Хотя само высказывание дано в метафорической форме и вызывает бурю ассоциаций, но от этого оно не упрощает, а углубляет основную идею. Идею в том, что метафора, по сути дела, выступает системным свойством эмоцинально-эстетической рефлексии на культуру.

Мышление посредством метафор, хотя и уводит нас в мир аллюзий, но лишь с одной целью – дать почувствовать прелесть жизни во всей ее полноте и противоречивой цельности, к чему не способн примитив иконического и логическая ограниченность инвариантного мышления. Важно лишь понять, что художественно-метафорическое мышление выражает правду жизни не сциентистски, но эмоционально-эстетически, что прекрасно выразил Л. С. Выготский, размышляя об отношении искусства к жизни: «Искусство относится к жизни, как вино к винограду» [8, с. 308–309]...

В заключение статьи можно резюмировать следующее.

1. Культура – это язык, который создали люди по образу и подобию своего отношения к миру для общения между собой.

2. Структура универсальных типов языка культуры в основе своей целостна – это язык мифических впечатлений и магически – ритуальной духовности, язык «механических» копий, и логических структур и, наконец, язык эстетических эмоций и метафори-

ческого мышления культуре. Эти языки находятся по отношению друг к другу в отношении взаимодополнительности, обнаруживая свою спецификацию лишь доминантно.

3. Все они важны в нашем культурном становлении и развитии и всеми ими необходимо владеть с достаточной долей совершенства.

4. В современной практике культурного становления личности еще много перекосов в сторону абсолютизации языка объектного, технократического мышления. Вместе с тем идут небезуспешные поиски перестройки системы непрерывного образования и воспитания людей в русло формирования целостной, гармонически развитой языковой культуры личности.

Литература

1. Видгоф, В. М. Целостность эстетического сознания как предмет философского исследования : дис. … д-ра филос. наук. – Екатеринбург, 1993.
2. Сагатовский, В. Н. Философия развивающейся гармонии (философские основы мировоззрения): Авт. курс : в 3-х ч. / В. Н. Сагатовский. – СПб. : Санкт-Петербургский ун-т, 1997; 1999.
3. Окладников, А. П. Утро искусства / А. П. Окладников. – М., 1958.
4. Плеханов, Г. В. Литература и эстетика / Г. В. Плеханов. М., 1958
5. Беркинблит, М. Фантазия и реальность / М. Беркинблит, А. Петровский. – М., 1968.
6. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – М., 1946.
7. Фейербах, Л. Избранные философские произведения / Л. Ф. Фейербах. – М., 1956. – Т. 2.
8. Выготский, Л. С. Психология искусства. – М., 1968.
9. Гумбольдт, В. О поэме Гете «Герман и Доротея» / В. О. Гумбольдт // История эстетики: Памятники мировой эстетической мысли: в 5 т. – М., 1967. – Т. 3.
10. Маяковский, В. В. Собр. соч.: в 12 т. / В. В. Маяковский. – М.: Правда, 1978. – Т. 2.
11. Свасьян, К. А. Феноменологическое познание / К. А. Свасьян. – Ереван, 1987.
12. Зинченко, В.П. Проблема объективного метода в психологии / В. П. Зинченко, М. К. Мамардашвили // Вопросы философии. – 1977. – № 7.
13. Лосев, А. Ф. Знак, символ, миф / А. Ф. Лосев // Труды по языкознанию. – М., 1981.
14. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб : Симпозиум, 2004.
15. Леви-Брюль, Л. Первобытное мышление / Л. Леви-Брюль. – М., 1930. – 485 с.
16. Рикер, П. Существование и герменевтика / П. Рикер // Феномен человека: антология. – М.: Высшая школа, 1993. – 384 с.
17. Якобсон, А. Конец трагедии / А. Якобсон. – Вильнюс; М.: Весть, 1922. – 195 с.
18. Леонтьев, А. Н. Потребности, мотивы и эмоции / А. Н. Леонтьев. – М. : МГУ, 1971.
19. Ортега-и-Гассет, Х. Эстетика. Философия культуры / Х. Ортега-и-Гассет. М. :
20. Анненков, Ю. Дневник моих встреч / Ю. Анненков. – Л. : Искусство, 1991. – Т. 1. – 342 с.
21. Тахо-Годи, А. А. А. Ф. Лосев – философ и писатель / А. А. Тахо-Годи, Е. А. Тахо-Годи, В. П. Троицкий. – М. : Наука, 2003 .

ОБРАЗ МЕЧА: ПРЕДМЕТНОСТЬ И СИМВОЛИКА В СОВРЕМЕННОСТИ[1]

М. С. Горбулёва, Томск, Россия

Фехтование увлекательнее
игры на бильярде.

Балтазар Фишер

Изображения меча, меч в качестве предмета, а также его символика активно использовались людьми на протяжении истории для транслирования информации на различных уровнях взаимодействия.

В качестве примера можно привести и этикет обращения с мечом, и геральдическую символику – эмблемы, символические рисунки и девизы, использовавшиеся в геральдике[2]. Холодное оружие, характерное для периода античности и, особенно для средневековья (XII–XV вв.), получило свое наибольшее распространение и развитие форм в странах Европы как раз в период создания геральдики (XI–XIII вв.). Меч как основное оружие рыцаря рано стал символом военного верховенства, военного руководства, символом военачалия. Именно в этом качестве меч вошел уже в XIII–XIV вв. у большинства европейских государств в число регалий (в России – с середины XVII в.), государственных атрибутов власти, символизируя верховное военное главенство монархов и как вариант – защиту или справедливость [1, с. 10–19] (см. рис. 1–6).

В государственной символике меч обладает значением символа милитаризма, поэтому в современности трудно найти меч в государственных гербах, так как любая страна избегает прокламировать свой милитаризм как государственную политику. Во многих государствах меч исчез с герба после революций либо после принятия новых конституций.

Военный меч, в отличие от меча правосудия, изображается повернутым острием вверх, а не вниз, за исключением тех случаев, когда меч употреблен в память павших или в память военных

[1] Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 08-06-00109.

[2] Геральдика – искусство и система использования геральдических символов, которые наследуются по мужской линии и выступают чем-то вроде отчества.

подвигов, но и тогда военный меч, повернутый по диагонали, легко отличим от юридического, чей его клинок обращен прямо вниз [2, с. 214–216].

Обычный образ европейского меча – прямизна, мужество, отвага. В противоположность ему кривой меч Востока часто символизирует женственность, полумесяц [3].

Рис. 1. Герб Лондона

Рис. 2. Герб воздушно-десантных войск РФ

Рис. 3. Герб 115 отдельного пограничного отряда Группы погранвойск ФПС России в республике Таджикистан (проект). 1997 г.

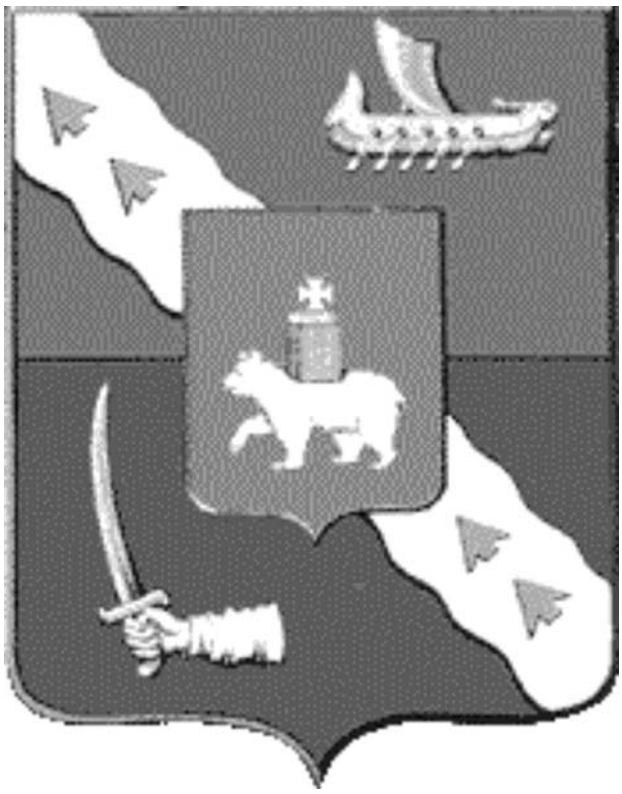

Рис. 4. Герб Прикамского отдельного казачьего округа.
Автор - Ю.К.Николаев

Рис. 5. Герб Царя астраханского, 1626 г.

Рис. 6. Герб Киева

Обнаженный меч – это, чаще всего, открытый замысел, готовность к бою, войне. В древности меч, направленный острием вперед, означал угрозу, а повернутый вперед рукояткой – доверие, предложение и пожелание мира. Это отразилось и на этикете обращения с оружием, особенно в странах Востока. В противоположность обнаженному мечу, меч в ножнах считается атрибутом умеренности.

Погруженное в землю острие меча показывает, что работа оружия завершена. Приняв на себя славную битву, клинок добыл победу, в результате которой наступил мир и покой. Еще одно значение меча, воткнутого в землю – переговоры. В древности парламентер с помощью символики оружия демонстрировал свои намерения: меч острием в землю – мирные намерения, переговоры, меч, воткнутый рукоятью в землю, а острием торчащий вверх – вызов на поединок.

Многие из нас слышали выражение «скрестить мечи», которое означает поединок на оружии или словесную дуэль, начало войны, меряться силами с кем-либо. Так вот, символом поединка, схватки, сражения войны считаются два скрещенных меча (можно часто встретить этот символ на картах сражений).

С течением времени появилось определенное количество разновидностей холодного клинкового оружия, различающихся по предназначению, использованию, значимости. Можно выделить некоторые функции меча на протяжении истории Европы: практическая, боевая, утилитарная; религиозно-ритуальная (ритуалы и обряды, определение статуса, казнь, клятва и т.д.); символическая (геральдика, богатое символическое наследие в религиозном и светском искусстве); социальная (принадлежность к касте воинов, высшему сословию, благородство происхождения, дуэль, поединок – социальное урегулирование); статусная (меч как атрибут, символ высшей власти, символ мужества и т.д.); культурная (связь поколений – передача фамильного оружия, уважение к старине и предкам, церемониальные мечи, мечи города, монарха – культурное и национальное достояние); эстетическая (оружие как произведение искусства) [4, с. 50–52] (см. рис. 7–12).

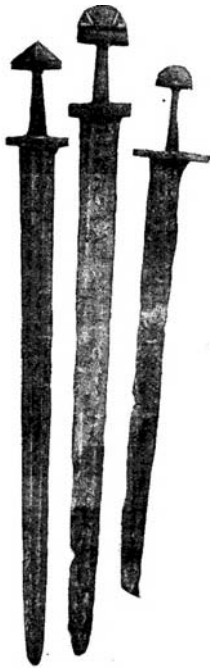

Рис. 7. Древнерусские мечи

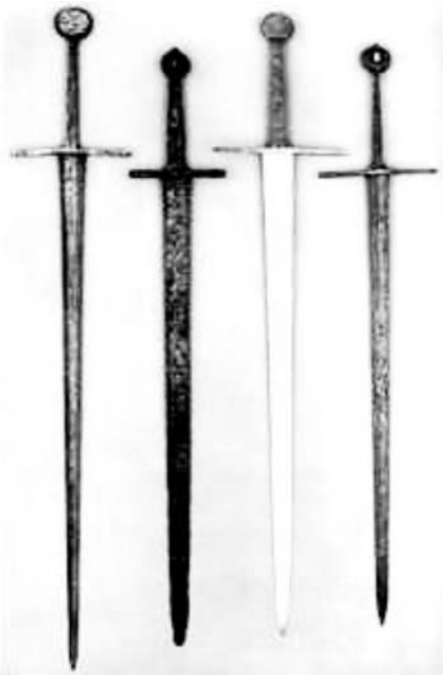

Рис. 8. Западноевропейские мечи около 1400–1450 гг. Источник: http://cs200.vkontakte.ru/u18601736/66975020/x_c5f585e9.jpg

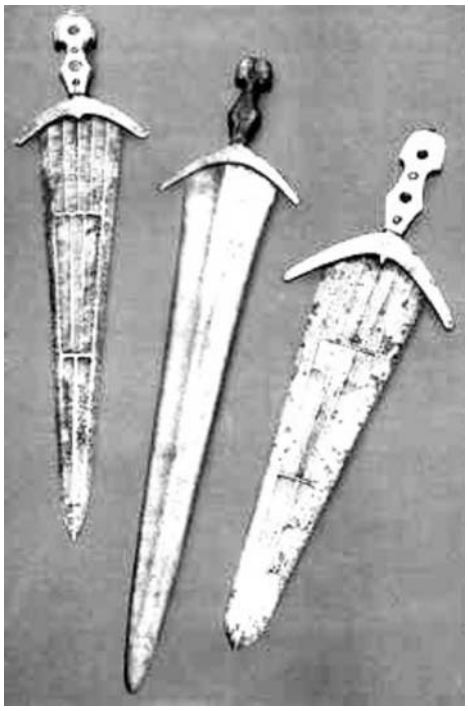

Рис. 9. Итальянские чинкведеи (сандедеи), 1500 г.
Первый слева работы Эркола де Фидели.
Лезвия высокохудожественно отделаны рисунками и надписями
Источник: http://cs200.vkontakte.ru/u18601736/66975020/x_8e2dfda7.jpg

Рис. 10. Высокохудожественное перекрестье немецкого меча 1555-1560 гг. Мастер Ян Коллерт
Источник: http://cs200.vkontakte.ru/u18601736/66975020/x_b8cb2d82.jpg

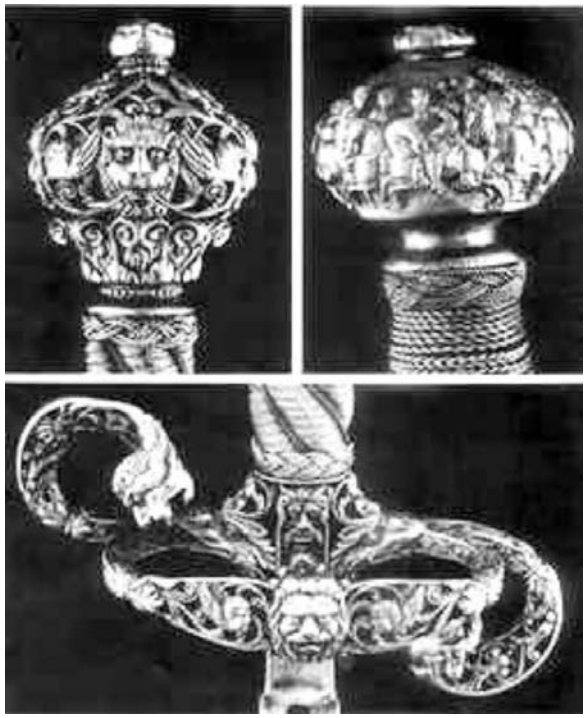

Рис. 11. Высокохудожественная отделка эфеса шпаги конца XVI – нач. XVII в.
Источник: http://cs200.vkontakte.ru/u18601736/66975020/x_e52d58cc.jpg

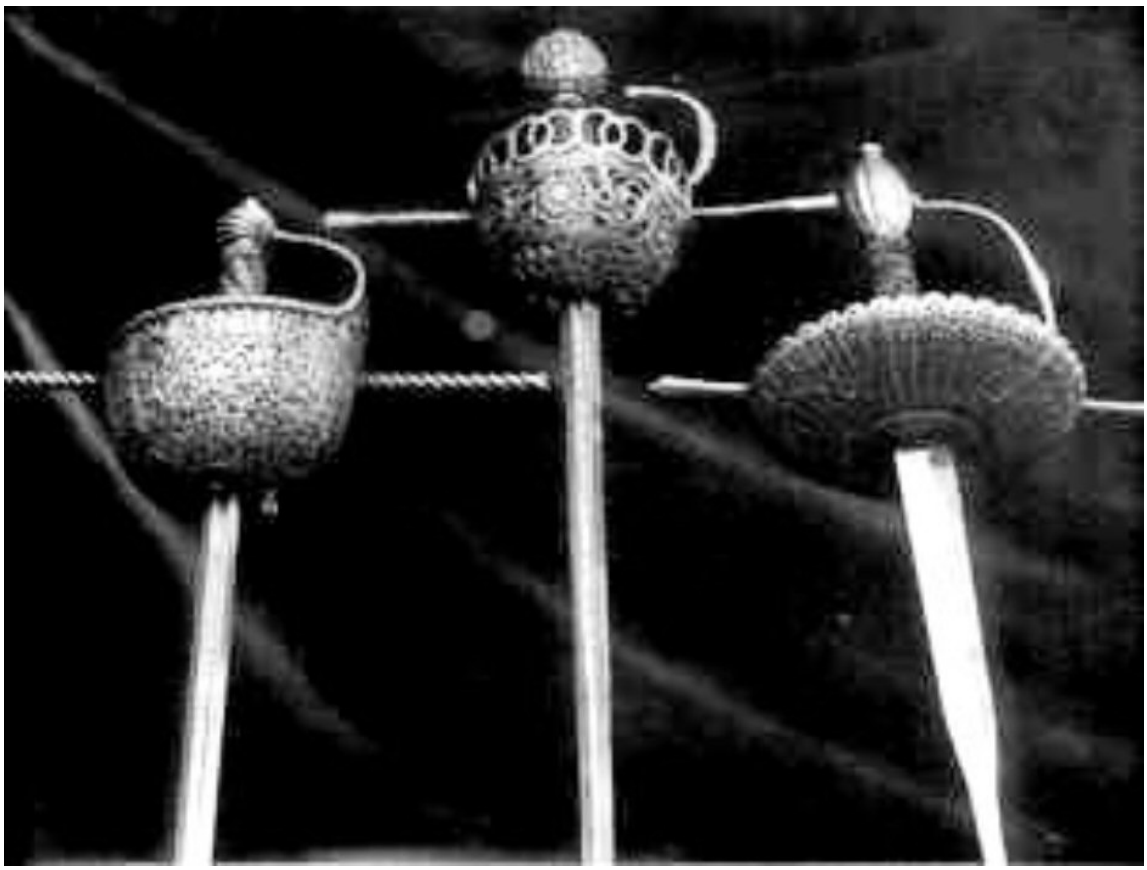

Рис. 12. Слева направо, итальянская (мастер Джованни Антонио), и испанские рапиры (мастер Жуан Мартинец)
Источник: http://cs200.vkontakte.ru/u18601736/66975020/x_5191c64b.jpg

Сегодня образ меча можно увидеть во многих кинематографических и мультипликационных фильмах (Властелин колец, Король Артур, Тристан и Изольда, Царство Небесное, Меченосец, Пираты Карибского моря, Последний Самурай, Волкодав etc.) и литературе (художественный, приключения, фэнтези, поэзия и другие жанры). На обложках многочисленных фэнтезийных книг, игр, настольных и компьютерных, в глаза бросается герой или героиня, обязательно вооруженные, зачастую именно мечом (см. рис. 13–21).

Рис. 13. Х/ф «Хроники Нарнии» (часть 2)
Источник: http://cs1676.vkontakte.ru/u4403304/79770659/x_a688dd52.jpg

Рис. 14. Х/ф «Зорро»
Источник: http://cs1676.vkontakte.ru/u4403304/79770659/x_dbcbc47d.jpg

Рис. 15. Х/ф «Последний самурай»
Источник: http://cs1676.vkontakte.ru/u4403304/79770659/x_f2862dff.jpg

Рис. 16. Х/ф «Пираты Карибского моря»
Источник: http://vkontakte.ru/photo-8261638_125003541

Рис. 17. Х/ф «Убить Билла»
Источник: http://vkontakte.ru/photo-8261638_125003539

Рис. 18. Х/ф «Ультравиолет»
Источник: http://cs346.vkontakte.ru/u1768348/79770659/x_d96874df.jpg

Рис. 19. Х/ф «Властелин колец». Жало – клинок Фродо
Источник: http://cs562.vkontakte.ru/u5779113/79770659/x_e4a99e53.jpg

Рис. 20. Х/ф «Властелин колец». Нарсил – меч Арагорна
Источник: http://cs562.vkontakte.ru/u5779113/79770659/x_98b9cd5a.jpg

Рис. 21. Х/ф «Звездные воины»
Источник: http://tbn1.google.com/images?q=tbn:gWL5YPdBygRERM
http://pics.kinokadr.ru/photoes

В последнее время все актуальнее становится увлечение молодежи различными новыми (или хорошо забытыми старыми) идейными течениями, молодежными субкультурами. Достаточно ярким и уже давно известным является ролевое движение. К представителям субкультуры можно отнести ролевиков, джедаев, толкиенистов, а также реконструкторов и некоторые другие разновидности групп по интересам [5]. Это молодые люди (школьники старших классов, студенты), увлеченные реконструкцией и погружением в прошедшие эпохи, фантастические и фэнтезийные миры. Они могут «погружаться», «уходить», «играть» на открытых пространствах (природа, улица), в помещениях (дома, в спортивном зале). Существуют также компьютерные, форумные (FRPG) и on-line игры по сети и в internet. Здесь достаточно часто можно встретить образ меча, не только в качестве предмета, но и как культурной, исторической, статусной, и даже эстетической ассоциации.

За последние сто лет количество видов фехтования возросло, а данные статистики показывают все возрастающий интерес к различным направлениям и техникам владения мечом и другими видами холодного оружия. Это спортивное фехтование, паралимпийское (фехтование на инвалидных колясках), сценическое, боевое (историческое), игровое (ролевые движения), национальные школы фехтования, пассивное (увлечение литературой фэнтези, художественной, исторической литературой, приключенческими фильмами, настольными и компьютерными играми, коллекционированием холодного оружия). В Европе сейчас становится популярным терапевтическое фехтование (психоанализ).

Спортивное фехтование, наиболее известно в широких кругах. Это единоборство на холодном спортивном оружии (шпага, сабля, рапира), включенное в перечень олимпийских видов спорта. Существуют определенные правила судейства, условия проведения поединков в личном и командном первенстве среди мужчин и женщин. Для каждого из видов оружия характерны своя экипировка, правила боя, а также система владения оружием. Этот вид имеет скорее более соревновательный характер, где ценится быстрота, тактика и техника фехтования. Но, конечно, этот вид фехтования также считается благородным видом спортивного единоборства, уделом избранных – людей одаренных, трудолюбивых, развитых не только физически, но и умственно (см. рис. 22–25).

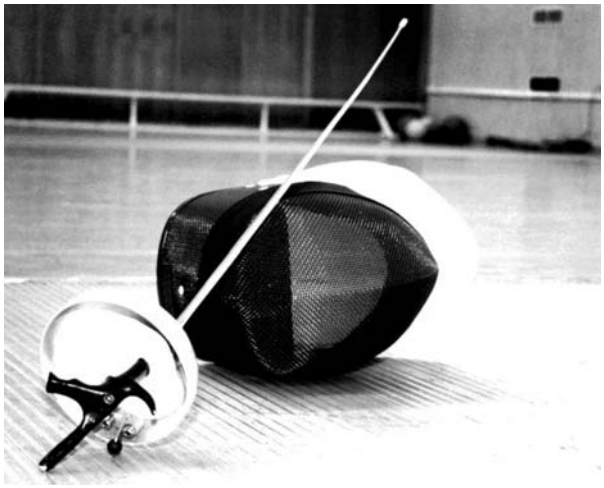

Рис. 22. Спортивное фехтование: шпага и маска
Источник: http://cs1375.vkontakte.ru/u21549000/359860/x_ac4edf46.jpg

Рис. 23. Спортивное фехтование: поединок на сабле
Источник: http://cs07.vkontakte.ru/u108003/359860/x_9a85151000.jpg

Рис. 24. Спортивное фехтование: поединок на шпаге
Источник: http://cs07.vkontakte.ru/u189891/359860/x_eb44fb03ee.jpg

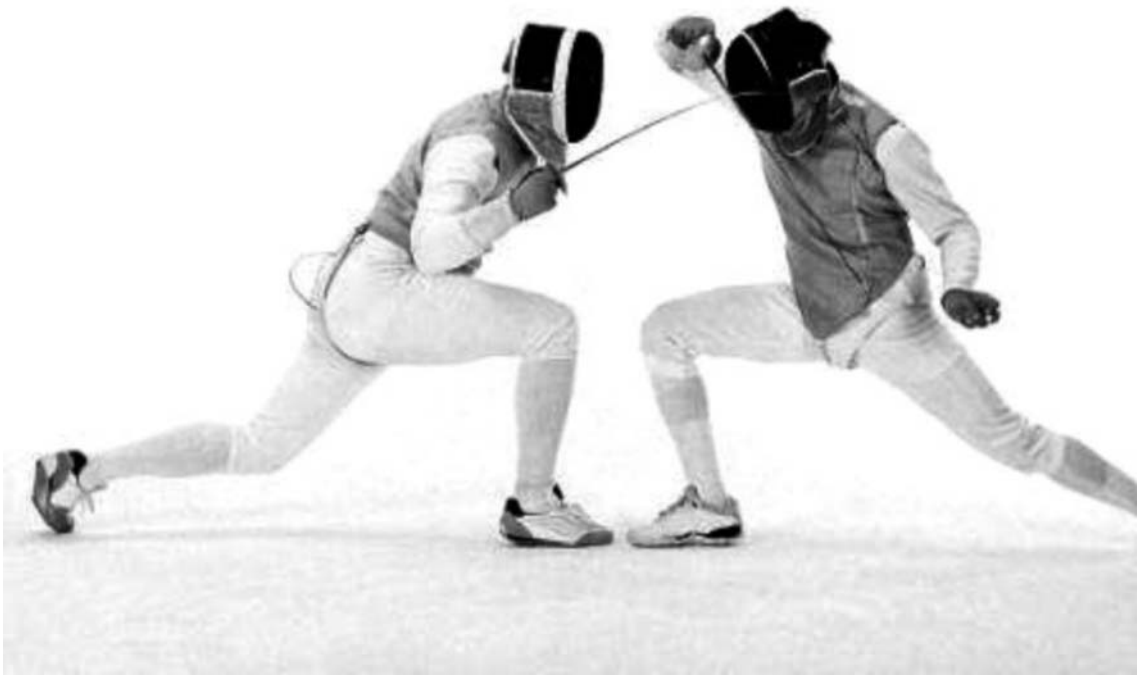

Рис. 25. Спортивное фехтование: поединок на рапире
Источник: http://cs05.vkontakte.ru/u177217/359860/x_35653a036b.jpg

Отдельно нужно сказать о ветеранском фехтовании. Ветераны фехтования или «сеньоры» – фехтовальщики, которые, закончив спортивную карьеру, продолжают фехтовать (возрастные группы: от 40 до 49 лет, от 50 до 59 лет, от 60 до 69 лет и от 70 лет и старше). Также к этой группе можно отнести любителей, которые по разным причинам получили возможность овладеть фехтовальным оружием только в солидном возрасте. Ветеранское фехтование очень развито в Европе (Германия, Франция и др.), но, в последние годы, становится все популярнее и в России.

К спорту относится паралимпийское фехтование (фехтование в инвалидных колясках). Еще в 18 веке во Франции в области медицины была разработана методика упражнений с оружием (д. Тиссо). А в XIX в. также во Франции появилась теория о лечебном эффекте занятий фехтованием (С. Леконт), в которой было описано пятнадцать болезней, вылеченных с помощью этого вида спорта. А с 50-х гг. XX в. была предложена идея этой спортивной

дисциплины (Л. Гатманн), которая вскоре была включена в программу Паралимпийских игр. Правила соревнований и техника фехтования отличаются от классического спортивного фехтования. В этом виде спорта участвуют и мужчины, и женщины, которые относятся к одной из трех категорий («А», «В» или «С» – в зависимости от характера заболевания и связанной с ним степенью подвижности спортсмена) которые разыгрывают личное и командное первенство по рапире и шпаге, исключение: соревнования по сабле проводятся только среди мужчин. В России паралимпийское фехтование развивается с 2005 г. [6] (см. рис. 26).

Историческое фехтование или историческая реконструкция также рассматривается как отдельный вид спорта (проводятся официальные соревнования) и как профессионально-специализированный навык. Люди, занимающиеся исторической реконструкцией, владеют техникой фехтования, тем или иным видом холодного оружия, восстановленным (реконструированным) в стилистике того времени, когда этот вид оружия был распространен. Кроме фехтования воссоздается быт и культура восстанавливаемой эпохи (см. рис. 27–28).

Рис. 26. Паралимпийское фехтование
Источник: http://cs1500.vkontakte.ru/g3484525/a_49ebe12f.jpg

Рис. 27. Историческая реконструкция
Источник: http://cs1230.vkontakte.ru/u849832/12077/x_88019d54.jpg

Техника и тактика боя часто проще исторических (прототипов), так как историческое фехтование также имеет такие грани как зрелищность (шоу, представление) и состязательность (соревнования по историческому фехтованию) поединка. Но, несмотря на вышесказанное, все же важно реконструировать стиль фехтования, избранной эпохи, а также сопроводить бои соответствующим антуражем (вооружение и снаряжение, одежда, быт и т.д.). Клубы реконструкции и исторического фехтования опираются на достаточно ограниченные теоретические источники и технический базис. В итоге, то, что получается на выходе, можно предполагать относительно исторически достоверным. На тренировках и соревнованиях (турниры, бугурты, фестивали, игры) используется различное оружие (в зависимости от эпохи и от предназначения – парадное, турнирное, тренировочное), которое копирует исторический прототип, делается из стали, однако, не заточено [6, 7].

Рис. 28. Историческая реконструкция
Источник: http://cs1268.vkontakte.ru/u10421317/12077/x_4eaebdbd.jpg

Стоимость оружия и остальной экипировки может достигать значительной величины (от нескольких десятков до нескольких сотен тысяч рублей – по данным на 2008 г. [8]). Правила поединков также воспроизводят существовавшие исторические кодексы и своды или же адаптируются правила спортивного фехтования. Проводятся национальные и международные турниры, реконструкция исторических событий, праздники, посвященные какой либо эпохе, культуре [6].

Ролевое (игровое) фехтование характерно для ролевого движения (ролевые игры). На играх, где воссоздается какая-либо историческая эпоха, мир художественного произведения (литература фэнтези, художественная, историческая литература, кинематографические, мультипликационные фильмы, компьютерные игры и т. д.). Фехтование часто необходимо как одно из возможных решений игровых ситуаций. Кроме вышеуказанного, одним из основных отличий игрового фехтования является то, что оно производится на макетах оружия (дерево, резина, дюралюминий, стеклотекстолит). Имитироваться могут разные виды оружия, важным условием для которого, помимо безопасности, является внешний вид (правдоподобность), когда в историческом фехтовании главное – соответствие историческим прототипам. Что касается системы, правил и судейства боя («боёвка»), то игровое фехтование имеет свои особенности. Здесь больший акцент делается на эффективность, а не на зрелищность. Правилами оговаривается поражаемая поверхность, систематика подсчета ударов различна («хитовая» система – зависит от роли, антуражности и качества доспеха) [9] (см. рис. 29–31).

Рис. 29. Ролевые игры. Орки
Источник: http://cs645.vkontakte.ru/u2846927/38480130/x_93483bb6.jpg

Рис. 30. Ролевые игры. Эльфы
Источник: http://cs645.vkontakte.ru/u2846927/38480130/x_417fe4fc.jpg

Рис. 31. Ролевые игры. Ночная эльфийка
Источник: http://cs1223.vkontakte.ru/u3852479/38480130/x_d14ddc6a.jpg

Сценическое, театральное или артистическое фехтование. Это направление фехтовального искусства, основанное на постановке. Часто это дуэли, фехтовальные сцены на театральной сцене, в кинематографии. Оружие для артфехтования используется бутафорское. Также стоит отметить, что здесь наряду с подлинным оружием, часто используется имитация холодного оружия какой-либо исторической эпохи, а иногда и совершенно невообразимые виды вооружения с тактико-технической точки зрения. Самое главное в сценическом фехтовании – зрелищность. Этот вид фехтования становится все популярнее за рубежом и в России, ежегодно проводятся турниры и соревнования различного уровня, а также Чемпионаты Мира. Выступления представляют собой костюмированные минипостановки (обязательно название) с аккомпанементом, музыкальным сопровождением или без него, различным реквизитом, с текстом или без текста, в четких временных рамках. Участники могут соревноваться в различных категориях (по эпохе, по стилистике) по нескольким направлениям: «соло», «групповое выступление», «дуэт», «труппа». Критерии оценки: техническая и художественная сторона исполнения, а также уровень сложности [10, 11] (см. рис. 32–34).

Рис. 32. Театральное (сценическое) фехтование.
Школа Фехтовальных Искусств Сергея Мишенёва (Санкт-Петербург, Россия)
Источник: http://cs291.vkontakte.ru/u15135192/11965043/x_18f2143e.jpg

Рис. 33. Театральное (сценическое) фехтование.
Школа Фехтовальных Искусств Сергея Мишенёва (Санкт-Петербург, Россия)
Источник: http://cs505.vkontakte.ru/u6446457/59714881/x_72810939.jpg

Рис. 34. Театральное (сценическое) фехтование. Студия европейского историко-сценического фехтования «Силуэт» (Санкт-Петербург, Россия)
Источник: http://cs110.vkontakte.ru/u499645/28584165/x_13df52c2.jpg

Рис. 35. Кендо
Источник: http://cs1658.vkontakte.ru/u6007313/88072220/x_756ec0ee.jpg

Традиционные, национальные виды существуют наряду с «обычным» фехтованием в разных странах мира и по-прежнему культивируются. На востоке это иайдо (искусство мгновенного выхватывания меча из ножен и фехтования им), и кендо (фехтование бамбуковыми палками, входившее даже в неофициальную программу Олимпийских игр 1964 г. в Токио) (см. рис. 35). На Северном Кавказе распространена парикаоба, фехтование на шашках со щитами, в котором применяются также «боевые (или

хевсурские) кольца» – широкие плоские кольца с остро заточенным краем, надеваемых на большой палец руки. В Китае практикуется дуаньбин, фехтование на коротких бамбуковых мечах цзянь и дао, а на Филлипинах – единоборство на длинных (в человеческий рост) боевых шестах арнис кавайян. Для России в последнее время также актуален поиск своей идентичности. Одно из направлений поиска – возвращение к язычеству. В русле этого движения появляются неославянские (а гораздо чаще псевдославянские) клубы единоборств и реконструкции культуры, часто реализующиеся в поселениях закрытого типа. Однако нужно сказать, что это больше система современных достижений в области традиционных методик оздоровления, мировоззрения, стиля жизни, объединяемых понятием «неоязычество».

Терапевтическое фехтование – новый, почти неизвестный в России, но практикующийся за рубежом экзистенциальный вид терапии в психологии. «Меч предоставляет терапевту замечательные возможности для работы в пространстве», анализировать «экзистенциал совместности, со-бытийности как в его конфликтных состояниях, так и в состояниях сотрудничества и даже любви». То есть, анализируя действия человека мечом, а также ощущения и эмоции, возникающие при этом, терапевт может анализировать состояние человека, идентифицировать его проблемы, и корректировать их с помощью различных упражнений с мечом или без него, работы человека над собой [12, с. 120–124].

Большое количество людей интересуется фехтованием, если можно так сказать, «созерцательно». Это группа «пассивного фехтования». Многие «увлекаются» фехтованием через литературу (фэнтези, исторические и приключенческие романы), кинематограф (приключения, исторические фильмы, фантастику) компьютерные игры и, конечно же, через предметы искусства и роскоши (коллекционное, старинное оружие, антиквариат). Это очень большая область, о размере которой свидетельствует огромное количество и разнообразие литературы технического, историко-романтического, фантазийного характера, производство зарубежных и отечественных фильмов («Три мушкетера», «Зорро», «Пираты Карибского моря», «Меченосец», «Кочевник», «Волкодав», «Герой», «Королева мечей» и многие другие), где

большое внимание уделяется батальным сценам и сценам фехтования, символике оружия (см. рис. 13–21).

Также в ювелирных, сувенирных магазинах и магазинах антиквариата, многочисленных Интернет ресурсах можно найти практически любой вид клинкового оружия, проводятся выставки и аукционы холодного оружия.

Как в современности человек понимает образ меча? Какое значение этот вид оружия имеет для участников клубов и секций по фехтованию? Какова аргументация занятий с мечом и его разновидностями?

Социологическая статистика показывает, что меч и его различные виды вызывают ассоциации с историей, романтическими образами героев, а также упоминается символика силы, власти, мужества, могущества, власти, войны и смерти. Часто наблюдается непосредственная связь образов с применением – война, смерть, сражения, поединки, дуэли, схватки, действиями оружием – фехтованием, финтами, уколами, рубкой.

В рамках социологического исследования были опрошены члены различных историко-ролевых, реконструкторских, боевых, сценических клубов г. Томска. Всего добровольно ответили на вопросы анкет около 100 человек. Принимавшие участие с интересом откликались на предложение пройти опрос, неаргументированный отказ получен менее чем от 1 %.

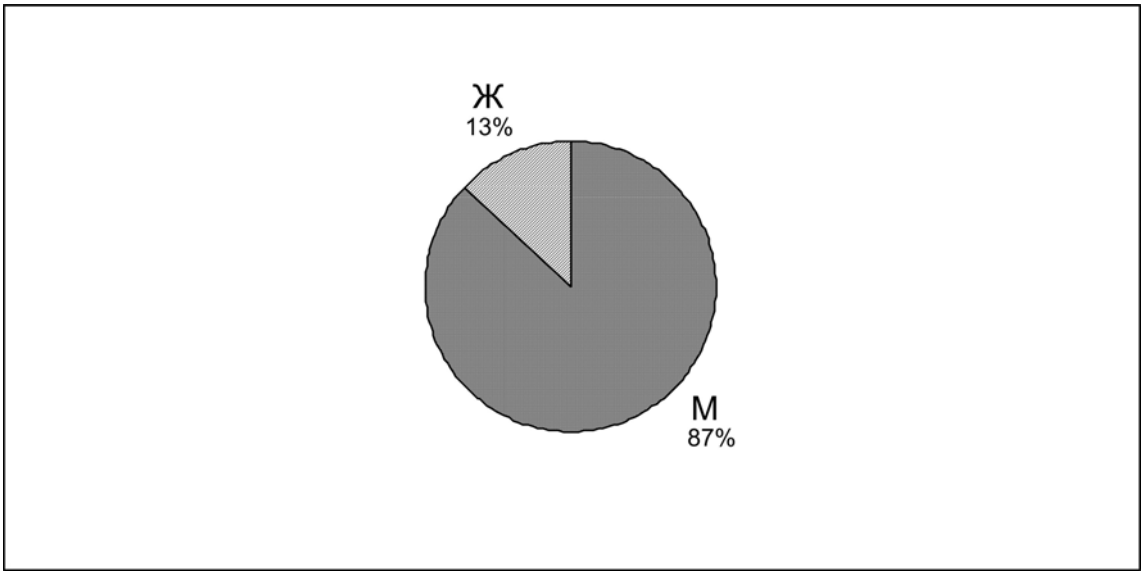

Рис. 36. Гендерное соотношение представителей клубов

Процентное гендерное соотношение составило 13 % женщины и 87 % мужчины (см. диаграмму на рис. 36). Средний возраст занимающихся в клубах: 23 года (мужчины: 22–24 года; женщины: 18–20 лет) при разбросе от 11 лет до 52 лет (мужчины: 11–52 года; женщины: 18–20 лет).

На вопрос о том, как респонденты попали в клуб, 27 % ответили, что, попробовав, они нашли интересное для себя занятие, 47 % искали клуб целенаправленно, 15 % опрошенных самостоятельно создали клуб, либо являлись одним из организаторов, 11 % участников попали на занятия случайно и остались (чаще всего стаж занятий этого меньшинства невелик – до года) (см. диаграмму на рис. 37). А вообще стаж занятий среди опрошенных в среднем составил 5 лет, при условии, что около 41 % – занимаются несколько лет, 30 % имеют стаж занятий 3–5 лет, небольшой процент по отношению к общему количеству составили члены клубов, занимающиеся по 5–10 лет (19 %) и 10–16 лет (10 %) (см. диаграмму на рис. 38).

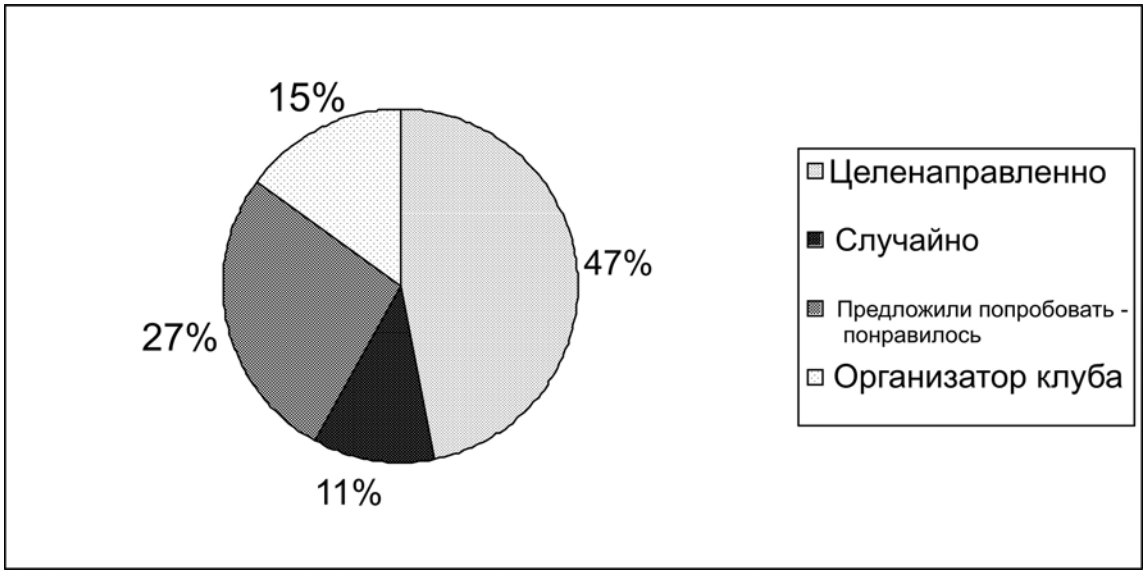

Рис. 37. Путь участника в объединение

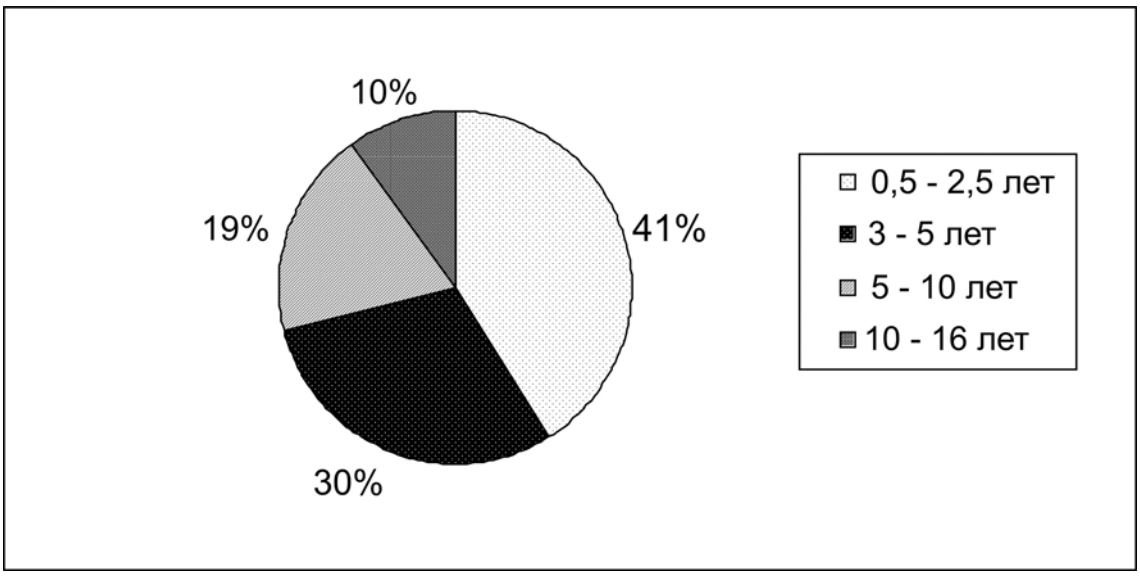

Рис. 38. Стаж занятий

Причины выбора данного вида деятельности различны. 1 % респондентов затруднились ответить, почему они являются членами того или иного клуба. 1 % все равно, чем заниматься. 4 % не задумывались о том, почему их привлекли занятия фехтованием, исторической реконструкцией или ролевыми играми. 12 % всегда желали участвовать в красивых, исторических играх, тренировках, а также проявляют, таким образом, патриотизм, свою любовь к Родине, Русской армии, а 23 % находят в занятиях пользу для физической формы и умственного развития. 29 % считают занятия фехтованием, исторической реконструкцией или ролевыми играми своим стилем жизни. 30 % участников опроса утверждают, что занимаются интересным делом (см. диаграмму на рис. 39).

Поэтому к тренировкам участники клубов относятся серьезно и ответственно. Здесь можно выделить четыре группы расписаний: ежедневные, еженедельные, ежемесячные, а также «свободную» и «теоретическую» группу (см. диаграмму на рис. 40).

Не очень большое количество респондентов (7 %) тренируются ежедневно, однако при таком режиме каждый день они тратят на тренировки по несколько часов (как правило, 2–3). 9 % посвящают своему увлечению все свободное от работы, учебы и других обязанностей время. 6 % от опрошенных составили не практики, которые непосредственно имеют дело с оружием, но

теоретики, занимающиеся теоретическими изысканиями, участвующие в реконструкции или играх в роли других персонажей (мирные жители и др.). 6 % тренируются 1 раз в месяц – большая часть из них теоретики. Большинство же (72 %) тренируется от 2 до 6 (в среднем 3) раз в неделю по 2–6 часов. Таким образом, на тренировки может уходить 4–6 (42 %), 8–10 (11 %), 12–18 (9 %) или 24 (38 %) часа в неделю (!!!).

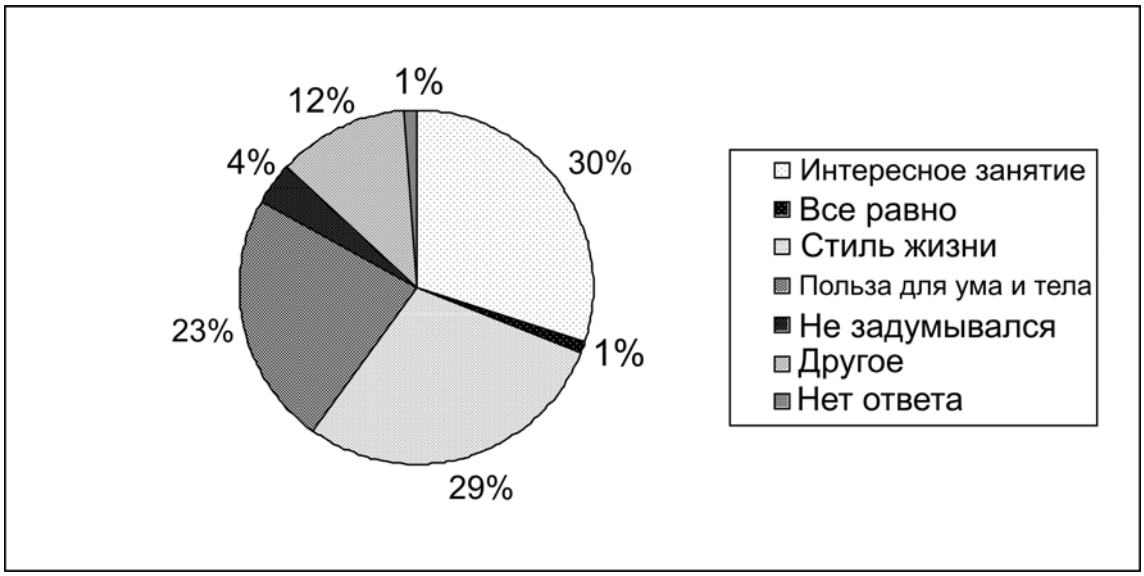

Рис. 39. Аргументация выбора

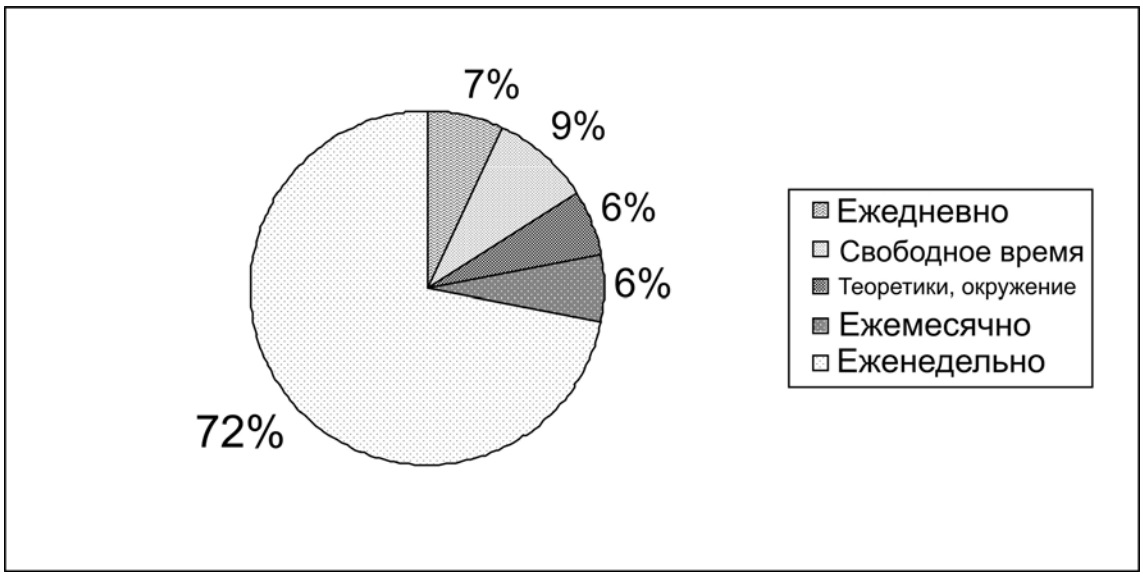

Рис. 40. Тренировки

Кроме тренировок по поддержанию физической формы изучению боевых приемов и совершенствованию владения оружием, немалое время уделяется различного рода литературе (см. диаграмму на рис. 41). Исторические источники изучают 37 % от общего числа опрошенных, интернет-источники используют 26 %. К фэнтези (19 %) и к художественной литературе (17 %) обращаются примерно одинаковое количество респондентов. Среди популярных авторов: А. Дюма, Ю. Никитин, Н. Перумов, А. Белянин, Дж. Р. Р. Толкиен, Г. Л. Олди. 14 % указали на практические занятия – как источник своих знаний и умений, общение, обмен опытом и периодические издания (журналы Сержант, Воин, Реконструктор, Мир фэнтези и др.). И еще 27 % из всех респондентов пользуются технической литературой по изготовлению оружия, доспехов, одежды, аксессуаров, мебели и т.д.

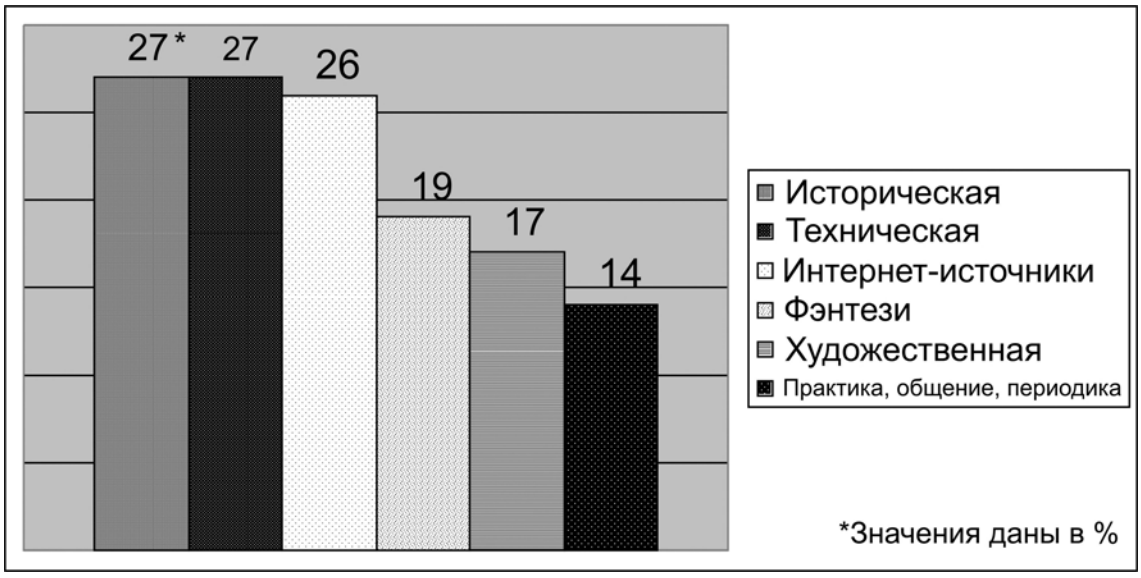

Рис. 41. Изучение литературы

На вопрос «Что дают Вам занятия?» 36 % процентов отметили то, что в клубах можно найти новых друзей, хорошую компанию, также для многих интересны история и культура страны, эпохи, которой занимается клуб (32 %). 21 % участников опроса ценят то, что игры, тренировки дают возможность уйти от будней, реального мира и попасть в другие миры, погрузиться в эпоху, участвовать в переодевании, маскараде. При этом еще 32 % получают положительные эмоции, реализуются творчески, осво-

бождаются от негатива повседневности. Также немаловажным считается то, что занятия дают физическую и умственную нагрузку, формируют психологические качества, это отметили 37 % респондентов. А для 22 % из опрошенных немаловажными являются красота костюмов, оружия, эстетика поведения, игр, всеобщий дух (см. диаграмму на рис. 42).

Теперь о мечах. В основном оружие реконструкторов, ролевиков и участников других клубов – это холодное оружие. Больше всего предпочтений отдается мечу и различным его разновидностям (меч – одноручный, полутораручный, двуручный, тесак, сабля, шпага, катана) – 84 %. Отдельно отметили шпагу и рапиру (53 %), саблю (10 %), сабер (12 %). Другое оружие: ножи (4 %), топоры (13 %), алебарда, бердыш, секира, сулица, копье (11 %), булава, кистень, цеп (4 %) (см. диаграмму на рис. 43). Многие владеют сразу несколькими видами оружия. Аргументировать свои предпочтения смогли 89 %, принявших участие в опросе. Практически все сходятся на удобстве владения выбранным оружием, эстетике, статусу, который дает оружие и внутренней уверенностью, желанием иметь именно то, а не иное оружие.

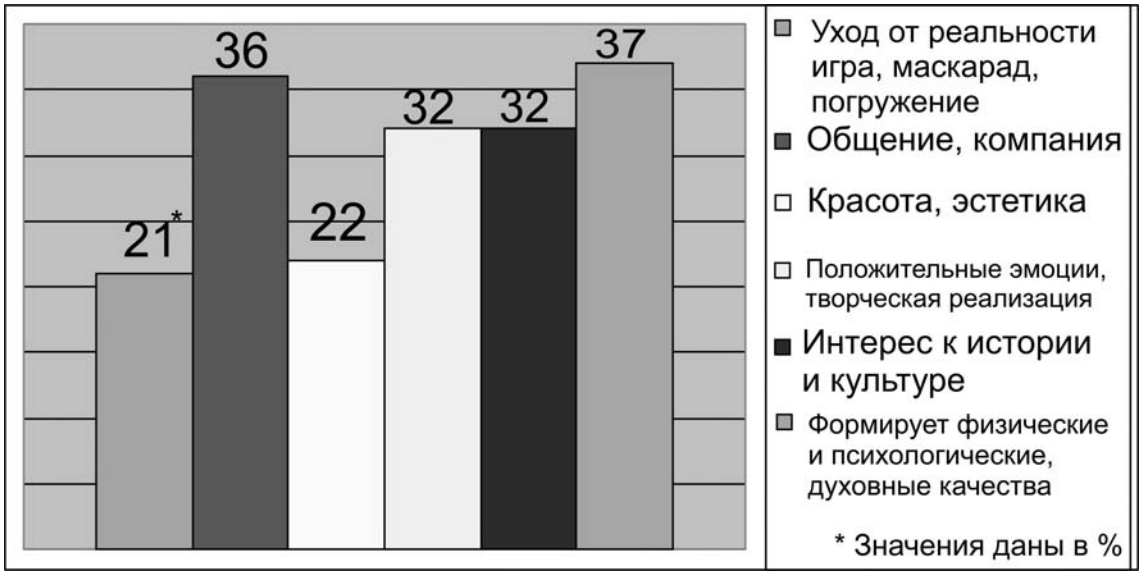

Рис. 42. Что Вам дают занятия?

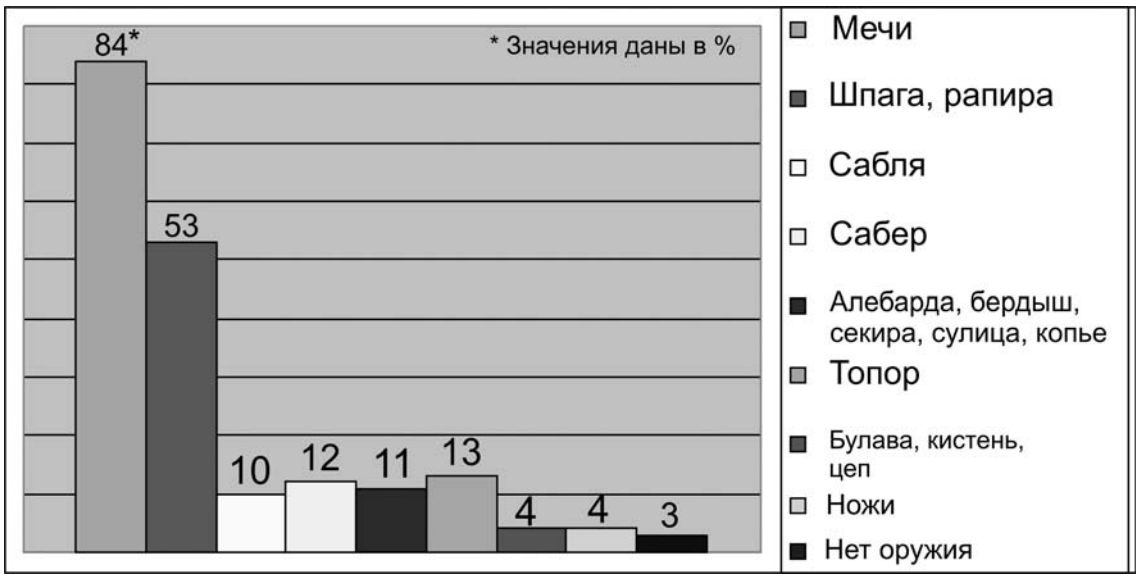

Рис. 43. Рейтинг оружия

Что касается символизма оружия – респонденты выделяют для себя различные значения и образы оружия. Часто упоминается о погружении в историю, другие миры, возможность играть различные роли, отстраниться от реальности. Много значит исторический статус и традиции фехтования, благородство холодного клинкового оружия. То же характерно и для символики оружия. Меч как вещь может быть выкован или сломан, но меч также является символом. Меч, таким образом, является «знаком свободы», он уже предстает как символ и принадлежит культуре [13, с. 15].

Учитывая богатую историю и культуру оружия, о которой упомянуто выше, меч может сочетать в себе несколько уровней означивания. В том числе, присутствует семантика свободного человека. «Причастность» к феномену меча, фехтование дает возможность испытать, ощутить практически то же, что испытывали люди несколько веков назад, примерить на себя разные маски, проиграть роли, попробовать стать другим, иным, не таким, как в обыденности.

Таким образом, исследование показывает, что в современности образ меча также символически нагружен, несмотря на то, что как предмет он утилитарно не актуален, но продолжает быть важным феноменом с многоуровневой семантической нагрузкой, трактовками и функциями погружения, игры, пробы.

Литература

1. Слейтер, С. Геральдика / С. Слейтер // Иллюстрированная энциклопедия. – М., 2008. – 264 с.
2. Баешко, Л. С. Энциклопедия символов / Л. С. Баешко, А. Н. Гордиенко, А. Н. Гордиенко – М., 2007. – 304 с.
3. Винклер, П. фон. Оружие. Руководство к истории, описанию и изображению ручного оружия с древнейших времен до начала XIX века / П. фон Винклер. – М., 1992. (репр. воспр. изд.: СПб., 1894), – 192 с.
4. Горбулёва, М. С. Функции меча как модели поведения в системе культуры / М. С. Горбулёва // Системы и модели: границы интерпретаций: Сб. трудов Всерос. науч. конф. с междун. уч. – Томск, 6–10 ноября 2007 г. / Томск : Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2007. – 378 с.
5. Шабанов, Л. В. Социально-психологические характеристики молодежных субкультур: социальный протест или вынужденная маргинальность / Л. В. Шабанов. – Томск: Томский государственный университет, 2005. – 399 с.
6. Федерация Фехтования России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rusfencing.ru/
7. Клуб любителей оружия «Ратник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://club.ratnik.ru/
8. Магазин средневековых товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://donjon.ru/
9. Ролевые Игры живого действия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rpg.ru/
10. Студия артистического фехтования «Эспада», Москва [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://epee.ru/index.html
11. Школа фехтовальных искусств С. Мишенёва, Санкт-Петербург [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.riposte.ru/
12. Летуновский, В. Встречи с мечом. Очерки терапевтического фехтования / В. Летуновский // Экзистенциальная традиция: философия, психология, психотерапия. – 2007. – № 2.
13. Лотман, Ю. М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (конец XVIII – начало XIX века) / Ю. М. Лотман. – М., 1994. – С. 15–88.

ЧЕЛОВЕК В РЕАЛЬНОСТЯХ HI-TECH[1]

Е.А. Жукова, Томск, Россия

Современный человек существует уже не столько в природной (естественной) среде обитания, сколько в техногенном (искусственном) мире, созданном им самим. Причем для человека XXI в. мир искусственного является уже «естественной» средой обитания, хотя по своим параметрам характеристики этой среды часто уже далеко выходят за пределы естественных параметров человека как биологического существа[2]. Однако существование человека в этом мире оказывается порой весьма проблематичным.

В наших исследованиях мы показали, что мир, в котором живет современный человек, очень быстро и весьма значительно изменяется под воздействием современных высоких технологий (Hi-Tech – от англ. high technology) [1]. Новые технологии реализуют огромное количество невиданных ранее возможностей для удовлетворения многих мыслимых и даже немыслимых ранее потребностей (увеличение продолжительности жизни, повышение качества жизни и мн. др.). Люди создают технологии и технику не только для того, чтобы облегчить себе жизнь. Жажда познания – одна из сущностных черт человека, и именно на основе научного знания человек смог создать технические средства, которые раздвинули границы мира, доступного для его органов чувств. Но человеку уже мало познавать и просто контролировать то, что создано природой. Он пытается отнять у природы возможность развиваться по ее законам. По сути, люди всегда хотели повелевать природой, и новые наукоемкие технологии намного расширяют такие возможности. Парадоксально то, что сам человек становится в новых человекомашинных системах не тем, кто управляет, а *тем, кем управляют*. Высокие технологии стремятся исключить человека даже и из сферы постановки задач [1]. Сегодня мы видим «отпадение» от своего творца мира Hi-Tech, кото-

[1] Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 08-06-00109.

[2] Например, темпы и ритмы большого города характеризуются очень большими скоростями, частотами и интенсивностью, что, как правило, не характерно для жизни и биологических ритмов в природной среде.

рый стал не только проявлять себя как социокультурный феномен, подчиняющийся своим собственным, не зависящим от воли людей законам, но и таким ощутимым образом влиять на самих своих создателей, что проблема постчеловека и постчеловеческого будущего, обнажившаяся сначала в фантазиях футуристов или абстрактных философских рассуждениях, переходит сегодня в конкретные вполне решаемые задачи обыденной практики технологической сферы. Это дает в свою очередь философии обильную «пищу» для рефлексии над новыми, невиданными ранее и видоизменившимися старыми антропологическими проблемами. Высокие технологии влияют на образ жизни, ценности и телесность современного человека. Они настолько существенно изменяют способы его существования, что современный период развития общества все чаще называют эпохой Hi-Tech.

Отметим, что понятие Hi-Tech сегодня стало модным и только ленивый что-нибудь не пишет о хайтеке. Но при этом содержание данного понятия и суть того феномена, который им описывается, часто непрояснены, что создает искаженное представлении о самом феномене Hi-Tech и дает возможность для различных спекуляций на эту тему.

М. Желены установил одно из основных отличий высоких технологий от других технологий. С его точки зрения, – это то, что они *меняют сеть поддержки технологий*[1]. Поэтому можно считать, что высокие технологии существовали и в предыдущие этапы развития общества, а не только в постиндустриальном обществе; например, в индустриальном обществе к их числу можно отнести железнодорожный транспорт, производство электроэнергии, телефон, телевизор и др. Однако мы доказали, что о формировании **феномена Hi-Tech** можно говорить только в постинду-

[1] Сеть поддержки технологий включает требующиеся физические, организационные, административные и культурные структуры: правила работы и постановки задач, содержание работ, стандарты и критерии, стили, культурные и организационные модели поведения. Например, сеть поддержки автомобиля как технологии состоит из инфраструктуры дорог, мостов, сооружений, светофоров, а также аварийной службы и предприятия, обеспечивающего техническое обслуживание и текущий ремонт; законов и правил поведения и органов, следящих за соблюдением этих законов и правил; стиля и культуры поведения за рулем и т.д. Значительному количеству людей приходится проходить подготовку, отвечающую специальным требованиям, для того, чтобы автомобили функционировали как технология [2, с. 81–89].

стриальном обществе [1]. К числу базовых технологий феномена Hi-Tech мы относим нанотехнологии, биотехнологии и информационные технологии, причем именно последние являются системообразующими для феномена Hi-Tech. Эти технологии не просто обладают саморегуляцией, но по большей части включают в себя технологии, большинство этапов создания которых основано на самоорганизующихся технологиях, которые возникли только во второй половине XX века [3]. Современные высокие технологии, в первую очередь информационные технологии, за очень короткий промежуток времени (от нескольких лет до нескольких месяцев) распространяются во всех секторах экономики, их сети поддержки тесно переплетены. Hi-Tech сами одновременно выступают и как технологическое ядро, и как часть сети поддержки для других высоких технологий. Для технологического развития характерна зависимость: чем сложнее технология, тем больше технологий она требует для своего обеспечения[1]. Hi-Tech являются очень сложными технологиями, при этом развитие и функционирование различных высоких технологий не просто тесно взаимосвязано. *Эти технологии взаимообусловливают друг друга*[2]. Другими словами, *продукты, произведенные на основе Hi-Tech, практически всегда становятся каким-либо звеном другого высокотехнологичного процесса*. Важной особенностью базовых технологий для феномена Hi-Tech – информационных технологий, нанотехнологий и биотехнологий – является то, что они *становятся основой развития самих себя*, превращая современные высокие технологии **в самоподдерживающуюся сеть** [1; 3].

---

[1] Например, технология производства автомобилей требует производства специализированных сплавов, резины, создания разветвленной сети дорог, производства покрытия для этих дорог, производства дорожных знаков, производства оборудования для производства автомобиля и отдельно для его ремонта и мн.др.

[2] Революция в вычислительной технике привела к созданию компьютеров нового поколения и высоких информационных технологий. Без современных компьютеров появление нано- и биотехнологий было бы просто невозможно, так как для их создания необходимы сложные и многочисленные расчеты и создание многофакторных моделей. Благодаря достижениям в нанотехнологиях и вычислительной технике стали реальностью генетические исследования, приведшие к расшифровке генома живых существ и растений и на их основе создание биотехнологий. А созданные на основе нанотехнологий новые материалы стали основой новой элементной базы, что в свою очередь значительно увеличило возможности вычислительной техники. И это только несколько примеров.

Однако сегодня в процессе внедрения высокой технологии не просто меняется сеть поддержки технологий, не просто происходит значительное воздействие на социокультурную сферу. Мы установили [1], что *для Hi-Tech характерно усиление в принципиальной степени темпов и сил воздействия на социокультурные системы, а также расширение направлений, по которым оно происходит, что приводит к быстрым и необратимым системным изменениям социокультурной действительности*, то есть другими словами имеется *очень быстрый и очень значительный социокультурный эффект*. В результате современные высокие технологии очень быстро и весьма значительно изменяют мир, в котором живет современный человек, что и позволяет говорить формировании высокотехнологизированной действительности [1, с. 243–255]. Подчеркнем, что высокие технологии могут использоваться в различных областях. Можно сказать, что в каждой сфере деятельности есть свой «Hi-Tech», своя зона пионерных разработок и исследований. Однако в феномен Hi-Tech высокие технологии превращаются, когда вызывают необратимые изменения социокультурных систем, когда происходит обострение взаимодействий науки, общества и технологий, а результаты этого обострения «прорастают» в повседневность. Нарастающие воздействия Hi-Tech приводят к тому, что социокультурные системы приходят в неравновесное состояние и вынуждены совершать выбор между альтернативными путями развития. По сути, *высокие технологии инициируют эффекты самоорганизации социокультурных систем, которые нельзя заранее спрогнозировать*.

К числу отличительных черт современных высоких технологий принято относить: высокую наукоемкость, высокую скорость внедрения и ротации, структурную перестройку экономики, изменение процессов организации производства и методов управления и ряд других черт. Мы установили, что перечисленные выше черты высоких технологий были отличительными на этапе становления феномена Hi-Tech (вторая треть XX в.), однако, сегодня они уже не позволяют отличить высокие технологии от других продвинутых технологий. Например, высокая наукоемкость характерна как для всех высоких технологий, так и в целом для большинства современных технологий.

Принципиальное отличие современных высоких технологий от других технологий основывается на вызываемых ими *эффектах самоорганизации социокультурных систем* без возможности предсказания результатов этих эффектов в реальном времени. Наиболее явно это демонстрирует Интернет, который является самоорганизующейся технологией, а также ярким и наглядным примером быстрых и необратимых системных изменений социокультурной действительности и инициированных высокими технологиями непредсказуемых эффектов самоорганизации социокультурных систем.

Методологией проведенного исследования стал информационно-синергетический подход, разработанный И. В. Мелик-Гайказян [4], и концептуальные модели, предложенные в рамках этого подхода для исследования динамики социокультурных систем. Благодаря применению концептуальных информационных моделей динамики Hi-Tech было установлено, что феномен Hi-Tech представляет собой новую степень взаимопроникновения фундаментального знания, требований производства и общества. Нелинейная динамика Hi-Tech взаимосвязана с динамикой фундаментальной науки и вызывает двойные положительные обратные связи: значимость высоких технологий в развитии общества растет, поэтому осуществляется все большее финансирование *исследований и разработок сферы Hi-Tech*, что ведет к расширению фундаментальных и прикладных исследований в данной сфере, имеющее следствием расширение Hi-Tech-производств и увеличение числа специалистов в этой сфере. Это ведет в свою очередь к созданию и внедрению все новых высоких технологий, дальнейшему расширению Hi-Tech-производств и перестройке системы образования в сторону увеличения количества подготавливаемых специалистов для данной сферы, и как следствие ко все нарастающему воздействию высоких технологий на социум, культуру и человека [1].

Итак, основу созданного современным человеком искусственного мира составляют высокие технологии, которые делают жизнь человека комфортнее. Причем современный человек не просто постоянно вращается в знаковой среде, но сама реальность, в которой мы сегодня живем, становится *опосредованной* телетехнологией (термин Х. Л. Дрейфуса), а следовательно, мо-

жет подвергаться сомнению [5, с. 97]. Ведь значительная часть получаемого нами знания и информации базируется на выводах, сделанных на основе показаний, отображенных на различных экранах (телевизора, монитора персонального компьютера, экрана сотового телефона и др.).

Сам этот искусственный мир меняется с катастрофической скоростью. В виду высокой скорости ротации Hi-Tech на протяжении жизни одного поколения происходит полное, часто неоднократное, обновление основных бытовых приборов и техники, которые все чаще воплощают в себе высокие технологии. Меняются скорость и способы коммуникации. Человек информационного (постиндустриального) общества постоянно существует в мире, заполненном большими потоками непрерывно меняющейся информации различного рода. Значительно ускоряется и приобретает временный характер процесс становления идей, верований, отношений, идеологий, моральных норм и т.п. Фрагменты образного ряда современного человека становятся во многом противоречивыми, бомбардируют нас «разорванными и лишенными смысла “клипами”, мгновенными кадрами», что, с точки зрения Э. Тоффлера, позволяет говорить о жизни в «клип-культуре» [6, с. 277]. Современный человек не получает готовую ментальную модель реальности[1], а вынужден постоянно ее формировать и переформировывать. Поиск и выбор оснований, на которые человек может опираться в данном процессе, весьма затруднены тем, что сами основания (ценности, стандарты поведения, картины мира и пр.) постоянно меняются.

Происходит разрушение традиционных способов и форм идентификации личности по отношению к фиксированным общностям. Человек обречен выбирать (цели, ценностные ориентации, жизненные стратегии и формы существования, и др.). Эта ситуация сложна тем, что она не ограничивается только двумя полюсами. Таких противоположностей оказывается целый набор, что затрудняет возможности нахождения верных, и главное, по-

[1] В традиционном обществе готовую ментальную модель реальности давала традиция, в индустриальном обществе для построения такой модели имелись стандартизированные шаблоны, создаваемые рациональным путем и распространяемые СМИ Второй волны.

нятных ориентиров и значительно осложняет формирование ценностных ориентаций, что далеко уже не всегда можно легко и безболезненно осуществить.

Для современной культуры характерно стилевое многообразие, причем рождение новых, видоизменение и смешение старых стилей идет постоянно и достаточно быстро, касается ли это стилей в искусстве и архитектуре, или речь идет о стилях жизни. Перемены в культуре сдерживаются только инерцией подключения различных слоев населения к инновациям, трудностями массового усвоения. В новой культуре новое и оригинальное обладает бесспорной ценностью, а общество уже не просто пассивно воспринимает новое, но создает всеобъемлющий рынок, жадно поглощающий новаторские произведения, поскольку они теперь ценятся выше, чем устаревшие [7, с. 535–536].

В постиндустриальном обществе начинает преобладать ориентация на будущее. Мир возможного, проектная культура в целом становятся главными и определяющими характеристиками существования человека и общества. Способности «ловить новизну», «чувствовать время», «управлять мечтой», «предвидеть будущие изменения и их последствия», «планировать и воплощать проекты в жизнь» становятся одними из основных характеристик современного профессионала. *Нормативным минимумом профессионализма* сегодня являются *способности к инновациям* [8], инновационность и креативность сегодня становятся чертами, характеризующими большинство профессий.

Принципиально то, что при этом происходит переключение внимания с тех результатов, к которым следует стремиться, *на сами процессы*, сопутствующие достижению данных результатов. Это касается как организации частной жизни и профессиональной карьеры, так и организации бизнеса, например, в бизнес-инжиниринге или в маркетинговых коммуникациях. В результате **процессуальность** становится одной из основных характеристик современной действительности [1].

Высокие технологии прочно вошли в повседневную жизнь современного человека и стали неотъемлемой ее частью. Персональные компьютеры, мобильные телефоны, Интернет, автоматические бытовые приборы, игрушки и другие продукты высоких технологий скоро не оставят без своего влияния практически ни

одного человека на Земле. Высокие технологии изменяют соотношение свободного и рабочего времени, досуга и труда. Старое деление на труд и досуг теряет смысл. Уже сейчас трудно определить – кто работает, а кто нет в традиционном понимании. Благодаря Hi-Tech современный дом и офис скоро станут интеллектуальными. Hi-Tech уже не только вокруг человека, но и на нем (например, мы уже можем постоянно носить с собой сотовый телефон или компактный DVD-плейер) и даже в нем (генетически модифицированные продукты, лекарства на основе биотехнологий или высокотехнологичные имплантанты). Мир высоких технологий уже не воспринимается как антураж, используемый в фантастических произведениях. Он стал обычной средой обитания огромного количества обыкновенных людей.

Важно, что продукты на основе высоких технологий становятся все более доступными ввиду их постоянно снижающейся себестоимости, что позволяет приобретать их массовому потребителю. Доступность характерна не только для информационных технологий. Мы наблюдаем массовое распространение генетически модифицированных продуктов, которые часто даже дешевле обычных продуктов. Услуги генной терапии с каждым годом становятся все дешевле и получают все большее распространение, например, в медицине, косметической хирургии и др. Биотехнологии уже широко применяются в криминалистике и генодиагностике. Продукты на основе нанотехнологий также уже повсюду окружают человека постиндустриального общества, причем их присутствие обычно даже не замечается (возьмем ли мы чип с биометрической информацией о человеке в его паспорте, «начинку» цифрового фотоаппарата или многое другое). Очень скоро вся жизнь обычного человека, начиная с перинатального периода и заканчивая процедурой умирания (или продления жизни), будет обеспечиваться использованием продуктов или услуг на основе высоких технологий.

Новая действительность имеет свой язык для описания и свои символы, которые также все шире проникают в обиходную речь. В культуре под воздействием Hi-Tech формируется новояз – специфический язык SMS-ок и Интернета (апгрейдить, забанить, чатиться, залогиниться и др.) со своими символами (например, смайликами). При этом первоначальные значения чисто научных

и технических терминов приобретают новые смыслы и содержание, либо вообще утрачиваются. Например, вирус сегодня ассоциируется не столько с заболеванием человека, сколько с поломкой компьютера, который теперь тоже можно «инфицировать» и «лечить», а «клон» означает уже только не генетическую копию, а любую копию, например, клон автомобиля.

Таким образом, современные высокие технологии оказывают очень сильное влияние и на образ жизни человека, и на его деятельность, и на самого человека.

И хотя сегодня уже трудно оспорить то, высокие технологии оказывают значительное воздействие на человека и социокультурные системы, но как мы полагаем, причина такого мощного воздействия упускается из виду. В своих исследованиях мы показали, что эту причину следует искать в действии **феномена Hi-Hume** – высоких социогуманитарных технологий, которые сами выступают порождением феномена Hi-Tech [1, 3, 9].

Если человечество уже осознало риски от неконтролируемого научно-технического прогресса, то пока еще пристальное внимание ученых и общественности сосредоточено преимущественно на технологиях материального производства. Но мы убеждены, что в настоящее время серьезного научного и философского анализа требуют последствия от применения социальных и гуманитарных технологий и в первую очередь манипулятивных. Подчеркнем, что информационно-психологическое воздействие манипулятивного характера, осуществляемое в интересах человека или групп людей по отношению к другим, является специфической формой управления [10]. *Манипуляция эффективна, пока она не распознана.*

Высокие социогуманитарные технологии (Hi-Hume), направленные на манипуляцию индивидуальным и массовым сознанием, занимают в ряду манипулятивных технологий особое место [1; 9]. К числу последних мы относим ряд современных маркетинговых и менеджерских технологий, в первую очередь сопровождающих Hi-Tech-производство (например, технологии управления персоналом, технологии управления знаниями, технологии продаж и др.). Отметим, что выявление Hi-Hume-технологий и их роли стало возможно только благодаря применению информационно-синергетического подхода [4] для изучения динамики взаи-

модействий высоких технологий, науки и общества [1]. Мы смогли установить также «место» и этап, где возникают Hi-Hume в процессе создания Hi-Tech.

Анализ существующих дефиниций понятия «технология», проведенный нами в традиции философии процесса Альфреда Норта Уайдхеда с целью выявления их содержательных отличий, позволил установить, что в их ряду акцентируется создание нового технического и технологического знания, фиксируются различные аспекты технологического процесса, проблематизируются социокультурные последствия от тиражирования продуктов технологии [1, 3]. Обобщая эти исследовательские позиции, мы смогли убедиться, что создание технологии представляет собой процесс, состоящий из трех несводимых друг к другу стадий: технологического знания, технологического процесса и репликации продуктов технологии[1], специфические особенности которых и фиксируются в спектре многочисленных определений. Выявленные стадии позволили нам вскрыть информационную природу создания технологий. На основе анализа различных определений технологии, мы доказали [1, 3], что каждое из приведенных определений технологии описывает некоторые этапы информационного процесса. Создание технологии представляет собой информационный процесс, так как в нем осуществляется вся совокупность механизмов информационных процессов – генерация, рецепция, кодирование, передача, хранение, построение оператора для целенаправленных действий, тиражирование, что позволило применить для исследования технологий информационно-синергетический подход. За основу исследования была взята модель информационного процесса, состоящего из определенных этапов, предложенная И. В. Мелик-Гайказян [4, с. 51), на основе которой нами была разработана концептуальная модель создания технологии (рис. 1).

---

[1] В нашем понимании репликация подразумевает процесс тиражирования образов продуктов технологии, сопровождаемый определенным социокультурным эффектом. На этапе репликации продукты технологии, а точнее их образы, начинают восприниматься в массовом сознании, что приводит к приобретению этих продуктов, их эксплуатации и различным социальным, культурным, экологическим и другим последствиям. Следует отметить, что именно на этапе репликации мы и встречаем, как правило, называние конечного продукта (например, автомобиля или компьютера) технологией.

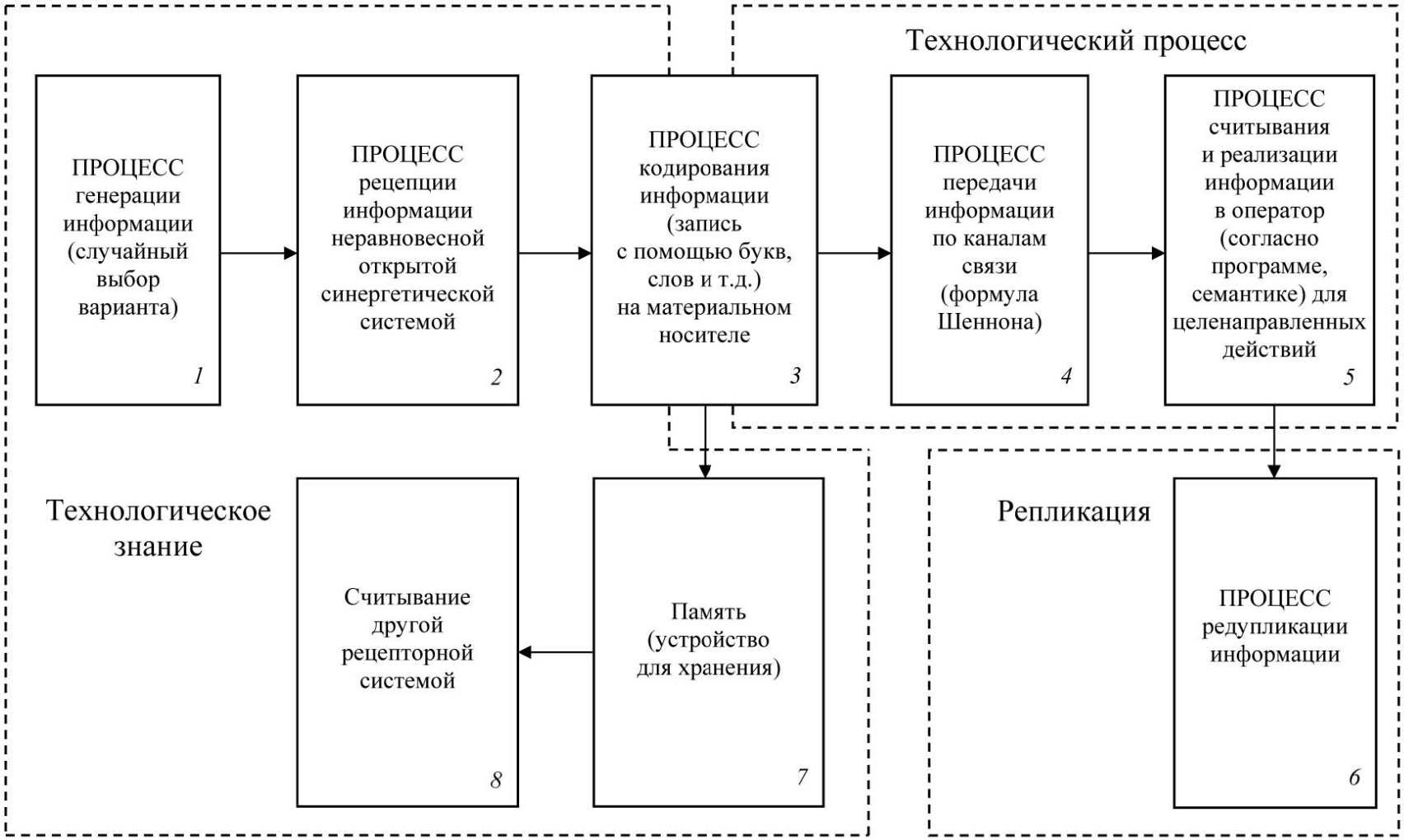

Рис. 1. Концептуальная модель создания технологии на основе блок-схемы информационного процесса, состоящего из элементарных актов

Мы установили, что стадия технологического знания включает в себя такие этапы информационного процесса, как генерация, рецепция, кодирование, хранение информации; стадия технологического процесса – этапы кодирования, передачи информации, построения оператора для целенаправленных действий; стадия репликации продуктов технологии – этап редупликации информации (рис. 1). Было показано соответствие различных определений технологии блокам (элементарным актам информационного процесса) разным стадиям создания технологии [1, 3].

Современные высокие технологии, так же как и предыдущие высокие технологии, меняют процессы организации труда и методы управления, требуют переподготовки персонала. Но помимо особого менеджмента они требуют и особого маркетинга. Новый продукт, ввиду своей новизны, еще не известен потребителю. Часто потребитель даже и не догадывается, какие потребности можно удовлетворить с помощью новой Hi-Tech-продукции. Это означает, что необходимо сформировать потребность в этом продукте искусственно, так как продукты Hi-Tech очень часто опережают потребности возможных потребителей, они часто создаются для удовлетворения потребностей, которые еще не актуализированы, поэтому Hi-Tech формируют новый рынок и новые потребности. В связи с необходимостью создания новых потребностей, процесс формирования которых должен занять некоторое время, и в виду высокой конкуренции в сфере Hi-Tech *процесс репликации продуктов Hi-Tech может начинаться еще до того, как «запущен» технологический процесс*. Подчеркнем, что тиражируется не сам продукт, а привлекательные образы продукта еще до того, как создан сам продукт[1].

Следует отметить, что только с появлением Hi-Tech стадия репликации продуктов технологии стала «заметной» в виду осо-

[1] Например, для этих целей может использоваться кинематограф, когда в фильме показывают концептуальные изделия, т.е. такие, которые фирма еще только планируется выпускать в ближайшем или отдаленном будущем, демострируя тем самым потребителю направления развития различных технологий. Так, по информации пресс-службы компании Ericsson, в фильме об агенте 007 «Завтра не умрет никогда» были использованы концептуальные изделия, *чтобы показать потребителю векторы развития технологий связи*, в частности – устройство дистанционного управления автомобилем [11].

бенностей Hi-Tech и высокой конкуренции на перенасыщенных потребительских рынках. Ранее проблема реализации продуктов технологии и последствий от их использования на этапе разработки новых технологий не ставилась. Именно необходимость обеспечения процессов репликации продуктов Hi-Tech и вызвала к жизни феномен Hi-Hume, благодаря которому достигается значительный и достаточно быстрый социокультурный эффект от воздействий Hi-Tech и формируются новые потребности, оформляющиеся в свою очередь в социальный заказ к фундаментальной и прикладной науке на новые исследования, которые могут стать основой для новейших, более совершенных технологий.

Отметим, что возникновение феномена Hi-Hume стало возможно только после широкого распространения новых информационных и телекоммуникационных технологий, базирующихся на доступных персональных компьютерах и средствах коммуникации, что позволяет осуществлять в синхронном режиме не только массовую коммуникацию, но и точечные воздействия на целевые группы, поэтому возможности управлять социальными процессами и конкретными людьми благодаря Hi-Hume значительно возросли. Hi-Hume сами по себе ценностно нейтральны, они могут приобретать либо позитивный, либо негативный характер в зависимости от целей того, кто их применяет. Также особенностью Hi-Hume является то, что представляют собой синтез технологии, научного знания и искусства.

Подчеркнем, что если Hi-Tech меняют существующую действительность, то Hi-Hume целенаправленно мифологизируют и искажают представления о Hi-Tech и технологиях, имитирующих Hi-Tech, а также об этой действительности в целом [1]. Фактически они меняют отношение человека к существующей действительности и конструируют новые социокультурные реальности [9, 12]. В условиях тирании момента, информационной перегруженности пространства и времени, пластичности мира, разрушения твердых оснований мировоззрения современного человека, приводящих к онтологическому нигилизму, то есть к утрате логики смысла в самой современной действительности, в самом бытии, место трансцендентных ценностей, придающих смысл жизни и культуре, стремятся занять Hi-Hume. Они позволяют человеку осуществить «сборку» в хаосе современных ценностей и норм,

транслируя целостные образы желаемого будущего, стили жизни, нормы и ценности, на которые следует ориентироваться. Например, появляются утверждения о том, что в сознании людей бренды занимают место религии [13]. При этом Hi-Hume не только воспроизводят и передают традиционные нормы и ценности, но и формируют и транслируют новые. Hi-Hume сегодня выступают основой, так называемой, индустрии сознания – достаточно мощной отрасли, направленной на манипулирование сознанием потребителя информации с политическими, экономическими или другими целями, которая стала складываться уже в индустриальном обществе, но получает широкое распространение только в постиндустриальном обществе. Эффективные Hi-Hume-технологии получают широкое распространение и за пределами Hi-Tech-производств, становясь ядром многих современных социогуманитарных технологий, например, политических технологий, бизнес-технологий, образовательных технологий и др.

Хотелось бы особо отметить, что действия Hi-Hume, подкрепленные мощью высоких информационных технологий, превращают современного человека в пассивного потребителя произведенных Hi-Tech-продуктов. Это способствует росту его зависимости от технических приспособлений и формированию чувства беспомощности перед современной техникой и технологиями, что ведет к снижению ответственности за последствия их использования.

Подчеркнем, что в нашем понимании Hi-Hume речь идет не об «очеловечивании» техники и технологий, а о технологиях, которые предназначены для целенаправленного изменения человеческого сознания, как индивидуального, так и массового. Мощь этих технологий насколько велика, что они способны разрушать механизмы саморегуляции человека и социума. В условиях глобализации и информатизации общества управление и манипуляция даже значительными массами людей становится рационально достигаемой целью. В постиндустриальном обществе влияние на сознание человека как индивидуальное, так и массовое, становится одним из самых выгодных бизнесов.

Информационная модель развития культуры, предложенная И. В. Мелик-Гайказян в рамках информационно-синергетического подхода (рис. 2) [4, с. 139], и исследования роли утопии в

социокультурной динамике, проводимые О. Ю. Максименко [14, с. 176–208], в которых корреспондированы формы культуры и системные функции утопии как образа будущего, позволили раскрыть функции высоких технологий (Hi-Tech и Hi-Hume) в культуре и установить, что на детерминистическом этапе информационного процесса функции высоких технологий перестраивают следующие формы культуры: нормативная функция высоких технологий меняет идеологию, вербальная – знаки и коды, прогностическая – социальные сценарии, критическая и когнитивная – стили в искусстве, дизайне, архитектуре и виды искусства, адаптивная – программы поведения человека, компенсаторная – социальную мифологию [1, с. 333–344, 15, с. 86–94].

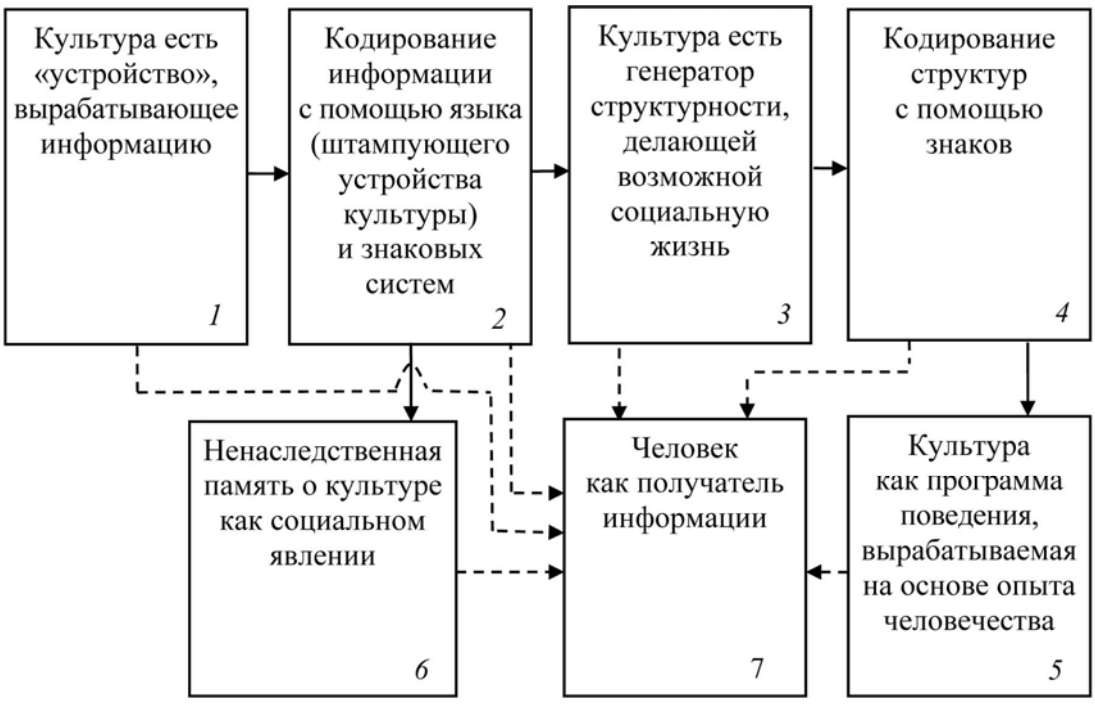

Рис. 2. Информационная схема развития культуры (пунктирными линиями показаны направления воздействия структурных элементов семиотического механизма культуры на человека)

Данная модель позволила проследить непосредственным образом как все изменения, происходящие в социокультурной действительности под воздействием Hi-Tech и Hi-Hume, отражаются на человеке как получателе информации. Под воздействием Hi-Tech

и Hi-Hume меняется система его норм и ценностных ориентаций, образы будущего и предпочтения, языки общения, социальные роли, система символов и смыслов, модели поведения; то, что он помнит и ценит, о чем мечтает и чего желает, и как действует. Сам человек начинает рассматриваться как природнотехническая (например, в генной инженерии) или социотехническая система (в Hi-Hume), а тело и сознание человека как технологические объекты.

Hi-Tech и Hi-Hume создают ситуацию «разрыва», когда современные люди вынуждены жить в обществе, в котором одновременно формируются противоречащие друг другу доминирующие модели поведения: человек самоактуализированный (по А. Маслоу) и человек nobrow (от англ. «безбровый», термин Д. Сибрука) [16]. Как самоактуализированный человек стремится к творческому труду, самосовершенствованию и максимальной реализации своего личностного потенциала даже вопреки культурному и социальному окружению. Как человек nobrow индивид подчиняется обряду потребления, заключающемуся в постоянной гонке за модными новинками, теряет критичность и индивидуальность, становясь человеком толпы, захваченной культурой мейнстрима. Особенно это затрагивает специалистов в сфере высоких технологий. Специфика их профессиональной деятельности предполагает необходимость творческого подхода к профессии и умение управлять другими людьми. Но жизнь в культуре ноубрау делает их самих теми, кем кто-то манипулирует. Они вынуждены постоянно находиться в ситуации zwischens («между»). Homo zwischens – это человек колеблющийся, сомневающийся, вынужденный жить в атмосфере неопределенности, разрывается между двумя различными системами ценностей. Ситуация zwischens связана и с выявленной нами амбивалентностью высоких технологий [1]. С одной стороны, они требуют для своего создания новейшего научного междисциплинарного знания, трудного для понимания даже специалистов, с другой – использование продуктов Hi-Tech под силу даже малообразованным, но функционально грамотным людям [17].

Высокие технологии, с одной стороны, укрепляют идеалы господства человека над социальной и природной средой, позволяя управлять микро- и макрообъектами, подкрепляя веру чело-

века в собственное могущество. А с другой стороны, данные технологии эти же идеалы и разрушают, так как демонстрируют хрупкость и незащищенность человека перед лицом им же порожденной мощи. Выявленные информационные механизмы воздействия Hi-Tech и Hi-Hume на социокультурные системы позволяют прогнозировать пути и способы воздействия высоких технологий на человека. Полагаем, что это даст возможность вскрывать болевые точки этих воздействий и принимать меры по предотвращению последствий их негативного влияния на человеческую целостность, общество и культуру.

В современной цивилизации личность стала значимым социальным фактором. Она имеет широкую свободу социального действия, гарантированные социальные права, доступ к финансовым, организационным, техническим рычагам управления в неизвестной ранее степени. Но для XX в. в целом характерно постепенное нарастание кризиса, который получил название «антропологический». Пик этого кризиса приходится на наши дни. Суть этого кризиса в разрушении экзистенциальных оснований человека, что проявляется в разрушении целостности внутреннего мира современного человека, базовых ценностей и т.п.

Проблема человека сегодня выдвигается на передний край философствования, что, как подчеркивает Ю. В. Петров, обусловлено кризисом современной исторической эпохи, вызванным ориентацией нынешней цивилизации на односторонние и ограниченные материальные интересы и рационализм [18, с. 600]. Начиная с Нового времени представление о человеке как целостном телесно-духовном существе, обладающем многомерным мировосприятием, стало сводиться к его машинно-техническому образу, выстроенному на бездуховных, сугубо рациональных научно-технических конструктах [19]. Человеческая экзистенция была вынесена за рамки научного рассмотрения, так как наука ничего не могла сказать о ней.

Уже в индустриальном обществе человек теряет статус хозяина «молчащих орудий». Экспансия рыночных отношений на все сферы жизнедеятельности индустриального общества и невиданные ранее масштабы разделения общественного труда, породившие «частичного рабочего» обусловили то, что именно в этом обществе остро встал вопрос об отчуждении, и в первую очередь,

об отчуждении труда. Как показал К. Маркс, отчужденный труд выступает основой всех остальных форм отчуждения, т.е. отчуждения человека от продукта труда, собственности, производства, других людей, общества в целом, самого себя. Отчуждение конкретизируется им как процесс через отчуждение конечных продуктов труда, самой деятельности, предметов труда и самоотчуждение субъекта труда [20]. К. Маркс показал, что человек становится одним из факторов производственного процесса, «винтиком» в человекомашинной системе. Человек предстает как подвид вещей, как товар с определенными характеристиками и потребительскими свойствами и включается в технологический процесс как объект с некоторыми функциями. Индустриальные технологии базируются на тотальной рационализации и направляются соответствующей ценностной ориентацией. Они совершенно не предполагают подход к человеку как к индивидуальности.

Г. Маркузе доказал, что в развитом индустриальном обществе образуется модель одномерного (стандартного) мышления и поведения человека. Основой саморегулирования выступает не репрессия, не подавление влечений и потребностей большинства, а формирование (преформирование) стандартных, ложных потребностей, привязывающих индивида к этому обществу [21, с. XIX]. Возникает «технологический человек», главной особенностью которого является «вытеснение из его поведения всего чувственного, непредсказуемого, превращение жизни в целерациональную деятельность, т.е. подавление той самой души, а потом и духовности в целом, о совершенствовании которой обычно заботятся, стремясь к самопознанию» [22, с. 137].

Подобный подход к человеку был обусловлен огромным влиянием индустриальной техники и технологий на формирование мира, в котором живет человек, и на самого человека. Так, еще Н. Бердяев писал, что «главная космическая сила, которая сейчас действует и перерождает лицо земли и человека, дегуманизирует и обезличивает, есть не капитализм как экономическая система, а техника, чудеса техники. *Человек попал во власть и рабство собственного изумительного изобретения – машины*. Наша эпоха стоит прежде всего под знаком техники и может быть названа технической эпохой. Техника есть последняя и са-

мая большая любовь человека. Человек верит в чудеса техники, когда перестал уже верить во все чудеса. Дегуманизация и есть, прежде всего, механизация и технизация человеческой жизни, *подчинение человека машине и превращение его в машину. Власть машины разлагает целостный человеческий образ* (курсив наш. – *Е.Ж.*). … Машина убийственно действует на душу, поражает прежде всего эмоциональную жизнь, разлагает целостные человеческие чувства» [23].

В свою очередь К. Ясперс, говоря об угрозах для человека со стороны техники писал о том, что труд не облегчает бремя человека в его упорном воздействии на природу, а *превращает человека в часть машины*. Техническое мышление распространяется *на все сферы* человеческой деятельности, а *человек сам становится одним из видов сырья, подлежащего целенаправленной обработке*. Техника направлена на то, чтобы в ходе преобразования всей трудовой деятельности человека *преобразовать и самого человека*. *Человек уже не может освободиться от воздействия созданной им техники* [24].

С тревогой К. Ясперс говорит о том, что «техника стала ни от кого не зависимой, все за собой увлекающей силой. Человек подпал под ее власть, не заметив, что это произошло и как это произошло». Эти тенденции развиваются и в постиндустриальном обществе. Жизнь современного человека насквозь пронизана техникой и технологиями. Удовлетворение большинства человеческих потребностей сегодня опосредовано техникой и современными технологиями, причем даже в такой сфере, как интимная жизнь[1].

Возрастающая зависимость человека от техники и технологий обостряет один из самых важных аспектов современного антропологического кризиса – *проблему идентичности человека*, причем не только индивидуальной, но и ряда коллективных [25, с. 12]. Данная проблема сегодня стоит особенно остро, приобретает тотальный характер и ряд совершенно новых черт.

---

[1] Например, противозачаточные таблетки и инъекции, созданные на основе современных биотехнологий; эротическая музыка, записанная на высокотехнологичных носителях и звучащая из высокотехнологичных воспроизводящих устройств, виртуальные симуляторы, киберсекс и многое другое.

В числе аспектов проблемы идентичности современного человека один из главных – это воздействие Hi-Tech на человеческую телесность. Современные высокие технологии буквальным образом несут в себе потенциальную угрозу человеческой телесности. О чем тут идет речь? Как это не жутко звучит, человек как индивидуальное существо изначально рождается для того, чтобы умереть. Вся история человеческого рода пронизана попытками борьбы со смертью. Особенно это характерно для эпохи Просвещения и последующих столетий, когда получило распространение атеистическое мировоззрение, и вера в загробную жизнь потеряла всякий смысл. Человек как никогда ранее стал осознавать свою конечность и ужас перед смертью. Но вера в прогресс, в торжество разума, в то, что с его помощью можно значительно продлить жизнь и молодость, способствовала развитию научных исследований и созданию соответствующих технологий. Были достигнуты значительные успехи в борьбе с болезнями, увеличилась средняя продолжительность жизни населения развитых стран.

Однако новые технологии создали и новые угрозы человеческой жизни и здоровью. Развитие высоких технологий ведет по преимуществу не только ко все большему накоплению известных отходов, но и к появлению качественно новых типов загрязнений, что само по себе чрезвычайно опасно. Это и неуправляемые радиоактивные загрязнения; и разнообразные, далеко не всегда безобидные в отношении всего живого на планете загрязнения в диапазоне всего электромагнитного спектра излучений и др. [26]. Новые технологии несут в себе всевозможные риски, которые до сих пор еще недостаточно осмыслены, не осознаются или считается, что ими можно пренебречь[1].

---

[1] Например, предполагается, что благодаря миниатюризации электронные устройства и бытовые приборы стали «интимными», потому что люди стали носить их на своем теле. На себя стали одевать плейеры, пейджеры, сотовые телефоны, калькуляторы, лэптопы. Но воздействие на здоровье человека данных устройств пока еще изучено недостаточно, и в первую очередь это касается слабого излучения электронных устройств. Д-р Л. Хилти, профессор кибернетики из швейцарской Федеральной исследовательской лаборатории по изучению материалов (EMPA), отмечает, что негативное воздействие данного излучения на здоровье человека не доказано, но и полностью в этом уверенным в отсутствии такового быть нельзя, так как оно может проявиться лишь через долгое время, поэтому никто не знает, как в долгосрочной перспективе отразится на

Немаловажно и то, что, как мы уже отмечали, *утрачивается изначальный статус человека как хозяина положения*. В новых человекомашинных системах человек начинает уже выступать не как тот, кто управляет, а *тот, кем управляют*. Человек становится не просто одним из факторов во взаимодействии с машиной (как в индустриальном обществе), но в полном смысле слова *рабом машины*. И речь даже идет не столько о том, что компьютер задает темп и ритм технологического процесса, в котором *пока еще* задействуется и человек. Появляются соверешнно новые «болевые» точки. Например, нанороботы, внедренные в организм человека, способны стать не только машинами, служащими для лечения заболеваний или продления жизни. Медицинские устройства со временем могут позволить относительно легко изменять структуру мозга или осуществлять стимуляцию определенных его отделов для получения эффектов, имитирующих любые формы психической активности. Другими словами, через целенаправленное воздействие посредством нанороботa на определенные участки коры головного мозга, отвечающие за определенное поведение или эмоции, можно сделать из человека «нанотехнологического наркомана» или принуждать его к определенному поведению. В этом случае нанотехнологии могут быть использованы в Hi-Hume (в политических, маркетинговых и других технологиях манипулятивного характера, в частности для ведения информационной разведки).

Подчеркнем, что проблема идентичности человека отнюдь не сводится только к проблеме идентичности тела, собственной телесности, но, как мы полагаем, затрагивает и социальное самоопределение, и духовные аспекты. Человек – это не только биосоциальное существо, но и в первую очередь – существо духовное.

Человеческая идентичность подвергается сегодня опасности и со стороны его психики. Мы бы хотели отметить здесь несколько аспектов: во-первых, воздействие на человеческую психику со стороны современных средств массовой информации и

человеке длительное соприкосновение с источниками слабого излучения, такими как часы или даже чипы-имплантанты, а сегодня многочисленные мобильные телефоны дают в этом смысле огромное поле для экспериментов, в которых мы все выступаем в роли подопытных [27].

коммуникации; во-вторых, убыстрение ритмов и темпов жизни; в-третьих, появление виртуальной реальности.

Человек постиндустриального общества вынужден существовать в глобализируемом поликультурном мире, заполненном большими потоками различного рода плохоупорядоченной и постоянно обновляющейся информации. Жизнь в «клип-культуре», отсутствие готовой ментальной модели реальности, хотя и ведет к большей индивидуализации и демассификации не только личности, но и культуры, но при этом ложится на человека тяжелым грузом [6, с. 278–279]. Человек формально становится более свободным, но при этом и более уязвимым. Он не только свободен в выборе, но и обречен на выбор.

Наличие в современной культуре стилевого и ценностного многообразия, свободы выбора жизненных форм, исчезновение обязательных и принудительных образов жизни и поведения в обществе не делает жизнь человека легче. Разрушение традиционных способов и форм идентификации личности по отношению к фиксированным общностям затрудняет самоопределение личности и может приводить к ее деперсонализации. Попытки самоидентификации вызывают все больше затруднений. Такие признаки, как профессиональная принадлежность, возраст, пол, национальность и ряд других, сегодня превращаются в ярлыки, которые так же изменчивы, как и те феномены, для обозначения которых они служат.

Современному человеку все труднее ориентироваться в событиях, которые происходят как в его непосредственном окружении, так и в обществе в целом. Ему все труднее выявлять базовые закономерности развития своего мира, предвидеть последствия своих действий и прогнозировать свое развитие. Усиливаются ощущения заброшенности и потерянности в этом мире. Поиски смысла жизни становятся безнадежными, построение понятной модели окружающего мира трудноосуществимым.

Информационные потоки, воздействующие на мозг, значительно усились. Природа не сталкивалась до сих пор со столь мощным уровнем информационного давления и не выработала действенных механизмов контроля и защиты. Но известно, что возникающие при этом перегрузки могут не только нанести существенный вред, но и полностью нарушить функционирование

человеческого мозга. Опасность здесь заключается в специфическом проявлении усталости центральной нервной системы, отличной от проявлений мышечной усталости. Когда при физических перегрузках человеку все труднее становится выполнять ту или иную деятельность, он либо ограничивает ее, либо от нее отказывается вовсе, что позволяет восстановить силы. Мозг человека также сначала обнаруживает усталость, но после определенного барьера она как бы исчезает, появляется нечто вроде «второго дыхания». В действительности это приводит к неочевидному для человека, но к крайне опасному по последствиям нервному истощению [28].

Но убыстряются не только скорости информационных потоков. Темпы и ритмы большого города, характеризуемые очень большими скоростями, частотами и интенсивностью, как правило, не характерными для жизни и биологических ритмов в природной среде, благодаря информационным технологиям сегодня «перемещаются» и за городские пределы. Несовместимость окружающих и естественных биологических ритмов также чревата физическими и психическими срывами. Еще Н. Бердяев писал, что «власть техники имеет еще одно последствие, очень трудное для человека, к которому душа человека недостаточно приспособлена. Происходит *страшное ускорение времени*, быстрота, за которой человек не может угнаться (курсив наш. – *Е.Ж.*). Ни одно мгновение не самоценно, оно есть лишь средство для последующего мгновения. От человека требуется невероятная активность, от которой он не может опомниться. Но эти активные минуты делают человека пассивным. Он становится средством вне человеческого процесса, он лишь функция производственного процесса. Активность человеческого духа оказывается ослабленной. Человек оценивается утилитарно, по его производительности. Это есть отчуждение человеческой природы и разрушение человека» [29].

В последнее время стала все больше распространяться работа на дому. Помимо ряда преимуществ новый гибкий график работы приводит к тому, что постепенно стирается различие между работой и свободным временем. «Так как один из законов скорости гласит, что быстрое время при встрече с медленным всегда побеждает, не нужно обладать развитым воображением, чтобы

понять: при столкновении работы и свободного времени в одном и том же месте победит работа, а не наоборот. Таким образом, человек может оставаться на работе постоянно, если хочет или если нужно. Все больше и больше людей никогда не бывают абсолютно свободны» [30, с. 154–155]. В любое время суток и любой день недели они вынуждены отвечать на телефонные звонки, электронную почту и т.п. В современном обществе человек уже нигде не может остаться наедине с собой, его жизнь становится прозрачной. В его личную жизнь и личное пространство постоянно вторгаются другие люди посредством Hi-Tech и Hi-Hume.

Сегодня наблюдается тревожная тенденция: люди сложных, требующих большой гибкости, высокодинамичных современных профессий (финансы, Web-дизайн, электронная торговля, реклама, журналистика и т.п.), успешные в профессиональной деятельности, умирают в самом расцвете лет. Появился даже такой метафорический термин – «сгорел на работе». Эти же люди испытывают огромные трудности, когда пытаются упорядочить свою жизнь, потому что ритмы жизни профессиональной и семейной не совпадают, последняя даже сегодня намного медленнее, чем первая. Как отмечает Т.Х. Эриксен, «“сгорание” и депрессия, вызывающие ощущение собственной непригодности, постепенно становятся всеобщей болезнью информационного общества» [30, с. 154].

Интенсивный ритм жизни, огромное количество стрессов, неуверенность в завтрашнем дне, растерянность в дне сегодняшнем вынуждают современного человека искать способы снятия напряжения, заставляя его прибегать к употреблению синтетических наркотиков, стимуляторов, транквилизаторов, галлюциногенов, произведенных на основе новых технологий, либо уходить в виртуальную реальность.

Справедливости ради отметим, что человек может одновременно существовать не в одной, а в нескольких реальностях, границы которых задаются способом его ви́дения. Эти реальности могут пересекаться и взаимопроникать. Разные люди, даже живя рядом, могут жить в разных реальностях [1].

Благодаря развитию современных информационных технологий неотъемлемой частью жизни современного человека становится реальность Интернет-форумов, ICQ, виртуальных лично-

стей. Фактически новый мир раздваивается на мир online и мир offline (жизнь сетевая и обычная). Людям, живущим обычной жизнью, часто трудно понимать людей, живущих сетевой жизнью, мыслящих ее категориями и говорящих на ее сленге. Как правило, сегодня сетевая жизнь ассоциируется с глобальной сетью Интернет. Но помимо глобальной существует множество локальных сетей, например корпоративных (банковских, военных, правительственных и др.) или домашних, которые далеко не всегда соединены с глобальной сетью Интернет. Думается, что проблема не только в том, что появилась сетевая жизнь, а в том, что появилась возможность сознательного ухода из обычной жизни в виртуальную. Виртуальная жизнь и реальность – это не синонимы сетевой жизни и реальности, но они часто взаимопересекаются.

Проблема виртуальной реальности в последнее время очень много и широко обсуждается в научной и философской литературе.

Известно, что появление компьютерных виртуальных реальностей обусловлено развитием современных компьютерных технологий. В этой области термин «виртуальная реальность» ввел американский ученый Д. Леньер в 1984 г. Он же стал основателем фирмы VPL Research Corporation в г. Фостер, штат Калифорния, примерно в это же время. Эта фирма стала первой компанией по созданию систем виртуальной реальности и их основных атрибутов. Но ряд исследователей еще в середине 70-х гг. XX в. использовали термин «искусственная реальность» (artificial reality), в частности М. Крюгер. У. Гибсон придумал термин «киберпространство» (cyberspace) для своего научно-фантастического романа «Neuromancer» [31, с. 209–210].

Понятие «виртуальная реальность» используется очень широко в современных научных и профанных дискурсах, но оно до сих пор не определено однозначно и его содержание является дискуссионным. Применительно к компьютерным виртуальным реальностям, как мы полагаем, вполне эвристично следующее определение: виртуальная реальность – это комплекс «методов, принципов и технических средств, обеспечивающих возможность компьютерного моделирования реального мира и интерактивного влияния на него пользователем. Таким образом, виртуальную реальность можно определить как трехмерную интерактивную гра-

фику, которая в соединении с техническими средствами реалистического отображения позволяет пользователю в реальном масштабе времени погрузиться в моделируемый мир и непосредственно действовать в этом созданном (синтетическом) мире» (цит. по [31, с. 210]).

Другими словами, виртуальная реальность – это такая система отображения информации, при которой у пользователя возникает *ощущение пребывания в мире*, синтезированном определенными устройствами. Технология виртуальной реальности включает в себя: создание высококачественных средств стереоизображений; создание средств воздействия на другие (кроме зрения) каналы поступления в человеческий мозг информации при соответствующих обратных связях; разработку программного обеспечения, позволяющего формировать необходимые образы *в реальном масштабе времени* [31, с. 210]. Виртуальная реальность представляет собой созданную на основе компьютерных средств искусственную среду, в которую можно не только проникать, но и менять ее изнутри, при этом испытывая реальные ощущения контакта со специфическим «компьютерным телом» через скафандр, перчатки, датчики, очки, вибромассажеры и другие средства при отсутствии собственно телесных контактов. «Войдя» в эту аудиовизуальную реальность, можно вступать в контакты не только с другими людьми, также «находящимися» в ней, но и с искусственными персонажами. Важные особенности виртуальной реальности заключаются в интерактивности, возможности обратить время вспять и легкой заменяемости персонажей.

Н.Б. Маньковская подчеркивает, что «колеблющееся, мерцающее, зыбкое, текучее “флуктуационное” восприятие, спровоцированное парадоксальностью виртуальных объектов, напоминает бергсоновское интуитивное “схватывание”: воздействуя на подсознательное, художественная виртуальная реальность обеспечивает мгновенное осознание целостности пакета эстетических воздействий, способствуя расширению сферы эстетического осознания и видения картины мира», но при этом «возможность конструирования виртуальных миров по идеальным законам, моделирования психологических реакций, а также вторжения в искусственные миры других участников виртуальной игры *влияет*

на восприятие реального мира как иррациональной данности, поддающейся неограниченному контролю, сферы волюнтаристских решений (курсив наш. – *Е.Ж.*)» [32, с. 323–324].

Виртуальную реальность первоначально стали использовать военные для создания имитации боевых действий и событий. Ими разрабатывались специальные тренажеры для быстрого обучения ведению боя в ситуациях, создаваемых такими имитациями. В дальнейшем с помощью компьютерных систем стали имитировать не только боевые действия, но и любые операции, которые можно описать и в дальнейшем воплотить с помощью новой техники: спортивные тренажеры, музыкальные инструменты, хирургические симуляторы для проведения операций на «призрачных» пациентах и многое другое [31, с. 210]. Но сегодня виртуальная реальность в массовом сознании, как правило, ассоциируется с компьютерными играми и глобальной сетью Интернет.

Информационные технологии позволяют сегодня создать «виртуальные сады» и даже целые «виртуальные цивилизации». Речь в данном случае не идет о распространенной компьютерной игре «Цивилизация», а о создании виртуальных городов, садов и т.п. Например, еще в 1990 г. гигантская компьютерная фирма Японии «Фудзицу» создала и сделала доступным через компьютерную сеть NYFTY-Serve прообраз мира, управляемого ЭВМ – был создан виртуальный город Хэбитэт. Обитатели этого города с населением около 10 тыс. человек ведут привычный образ жизни: делают покупки, встречаются, знакомятся и т.д. После регистрации и входа в систему каждый здесь может выбрать себе не только одежду и внешний вид, но и пол. Если вначале в системе предлагались лишь ограниченные возможности, то на настоящей стадии ее развития горожане, существующие только на экране, могут избирать депутатов, заключать между собой браки и многое другое ([31 с. 211–212]).

Или другой Интернет-проект – Телесад (telegarden.aec.at). Посетители этого сада регистрируются и входят в систему с терминалов со всего мира. Они могут направлять робота, камеру для обзора, воду и семена растений на клочок почвы 6 на 6 дюймов, который якобы существует в музее в Австрии. Для прорастания растения требуются недели, но терпеливый посетитель вознаграждается видом растения на расстоянии [5, с. 97].

В настоящее время стремление к получению все большей прибыли от разработанных систем привело к тому, что *виртуальные миры связываются с реальным миром в буквальном смысле*, например, когда жители виртуального мира прямо *во время игры* осуществляют и настоящие покупки с помощью ЭВМ. В то же время и процесс покупки все чаще организуется как посещение виртуального магазина.

В виртуальной реальности происходит разрыв между тем временем и местом, в котором ощущает себя сознание индивида, и тем временем и местом, в котором функционирует его тело. «В виртуальной реальности, когда в воображении и функциональных отправлениях он (человек. – *Е.Ж.*) может мчаться с высоких заснеженных гор, обнимать первую красавицу мира, а телесно быть импотентом или пассивно лежать на диване, информационное и вещное бытие рассогласовываются по всем параметрам личности. Человек распадается на реального – настоящего, “данного”, “бытийного” и потенциального, “инобытийного”» [33, с. 65]. Поиск все новых и новых удовольствий ведет к безудержной гонке за все более сильными ощущениями, что в свою очередь приводит человека к тотальному эмоциональному банкротству.

Проблема современного общества, как мы полагаем, в том, что человек все чаще не желает выходить из виртуальной реальности. Существуют опасения, что погружение, «иммиграция» в рукотворный фантомный мир может превратиться в своего рода «новую наркоманию». Жизнь в нем для человека часто более приятна и интересна, чем в реальной жизни. В виртуальной реальности человек надевает на себя тот образ, который ему хочется. Женщина, считающая себя в обычной жизни неудачливой, некрасивой и несчастной, в виртуальном мире становится сексуальной, привлекательной и т.п. Так же как любой мужчина может стать суперменом. Не имеет значения пол, возраст, социальные ограничения. Но такой образ существования опасен тем, что человек теряет способность различать границу между двумя мирами. Ник становится именем, личность заменяется личиной. Исследуя вопрос о влиянии виртуальной реальности на сознание, психологи отмечают некое «отрешение» приобщившихся от реального мира и тягу вновь погрузиться в мир искусственный.

Также отмечается потеря интереса «интернетоголиков» ко всему, что не связано с Интернетом, нарушение у них способности к социальным контактам [32, с. 324].

Происходит вытеснение прежних социальных контактов новыми, виртуальными, приобретаемыми посредством компьютера, что иногда не способствует, а мешает существованию человека в конкретном социуме (семье, профессиональном коллективе и др.). Яркий пример, «сидение» в чатах, которое у некоторых людей занимает большую часть времени, мешая их профессиональной деятельности или отнимая время от живого общения с членами семьи.

Многие философы отмечают, что процессы виртуализации вышли за пределы компьютерной реальности и распространяются на общество и его сферы.

Еще Э. Тоффлер один из первых осознал, что информационная революция создает суперсимволическую экономику [34]. Суперсимволизация охватывает все сферы постиндустриального общества. Знаковая реальность, которая начала доминировать еще в индустриальном обществе, переходит в виртуальную. В постиндустриальном обществе в деятельности людей, в их отношениях образы замещают реальность. Это замещение происходит во всех сферах жизни. Общество становится похожим на виртуальную реальность [35, с. 373]. Д. В. Иванов подчеркивает, что «о виртуализации общества можно говорить постольку, поскольку сущность человека отчуждается не в *социальную*, а *виртуальную* реальность… В любого рода виртуальной реальности человек имеет дело не с вещью (рас-полагаемым), а с симуляцией (изображаемым). Человек, застающий себя в *социальной* реальности, воспринимает ее всерьез, как естественную данность, в которой приходится жить. Человек, погруженный в *виртуальную реальность*, увлеченно “живет” в ней, сознавая ее условность, управляемость ее параметров и возможность выхода из нее» [36, с. 35].

Это относится и к профессиональной деятельности. Теперь большое значение начинает придаваться даже не столько реальному профессионализму (т.е. реальному набору присущих субъекту профессиональной деятельности характеристик), сколько тому образу профессионала, который работник в состоянии создать о себе. В постиндустриальном обществе происходит *виртуализа-*

ция профессионализма [8]. Современный работник сознательно затрачивает усилия (с применением научно-разработанных методик) для создания и презентации образа (имиджа), необходимого для успеха в его профессиональной деятельности и повышения собственной конкурентоспособности. В настоящее время считается, что одним из непременных атрибутов успешной конкуренции является увеличение своей заметности. В профессиональной деятельности заметность состоит в том, чтобы быть увиденным, услышанным и признанным. Поэтому в последние десятилетия XX в. буквально расцветают такие социальные технологии, которые позволяют создавать требуемый имидж, в первую очередь самоменеджмент и самомаркетинг. Получают распространение различные консультанты и литература, которые помогают человеку обучиться созданию собственного образа, либо помогают ему создать конкурентоспособный имидж. Важно, что именно Hi-Hume позволяют эффективно *играть со своим имиджем* («Я» – для себя, «Я» – для других).

И здесь мы сталкиваемся с другой особенностью современных реальностей. Как мы полагаем, они все больше и больше приобретают *игровой характер*.

Из истории развития техники известно, что технологические новинки часто рассматривались как игрушки. Было время, когда технологические новинки только и могли быть признаны обществом как игрушки, например различные механические игрушки при дворах. Это объясняется тем, что игрушка сама по себе опасности не представляет, не несет угрозу традициям. В традиционном обществе большинство инноваций, в том числе технологических, отторгалось, потому что они рассматривались как несущие угрозу традиционным устоям.

Уже в индустриальном обществе получает широкое распространение индустрия игрушек для взрослых, причем часто их стоимость очень велика, потому что данные игрушки выступают не только как объекты игры, но и как объекты коллекционирования и вложения капитала. На Западе очень распространена, например, индустрия игрушечных железных дорог. Как утверждает статистика, общая протяженность «домашних» железнодорожных путей, эксплуатируемых миллионами любителей по всему миру, в два раза превышает расстояние от Земли до Луны. Стои-

мость игрушек иногда достигает десятков тысяч евро, они изготавливаются под заказ и являются точными копиями либо старинной, либо самой новейшей техники и в них воплощаются последние достижения Hi-Tech. Так, для домашних игрушек производится специальное программное обеспечение, а многие любители постепенно переходят на компьютерное управление своими игрушками, например железными дорогами. Игрушки выступают как часть обучающих проектов. Например, на ярмарке железнодорожных моделей в Кёльне 2002 г. Немецкий союз производителей игрушек предложил вниманию публики сразу несколько обучающих проектов, связанных с этим хобби: железные дороги могут служить замечательным иллюстративным материалом для изучения истории эпохи индустриальной революции, английского языка, геометрии, химии и даже информатики [37].

Новые высокотехнологические изделия, как правило, очень дороги. Тем более что они часто создаются не под имеющуюся потребность, а сами эти потребности создают. Поэтому производителю (продавцу) выгодно создавать ореол «модности» вокруг технологических новинок. Наличие этой вещи в собственности подается с помощью Hi-Hume как некий «маркер» социального статуса. Фактически люди оказываются участниками некой игры, но ее правила задают производители Hi-Tech-а и внедряют через Hi-Hume.

Так как Hi-Tech-новинки создают новые потребности, то необходимо время, чтобы к ним привыкнуть, а это иногда трудно, потому что могут меняться стереотипы поведения, деятельности и времяпрепровождения. Привыкать к Hi-Tech-новинкам намного легче, если они используются сначала именно как игрушки. Это нередко используется производителями в маркетинговой деятельности. Например, в 2000 г. на выставке игрушек American International Toy Fair впервые отдельный павильон был отведен высокотехнологичным игрушкам, в разработке которых принимают участие ведущие компьютерные компании. Компания Intel представила там 3 новые игрушки для детей, созданные ею в кооперации с компанией Mattel в совместной лаборатории Smart Toy Lab: видеокамеру, цифровой плейер и редактор видеоизображений. С помощью видеокамеры Me2Cam ребенок легко сможет вывести свое изображение на экран компьютера. Цифровой

плейер Sound Morpher для детей от 6 лет и старше служит для записи звуков, из которых потом на компьютере можно составлять различные комбинации. Самым сложным устройством является Digital Movie Creator, в состав которого входят видеокамера для захвата изображений и средства редактирования полученного видео [38].

Изменению соотношения досуга и труда, свободного и рабочего времени во многом способствует то, что современная бытовая и офисная техника делается таким образом, чтобы она могла использоваться *и для работы, и для отдыха*. Например, современный ноутбук. Во-первых, это красивая вещь из черного (либо другого цвета) ударопрочного материала, приятного на ощупь. Во-вторых, в нем скомбинированы DVD-CD-RW, пятнадцатидюймовый LCD, USB порты, ридер для SD-MS карт, музыкальный плеер, который можно включать без включения всего компьютера, и ряд других «наворотов». Это позволяет использовать ноутбук не только непосредственно для работы (набора и форматирования текста и др.), но для приятного времяпрепровождения. Ридер для карточек позволяет оперативно делать фоторепортажи с цифровых фотоаппаратов, встроенная сетевая карточка обеспечивает доступ в Интернет, DVD-плеер позволяет в любом месте и в любое время слушать музыку или смотреть фильм, например, в самолете или поезде во время командировок.

Или другой пример: в мобильной связи также наблюдается распространение новой тенденции – игр на экране «мобильника». «“Мы называем их snack games – поиграть, как перекусить. Это две-три минуты – можно поиграть на автобусной остановке, в метро по дороге на работу”, – объясняет эксперт в области сотовой связи Митч Ласки» [40].

Но тот же ноутбук или сотовый телефон имеет и обратную сторону медали – многие люди работают больше и интенсивнее, чем даже в 80–90-е гг. XX в. В поезде, метро, на отдыхе – нигде человек не может больше чувствовать себя свободным от своей профессиональной деятельности, поэтому большую часть свободного времени люди стали вынужденно тратить не только на восстановление сил, но и на избавление от стресса [30].

Но избавление от стресса сегодня тоже происходит посредством игровой реальности. С одной стороны, человек «уходит» в

виртуальную реальность компьютерных игр или Интернета, забывая таким образом о необходимости решения насущных проблем, с другой стороны, многие виды современной психологической помощи основаны на принципах «психодрамы» или «социодрамы». В них взаимоотношения людей рассматриваются как игра, например, в драмтерапии. Взрослые люди под руководством тренера разыгрывают спектакль, «проигрывая» конфликтные и значимые для кого-то из них ситуации, предлагая как бы со стороны посмотреть на данную ситуацию и увидеть себя в ней. В сущности, предлагается формировать отношение к жизни как к игре. Позиция игрока, стремящегося к достижению целей (не важно каких), позволяет избегать нервных срывов и адаптироваться к встречающимся трудностям.

Отметим, что погружение в виртуальную реальность, часто рассматриваемое как просто игра, приводит к тому, что эта игра иногда настолько затягивает, что начинает диктовать условия всей жизни человека. Игромания и сетевая зависимость сегодня рассматриваются уже как аналоги наркомании и алкогольной зависимости.

В постиндустриальном обществе у большинства населения отмечается достаточно высокий уровень жизни. Наличие развитых технологий позволяет персонализировать массовую продукцию с сохранением ее относительно невысокой себестоимости. Основные жизненноважные потребности людей уже удовлетворены, общество достигло не просто насыщения, а во многом и пресыщения потребностей. Скука становится настоящим «бичом» человека западного общества. Не случайно современную западную цивилизацию многие социологи называют «обществом развлечений» или «цивилизацией досуга» (Дюмаздье, Фурастье). Для того чтобы весело «убить время», существует огромное количество способов: электронные игры, дискотеки Hi-Fi, «пейнтбол», множество развлекательных каналов на радио и TV, теле- и радиоигры, часто с элементами интерактивности и т.д. На основе виртуальной реальности возникла индустрия интерактивных развлечений и услуг нового поколения, в которой обыгрываются принцип обратной связи и эффект присутствия. Это многообразные видеоигры, рекламные видеоклипы, виртуальные ярмарки, телешопинги, интерактивные образовательные про-

граммы, электронные тренажеры, ситуационные комнаты и т.д. Виртуальный спорт позволяет стать как участником, так и болельщиком, зрителем виртуального соревнования («Синеполис», «Виртуаленд» и др.). Киберсекс заменяет реального партнера [32, с. 321]. Жизнь современного человека превращается в вечную погоню за ускользающими благами и фактически уподобляется игре, о правилах которой обывателю задумываться некогда.

С помощью высоких технологий люди могут «играться» не только со своим сознанием, но и со своим телом, что демонстрируют современные операции по смене пола, коррекции фигуры и лица, технологии наращивания и покраски волос, продления жизни и многое другое.

Но игра приобретает и другой аспект. Люди играют в своей жизни, как на сцене. Э. Ги Дебор назвал современное общество «обществом спектакля». Спектакль, по Дебору, – это не совокупность образов, но общественные отношения между людьми, опосредованные образами. Сам спектакль нельзя понимать ни как искажение видимого мира, ни как продукт технологии массового внедрения образов. Скорее, это мировоззрение, *Weltanschauung*, реализовавшееся в действительности, облекшееся плотью материального. Это видение мира, вдруг ставшее объективным [40].

Язык «общества спектакля» – это язык имиджей. Имидж выступает как форма однонаправленного воздействия, имеющая цель создать у адресата определенный комплекс представлений и через него управлять людьми и общественным мнением [41], причем не только в интересах властной или финансовой элиты, но и в интересах конкретного человека, в том числе того, кто является носителем имиджа. «Место реальности заняло зрелище. Зрелище – не просто видимость, не просто изображение, не развлечение и, тем более, не обозначение мира шоу-бизнеса. Зрелище включает в себя все общество, как и общество включает его. Исчезли слова и тела. СМИ заняли место памяти и языка, государство слилось с мафией, жизнь – с торговлей. Прошлого не существует, оно ежеминутно переписывается. Противопоставление подлинного и поддельного, реального и кажущегося устарело. СМИ командуют воображением людей, которые перестали разговаривать друг с другом и совершать поступки, поскольку замкнуты в роли зрителей» [42].

Дебор подчеркивает, что происходит отчуждение зрителя и его подчинение созерцаемому объекту, который является продуктом собственной бессознательной деятельности зрителя. Это выражается следующим образом: «…чем больше он созерцает, тем меньше он живет; чем с большей готовностью он узнает свои собственные потребности в тех образах, которые предлагает ему господствующая система, тем меньше он осознает свое собственное существование и свои собственные желания. Влияние спектакля на действующий субъект выражается в том, что *поступки субъекта отныне не являются его собственными, но принадлежат тому, кто их ему предлагает* (курсив наш. – *Е.Ж.*). Вот почему зритель нигде не чувствует себя дома – вокруг него сплошной спектакль» [40].

Театральные приемы сегодня распространяются на всю социальную действительность. Даже бизнес, исходя из модели «работа – это театр», превращается в захватывающее представление, а принципы успешной постановки впечатлений и театральные приемы используются в организации маркетинговой деятельности компании [43]. Компания становится «режиссером впечатлений», а клиенты – «зрителями» или «гостями». Технологии управления, в первую очередь Hi-Hume, активно используют зрелищные факторы и театральные приемы.

Большинство взрослых сегодня играет или играется, а не просто живет. Игра становится образом жизни все большего числа людей. И речь тут не идет только об индустрии развлечений, растущей огромными темпами. Игра касается не только и не столько ее. Взрослые люди играют на биржах, стадионах, в офисах, конференц-залах, казино и интимной обстановке. Ведут политические и финансовые игры, играют словами и обещаниями, играют в любовь и порядочность. Таким образом, словосочетание «вся жизнь – игра» сегодня стало не только расхожим штампом, но и адекватной дефиницией жизни. Правила этой игры все чаще задают производители Hi-Tech-а, использующие мощные и скрытые рычаги Hi-Hume. И если мы сами хотим решать, какая роль в этом спектакле нам предпочтительна – кукловода, куклы или зрителя, то мы должны научиться выявлять и распознавать манипулирующие действия Hi-Hume и учиться им противостоять.

Литература

1. Жукова, Е. А. Hi-Tech: феномен, функции, формы / Е. А. Жукова ; под ред. И. В. Мелик-Гайказян. Томск : Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2007. – 376 с. (Серия: Системы и модели: границы интерпретаций).
2. Желены, М. Управление высокими технологиями / М. Желены // Информационные технологии в бизнесе: Энциклопедия / под ред. М. Желены ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2002. – С. 81–89.
3. Жукова, Е. А. Проблема классификации высоких технологий / Е. А. Жукова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2008. – Вып. 1 (75). – Серия: Гуманитарные науки (философия). – С. 35–46.
4. Мелик-Гайказян, И. В. Информационные процессы и реальность / И. В. Мелик-Гайказян. – М. : Наука. Физматлит, 1998. – 192 с.
5. Дрейфус, Х. Л. Телеэпистемология: последний рубеж Декарта / Х. Л. Дрейфус // Виртуалистика: экзистенциальные и эпистемологические аспекты. – М., 2004.
6. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: ООО «Фирма “Изд-во АСТ”, 1999. – 784 с.
7. Ерасов, Б. С. Социальная культурология / Б. С. Ерасов. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 591 с.
8. Жукова, Е. А. Профессионализм в постиндустриальном обществе: социально-философский анализ / Е. А. Жукова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – Серия: Философия, культурология, история. – 2001. – Вып. 3(28). – С. 26–30.
9. Жукова, Е. А. Профессионализм в сфере Hi-Hume / Е. А. Жукова // Высшее образование в России. – 2007. – № 8. – С. 117–120.
10. Грачев, Г. Манипулирование личностью / Г. Грачев, И. Мельник (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://nkozlov.ru/library/s43/d2878/?full=1&print=1
11. Ляпоров В. Вожделенная синергия (Электронный ресурс). – Режим доступа :: http://offline.ibusiness.ru/offline/2002/215/20042/
12. Жукова, Е. А. Человек в плену Hi-Hume / Е. А. Жукова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2007. – Вып. 11 (74). – Серия: Гуманитарные науки (Философия). – С. 29–35.
13. Брэнды занимают место религии в сознании людей (Электронный ресурс). – Режим доступа :. – http://www.pronline.ru/articles/show/
14. Миф, мечта, реальность: постнеклассические измерения пространства культуры : монография / И. В. Мелик-Гайказян, Г. И. Петрова, Н. А. Лукьянова, Ю. С. Осаченко, О. Ю. Матвеева, М. С. Кухта ; под ред. И. В. Мелик-Гайказян. – М. : Научный мир, 2005. – 256 с.
15. Жукова, Е. А. Социокультурная реальность Hi-Tech: изменение подготовки элиты будущего / Е. А. Жукова // Высшее образование в России. – 2006. – № 11. – С. 86–94.
16. Жукова, Е. А. Философские проблемы технологий и феномен Hi-Tech / Е. А. Жукова, И. В. Мелик-Гайказян // Философия математики и технических наук. – М.: Академический проект, 2006. – С. 557–586.
17. Жукова, Е. А. Вызов высоких технологий содержанию образования / Е. А. Жукова // Высшее образование в России. – 2008. – № 9. – С. 94–98.
18. Петров, Ю. В. Философия человека / Ю. В. Петров. – Томск: НТЛ, 2003. – 1004 с.
19. Пилипишин, Д. В. Возможности и границы человеческого измерения социотехнических систем / Д. В. Пилипишин : Монография. М., 2000. Глава I. Проблема несоразмерности человека и социотехнических систем. Экзистенциальный и социальный аспекты. 1.1. Становление проблемы (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://dr-dion.narod.ru/stat.htm

20. Маркс, К. Экономическо-философские рукописи 1844 года / К. Маркс // К. Маркс, Ф. Энгельс. Сочинения. Изд. 2-е. – Т. 42. – С. 86–97.
21. Маркузе, Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе. – М., 1994.
22. Кутырев, В. А. Естественное и искусственное: Борьба миров / В. А. Кутырев. Нижний Новгород, 1994.
23. Бердяев, Н. Судьба человека в современном мире. К пониманию нашей эпохи. Гл. III: Новые силы мировой жизни. Вступление масс. Коллективы. Экономизм. Техника. Безработица. Национализм и расизм. Этатизм и цезаризм. Народы Востока (Электронный ресурс) / Н. Бердяев. – Режим доступа : http://www.gumer.info/ bogoslov_Buks/Philos/Berd/_Sud_Chel02.php
24. Ясперс, К. Истоки истории и ее цель / К. Ясперс ; пер. с нем. – М.: Республика, 1994. – 528 с.
25. Лекторский, В. Умер ли человек? / В. Лекторский // Человек. – 2004. – № 4. – С. 10–16.
26. Лузгин Б. Н. Обратная сторона высоких технологий (Электронный ресурс) / Б. Н. Лузгин. – Режим доступа : http://www.lpur.tsu.ru/Public/ art2002/sbornik/003.htm
27. Будущее хай-тека: скрытая угроза (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://www.rostov.ru/rep678684
28. Паршин, С. А. Экология человека в информационном и постинформационном обществе / С. А. Паршин, Б. В. Ахлибининский // Россия: прошлое, настоящее будущее: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 16–19 дек. 1996 г. СПб., 1996 (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://anthropology.ru/ru/texts/parshin/rusppf_33.html
29. Бердяев, Н. А. Царство духа и царство Кесаря / Н. А. Бердяев. – М.: Республика, 1995. – 384 с.
30. Эриксен, Т. Х. Тирания момента. Время в эпоху информации / Т. Х. Эриксен ; пер. с норв. – М.: Весь Мир, 2003.
31. Севальников, А. Ю. Онтологические аспекты виртуальной реальности / А. Ю. Севальников // Виртуалистика: экзистенциальные и эпистемологические аспекты. – М.: Прогресс-Традиция, 2004.
32. Маньковская, Н. Б. Эстетика постмодернизма / Н. Б. Маньковская. – СПб.: Алетейя, 2000. – 347 с.
33. Кутырев, В. А. Культура и технология: борьба миров / В. А. Кутырев. – М.: Прогресс–Традиция, 2001. – 200 с.
34. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер ; пер. с англ. – М.: ООО «Изд-во АСТ», 2001. – Ч. 2: Жизнь в суперсимволической экономике. – С. 44–121.
35. Иванов, Д. Общество как виртуальная реальность / Д. Иванов // Информационное общество. – М.: ООО «Изд-во АСТ», 2004. – С. 355–427.
36. Иванов, Д. В. Критическая теория и виртуализация общества / Д. В. Иванов // Социологические исследования. – 1999. – № 1. – С. 32–40.
37. Немцы играют в «паровозики» // Цайтунг.ру. – 2003. – № 110 (390). – 7 апреля (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://www.mb.spb.ru/zeit/2003/4.htm
38. Intel и Mattel представляют очередные высокотехнологичные игрушки (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://app.rol.ru/it/news/00/02/17_041.htm
39. Мобильные игры: Игрушки для взрослых (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://txt.e-strana.ru/read.php?id=3406
40. Дебор, Э. Ги. Общество спектакля / Э. Ги Дебор ; пер. с франц. Б. Немана (Электронный ресурс). – Режим доступа :. http://avtonom.org/ lib/theory/debord/ society_of_spectacle.html
41. Никитина, И. В. Маски массовой культуры / И. В. Никитина // Человек. – 2004. – № 6. – С. 103–113.

42. Вступительная статья // Дебор Ги. Общество спектакля / Пер с франц. С. Офертаса и М. Якубович (Электронный ресурс). – Режим доступа : http://traditionallib.narod.ru /slovo/philos/soc/debor01.htm
43. Пайн, Д. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Д. Пайн, Д. Гилмор. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2005. – 304 с.

О ВОЗМОЖНОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ «ЧЕЛОВЕКА НООСФЕРНОГО»

А. Н. Кочергин, Москва, Россия

Ноосфера – это невидимое пламя вокруг планеты, которое предстоит превратить из огня в свет.

В. Кротов.

Человек – не что иное, как то, чем он себя сделает.

Ж.-П. Сартр

Обострение экологического кризиса побудило многих исследователей связывать выживание цивилизации с устойчивым развитием. Но само понятие устойчивого развития единой интерпретации не получило. В качестве способов сохранения устойчивости биосферы стали предлагаться такие, как: ограничение био- и энергопотребления, ограничение численности населения и потребления, переход на модель развития с опорой на опережающее образование с целью предвидения и предотвращения катастроф и т.д. Важность данных способов сохранения устойчивости биосферы сомнений не вызывает. Еще Мальтус представлял жизнь человечества как заключенную внутрь своеобразного «экологического треугольника», одна вершина которого означает количество живущих в каждый данный момент времени людей с их потребностями, вторая – разведанные ресурсы, третья - существующие технологии. Нормальная жизнь общества зависит от равновесия этих вершин: как только увеличение количества людей и их потребностей превышают возможности их удовлетворения за счет имеющихся ресурсов и технологий, в обществе срабатывает механизм стабилизации, сбрасывающий нагрузку на природную среду путем уменьшения числа живущих людей (эпидемии, войны и т.д.). Поэтому приведение численности населения и его потребностей в соответствие с возможностями их

удовлетворения – необходимое условие сохранения устойчивости биосферы. Для принятия нужных в этом отношении решений необходимо и опережающее образование, предполагающее выработку нового сознания. При таком подходе концепция устойчивого развития оказывается обращенной лишь в будущее. Однако заглянуть в будущее человека, не зная его прошлого, механизмов эволюционного развития, подлинного места в биосфере, невозможно. Эволюционно обусловленное место человека в биосфере может быть установлено только с учетом пройденного им ранее эволюционного пути. Поэтому концепция устойчивого развития своим основанием должна иметь принцип эволюционно обусловленного экологического развития.

В настоящее время существуют две точки зрения на состояние биосферы. Одна из них исходит из того, что эволюция биосферы продолжается, другая - рассматривает происходящие в биосфере изменения как свидетельство ее деградации. В последнем случае речь идет о том, что за последнее столетие с лица Земли исчезли (или близки к этому) до 25 тысяч видов высших растений и более тысячи видов позвоночных животных. Для сохранения биологического разнообразия, являющегося условием прогрессивной эволюции, необходима организация неистощительного природопользования. Суть в том, что человек одновременно является творцом и субъектом истории своей хозяйственной деятельности, порождающим в природных видах те же самые генетические процессы, какие сейчас регистрируются в его собственных популяциях, а именно: эволюцию к двум предельным состояниям структуры – панмиксии (свободному скрещиванию особей в пределах популяции) или крайней подразделенности, когда стираются либо чрезмерно гипертрофируются межпопуляционные различия. Процесс первого типа характерен для народонаселения зарубежной Европы, где происходит «свертывание» межпопуляционных различий и нарастание внутрипопуляционного полиморфизма, а процесс второго типа характерен для коренных монголоидных популяций Северной Азии и Америки.

Эти процессы являются платой за «цивилизацию» в первом случае, за «примитивный образ жизни» - во втором. Оба они ведут к снижению приспособленности или даже деградации, приближая системы популяций к крайним пределам поддержания

ими своей целостности. Поэтому взаимодействие человека с природой должно строиться так, чтобы не разрушать системную организацию популяций, а внутри – удерживать межпопуляционное генное разнообразие на оптимальном уровне. А это предполагает, во-первых, сохранение генетического разнообразия уцелевших популяционных систем в процессе их промысла и искусственного воспроизводства; во-вторых, восстановление систем, структура которых уже нарушена. В-третьих, создание новых систем популяций в регионах, в которых имеются для этого необходимые естественные и экономические условия. При этом данные принципы рассматриваются как пригодные для любых уровней биологической организации, включая экосистемный. Важнейшим условием стабильности любой экосистемы является саморегуляция через взаимодействие относительно независимых структурных компонентов, обменивающихся друг с другом информацией о собственном состоянии и о состоянии окружающей среды, а также о том, что лишь на основе сохранения, восстановления и имитации исторически обусловленных направлений и интенсивности этих информационных потоков возможны как длительное существование охраняемого или вновь создаваемого сообщества, так и его способность целесообразно реагировать на внешние воздействия, не выходящие за пределы исторического оптимума.

Приоритет, отдаваемый цивилизацией техногенным ценностям, означает, по сути дела, отказ от более высокоорганизованной среды обитания в пользу менее организованной, от устойчивого жизнеобеспечения к неустойчивому. Техническое жизнеобеспечение строится на быстропротекающих высокоэнтропийных процессах с короткой памятью. Это обеспечение само нуждается в живой биосфере. И если биосфера будет разрушена, то прекратится и техническое жизнеобеспечение. Поэтому цель введения биосферы в ценность первоочередного характера является делом не только естественным, но и неизбежным. Производственные возможности общества подлежат строгой ориентации на защиту, расширение и развитие жизни во всем ее многообразии. Жизнеориентирующие концепции, выработанные коллективным разумом на базе междисциплинарных усилий, должны преобразовать исторически сложившуюся систему неограниченного потребления и побудить людей потреблять в соответствии с

реальными возможностями, а не по принципу «после нас хоть потоп». Необходимо создание новой системы отношений, в которой паритет потребностей человека и возможностей природы в поступательном развитии общества наложит разумные ограничения на безудержную экономическую экспансию той части человечества, которая попирает не только законы природы, но и элементарные нормы гуманизма. Иначе говоря, в дальнейшем цивилизация должна управлять не только воздействиями на природу, но и воздействиями на само общество. Преобразование системы выработки целей общества должно опереться на новое мировоззрение, новые смыслы в оценке человека, природы и их совместной эволюции. Потребуется глобальное биосферной образование, вырастающее из понимания путей выхода из общепланетного «разбаланса». Разрушительная мощь техногенных воздействий подлежит срочной и повсеместной нейтрализации, которая должна опереться на уважение жизни, уважение природы со стороны всего человечества. Все это свидетельствует о необходимости «конструирования» человека ноосферного.

Итак, человечество подошло к такой черте своего развития, когда природа «напомнила» ему, что оно является ее составной частью. Поэтому нарушение ее законов не остается без последствий для человека. Человек же, хоть он и sapiens, пока разумно самоорганизоваться не сумел. Он нарушил целый ряд биологических законов: запрет на внутривидовое истребление, запрет на ограничение численности вида, нарушил межвидовой баланс, снял ограничения в воздействиях на абиотическую среду, трансформировал потребность от необходимости к полезности, от полезности к желанию, от желания к прихоти, престижу, моде и т.д., т.е. перевел потребность из объективной «категории» в субъективную. А это и создало ситуацию, в которой остается лишь подсчитывать шансы на выживание. Для реального использования этих шансов человеку необходимо научиться подчинять свои социально-экономические устремления общевидовым, даже общебиологическим интересам. Человеку необходимо осознать, что его отношению к природе как к объекту пришел конец – человек должен научиться относиться к природе как к самому себе. В этом и заключается шанс на выживание. Стихийное развитие цивилизации закончилось, сознание должно определять бытие.

Поэтому у человечества альтернатив трансформации современного состояния экологического сознания в ноосферу нет.

Поскольку единая трактовка понятия ноосферы в настоящее время отсутствует, необходимо уточнить его смысл. Уточнение смысла понятия ноосферы целесообразно осуществить в рамках его трактовки В. И. Вернадским, стремившимся придать ему научный характер (в отличие от трактовок Э. Леруа и П. Тейяра де Шардена). В. И. Вернадский трактовал ноосферу двояко: как ставшую с появлением человека и как становящуюся ведущим фактором дальнейшего развития человечества. В контексте проблемы выживания человечества нас больше будет интересовать второй аспект. Именно переход биосферы в ноосферу в будущем, по мысли В. И. Вернадского, позволит человечеству достичь на основе науки, разума такой формы организованности взаимодействия общества и природы, которая создаст необходимые для сохранения и дальнейшего развития человечества условия. Наука, разум, мораль, система ценностных установок общества должны обрести качественно новое содержание, обеспечивающее возможность создания таких условий. Для современного мира, раздираемого политическими, экономическими, идеологическими, религиозными и тому подобными противоречиями, необходима выработка таких принимаемых всеми людьми, государствами, конфессиями и т. д. мер, которые обеспечивали бы устойчивость биосферы как необходимое условие выживания и устойчивого развития человечества.

В качестве необходимых условий становления ноосферы В. И. Вернадский выдвигал следующие: 1) заселение человеком всей планеты; 2) резкое преобразование средств связи и обмена между странами; 3) усиление связей, в том числе политических, между всеми странами планеты; 4) начало преобладания геологической роли человека над другими геологическими процессами, протекающими в биосфере;. 5) расширение границ биосферы и выход в космос; 6) открытие новых источников энергии; 7) равенство людей всех рас и религий; 8) увеличение роли народных масс в решении вопросов внешней и внутренней политики; 9) свобода научной мысли и научного искания от давления религиозных, философских и политических построений и создание в государственном строе условий, благоприятных для свободной

научной мысли; 10) продуманная система народного образования и подъем благосостояния трудящихся, создание реальной возможности не допустить недоедания и голода, нищеты и чрезвычайно ослабить болезни; 11) разумное преобразование первичной природы Земли с целью сделать ее способной удовлетворить все материальные, эстетические и духовные потребности численно возрастающего населения; 12) исключение войн из жизни общества.

С выполнением первого и второго условий принципиальных трудностей нет. Третье условие можно считать выполняющимся. Четвертое условие выполняется, хотя и весьма противоречивым образом. Относительно выполнения пятого условия ситуация такова. В. И. Вернадский границы биосферы не считал постоянными. Он подчеркивал их расширение в прошлом как итог выхода живого вещества на сушу, появления высокоствольной растительности, летающих насекомых, а позднее летающих ящеров и птиц. В процессе перехода в ноосферу границы биосферы должны расшириться, а человек должен выйти в космос – начало этому положено. Что касается дальнейшего освоения космоса, то это во многом будет зависеть не только от материальных возможностей, но и от желания и воли людей это делать. Человек, будучи существом космопланетарным, обречен на освоение космоса. Шестое условие, связанное с открытие новых источников энергии, следует уже сейчас считать частично выполненным за счет освоения атомной энергии. Освоение термоядерной реакции также считается принципиально достижимым. Седьмое условие пока не достигнуто, но существенные сдвиги в направлении его достижения уже имеются. Дальнейшее развитие процесса глобализации будет способствовать его реализации. Восьмое условие пока выполняется в странах с парламентской формой правления. С развитием демократии оно будет реализовываться все больше и больше. О полном выполнении девятого условия пока говорить трудно, особенно применительно к странам, где ученый часто вынужден искать не истину, а спонсора. Однако есть основания утверждать, что с выполнением этого требования в принципе дело не безнадежно. Десятое условие можно считать выполненным в основном применительно к «золотому миллиарду». В горизонте развития современной науки принцип автотрофности пока не

реализуем, поэтому полная реализация данного условия остается проблематичной в практически обозримое время. Вместе с тем следует учесть предупреждение В. И. Вернадского о том, что процесс перехода биосферы в ноосферу не может происходить постепенно и однонаправленно. Одиннадцатое условие пока не может считаться выполненным (в том числе и в России). Здесь мы встречаемся с принципиальной трудностью (речь о которой пойдет ниже). Двенадцатое требование тоже пока не выполнено. Вообще пока нет ясности в том, может ли оно быть выполненным в современных условиях, года богатые и сильные страны навязывают бедным и слабым свои ценности, что с неизбежностью рождает фундаментализм и противодействие глобализации в той форме, в какой она навязывается этим странам.

Важно учесть еще два обстоятельства. Первое касается сроков успешной трансформации наличной формы экологического сознания в ноосферу. Осознать глобальную опасность экологического кризиса и не дать ему перерасти в глобальную экологическую катастрофу – значит поумнеть. Однако сейчас проблема даже не в том, захочет ли человечество поумнеть, т.е. изменить свои ценностные ориентации и целевые установки, а в том, успеет ли оно это сделать за время, отделяющее его от глобального экологического коллапса. Массовое сознание, а экологическое особенно, весьма консервативно. И как бы ни был высок интеллектуальный уровень элиты общества, попытки изменить ценностные установки с учетом интересов природы (следовательно, и долговременных интересов человечества), предпринимаемые элитой общества традиционными средствами, могут наталкиваться именно на сопротивление со стороны массового сознания. Поэтому сейчас и необходимы самые энергичные меры в области экологического образования, воспитания и законодательства, без которых человечество просто не успеет «поумнеть». Экологическому воспитанию и законодательству здесь принадлежит важная роль – от элиты общества, в числе прочего, потребуется демонстрация аскезы в образе жизни. Второе (самое главное) касается самой принципиальной возможности трансформации экологического сознания в направлении превращения его в ноосферу. Вся история человечества может быть рассмотрена с точки зрения борьбы индивидов, социальных групп и т.д. за повышение уровня

комфортности жизни, т.е. с позиции столкновения эгоистических устремлений людей. Эгоизм человека уходит своими корнями в его биологическую природу, т.е. человек как существо социальное по своей сути, остается существом биологическим по своей природе. Природа любого субстрата определяет комплекс его свойств. Это касается и природы биосубстрата. Но кто измерил возможности изменения свойств человеческого сознания, возникшего на основе биосубстрата, в направлении превращения их из эгоистических в альтруистические? В этом суть проблемы.

В свое время ответ на этот вопрос пыталась дать евгеника, а в настоящее время – генная инженерия. Если учесть, что общее направление социальной эволюции в рамках концепции ноосферы В. И. Вернадского выражается в стремлении человека как вида превратиться в конструктора биосферы, то положительное решение вопроса о необходимости вмешиваться в наследственность человека не выглядит неприемлемым. Поэтому постановку вопроса о том, будет ли соответствовать генофонд человечества его новым задачам, является принципиально важной. Совершенно новые условия существования будут обусловливать необходимость совершенствования самого вида в направлении приспособления к этим условиям. Данную проблему можно проиллюстрировать на примере попыток искоренения асоциального поведения в обществе.

На протяжении всей истории общества проблема асоциального поведения части его представителей является острой. Все общества с древнейших времен пытались создать не только эффективную систему карательных мер для борьбы с преступностью, но и выработать систему воспитания, удерживающую от совершения преступных деяний не страхом наказания, а внутренними «тормозами». Формировать в сознании людей эти «тормоза» были призваны, прежде всего, педагогика и искусство. Сейчас становится ясным, что исторический опыт человечества демонстрирует неудовлетворительную эффективность существующей системы воспитания и данных конкретных наук о человеке в борьбе с проявлениями асоциального поведения – количество и тяжесть преступлений с течением времени не обнаруживает тенденции к их снижению. Объяснение этого факта возможно лишь наличием серьезных изъянов в самой природе человека, неадек-

ватностью последней принятой в обществе системе воспитания. Отсюда и попытки связать особенности поведения человека с его наследственностью, определяемой его биологической природой.

Попытки научного осмысления данной проблемы относятся к концу XIX в., когда выходом книги Френсиса Гальтона «Исследования о способностях человека» ознаменовалось рождение евгеники, задача которой усматривалась в изучении влияний, улучшающих наследственные качества человека. Но только в 30-х гг. XX в. евгеника получила возможность опереться на методы генетики. Однако судьба самой дисциплины, ориентированной на улучшение наследственных качеств человека, оказалась весьма драматичной вследствие расистских установок ее автора. Появление генной инженерии, способной своими методами исправлять генетические дефекты и создавать организмы с заранее заданными свойствами, стало менять ситуацию: генно-инженерные методы стали открывать принципиальную возможность контролировать генотип человека, конструировать индивидуальные генетические программы. Поведенческие признаки и характеристики во многом определяются его генетической структурой. Каждый человек уникален в своем наборе и комбинации генов. Гены, ответственные за поведенческие признаки, обладают значительной амплитудой модификационной изменчивости, широким диапазоном нормы реакции на окружающую среду. Задача состоит в том, чтобы «нащупать» оптимальную точку (зону) внутри задаваемых «поведенческими» генами рамок нормы реакции и подвести человека, как носителя определенной комбинации данных генов, возможно ближе к «генетико-поведенческому оптимуму», исключающему асоциальное поведение. Тот факт, что определенный процент преступников не удается перевоспитать, свидетельствует о том, что у таких индивидов весь диапазон нормы реакции генотипа, включая «генетико-поведенческий оптимум», не выходит за пределы «асоциальных рамок». Из этого следует, что для более или менее радикального решения проблемы асоциального поведения усилий лишь педагогики и искусства недостаточно – необходима профилактика появления, образно говоря, «фатально преступных генов». В качестве средств подобной профилактики методы селекции использоваться не могут по моральным соображениям.

Методы же генной инженерии могут предупреждать появление нежелательных комбинаций генов.

Несомненно, что техническое осуществление подобного вмешательство в наследственность весьма сложно, ибо эффективный инструментарий для манипуляции генами и хромосомами в обозримом будущем создать вряд ли удастся. Сейчас можно лишь строить предположения относительно того, каким образом будут производиться «генетические прививки» - будет ли осуществляться внутриутробный скрининг генотипа новообразованной зиготы с последующей (в случае необходимости) его коррекцией, или будут накладываться ограничения на процессы кроссинговера (взаимообмена гомологичными участками) хромосом в ходе образования гамет, или будут выработаны иные способы предотвращения нежелательных генных комбинаций. Кроме того, необходимо учитывать фактор времени – средства выживания должны появиться раньше, чем произойдет глобальный экологический коллапс.

РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСТРУИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ ШКОЛЬНИКА

Н. С. Лещук, Москва, Россия

Недостатки в воспитании подрастающих поколений, выявленные в системе образования на современном этапе развития общества (как результат перестроечных процессов в социально-экономической, культурно-исторической сферах жизни России в последние 15 лет, как следствие вхождения в рыночно-капиталистические условия) свидетельствуют о том, что институты образования, и, прежде всего, средняя общеобразовательная школа не выполняют своей ведущей функции: готовить для общества не просто грамотных, а образованных и воспитанных людей, востребованных развивающимся обществом в XXI в. Эта педагогическая реальность обусловлена многими факторами, основными среди которых являются: возникновение в российском обществе стихийной, деструктивной для развития молодежи, опасной по своим последствиям социальной ситуации, появ-

ление новых требований к личности со стороны общества, девальвация и потеря системы традиционных ценностей, в том числе и общенационального идеала, разрушение ранее сложившегося отлаженного механизма социализации поколений, разрыв их связей, распад, обеднение и деградация семьи, внедрение чуждых российскому народу духовных ценностей западной культуры, усиление бездуховности. И как следствие воздействия этих факторов – падение образовательного и культурного уровня значительной части подрастающего поколения.

В связи с вышеизложенным, как никогда остро стал вопрос о том, что образование должно не только вооружить человека знаниями (которые без соответствующего отношения являются лишь «интеллектуальным балластом»), но и всячески способствовать полноценному «конструированию» его личности. Для достижения данной цели школа из места подготовки ученика к жизни должна стать центром приобретения жизненного опыта, социальный опыт при этом один из основных. Содержание учебного процесса должно быть направлено на подготовку школьников к реальной жизни: выработку навыков, умений, которые пригодятся в различных ситуациях; формирование знаний об основных тенденциях в экономике, политике, социальной сфере не только нашей страны и мира, но конкретно в регионе проживания; выработку умений и навыков самоанализа, самокорректировки, готовности к неуспеху в жизни и мобилизации внутренних ресурсов для изменения своих ориентаций.

По мнению ряда исследователей (А. Веригин, А. Н. Лебедев-Любимов, О. А. Феофанов и др.) [1–3] средствами ценностных элементов российская реклама при определенных условиях способна стать источником нравственного самосовершенствования личности, актуализируя потребности личности в сфере приобщения ее к российской национальной культуре. Пока массовое искусство продолжает увлеченно разрабатывать темы «чернухи» и «порнухи», реклама продолжает оставаться чуть ли не единственным институтом, формирующим и поддерживающим позитивные модели поведения. В связи с этим можно предположить, что, демонстрируя манеры и правила поведения в обществе, грамотно сработанная реклама при соответствующем к ней отношении со стороны школьников и взрослых могла бы выступать ис-

точником нравственного воспитания, рассчитанного на более глубокое понимание основных процессов, происходящих в обществе.

Корректная реклама (под *корректной* мы будем понимать такую рекламу, которая не нарушает права человека, т.е. не наносит вреда личности, имуществу и здоровью) является одним из важных источников формирования общей культуры у человека (процесс освоения индивидом норм общественной жизни и культуры обозначается в гуманитарных науках понятием «инкультурация»). Реклама несет в себе представление о культуре, воспроизводя мнения и традиции социальной группы, которую он представляет. Таким образом, одна из социальных функций рекламы – вводить школьника в контекст культуры. Корректная реклама как инструмент инкультурации личности может способствовать ее развитию. Реклама может использоваться для реализации личностно-ориентированного подхода в образовании и развивает социально-значимые качества (приучает человека самостоятельно, творчески мыслить, самому принимать решения и т. д.).

Пока не прекращаются дискуссии о роли рекламы в процессе инкультурации и социализации детей и подростков, вместе с рекламой выросло первое поколение российской молодежи (ее вторжение в нашу жизнь началось вместе с их рождением). Вопрос о «неподготовленности российской аудитории – в особенности детской – к наплыву всевозможной телепродукции, разбавленной рекламными трюками», на наш взгляд уже потерял свою актуальность. Тем не менее, рекламная информация может оказывать негативное влияние на формирование системы духовных ценностей и потребностей детей. На наш взгляд, следующие процессы и тенденции со стороны рекламы затрудняют процесс формирования мировоззрения школьников или минимизируют действия семьи и школы, осуществляемые в данном направлении: реклама слишком стереотипизирует действительность; создает культ потребления; превращает традиционную гуманитарную культуру в культуру «мозаичную», что приводит в конечном счете к развитию ценностного релятивизма, уравнивает (или даже подменяет) ценности, имеющие социально важное значение, так называемыми псевдоценностями. Помимо этого, она недостаточ-

но информативна, чтобы ответить на интересующие людей вопросы, недостоверна (а порой и лжива) и неестественна.

Как известно, любой рекламный текст дает возможность реконструировать по его характеристикам тип личности, формируемой рекламой. Рекламная продукция, со свойственной ей эклектизацией, примитивизацией, «спрямлением», стандартизацией – это конструкции, собранные посредством стандартных ходов и клишированных приемов из «готовых» амплуа, блоков и т.п., в которых проявляется отклонение от целостности, односторонность, приводящие к развитию ценностного релятивизма. В связи с этим определяющим является «конструирование» личности, наделенной специфическим «игровым» мировоззрением, при котором моральные, эстетические, познавательные и другие духовные ценности важны индивиду, прежде всего постольку, поскольку из них можно составить самые причудливые сочетания, подобно тому, как это делается в детской трубке – калейдоскопе.

Специалисты в области наук о человеке озабочены низким уровнем современной рекламной продукции в России, особенно в отношении социальных ценностных стандартов. Реклама зачастую извращает человеческие ценности, формируя неверное мировоззренческое представление о действительности, ее ложный образ и калечит их духовно. По этой логике основным мировоззренческим вкладом, который внесла реклама в реальную действительность, стал слоган компании «Пепсико» – «Бери от жизни все!» Его вполне можно рассматривать как призыв к изменению сложившихся в стране за последние десятилетия системы ценностей, мировоззрения. В результате подобного «воспитания», по мнению большого числа ученых, сегодня в России целенаправленно формируется некое «поколение пепси», которое призывают «брать от жизни все», для которого ценность марки газированного напитка, пива, жевательной резинки или шоколадного батончика постепенно становится равной ценности научного открытия, гениального художественного произведения или здорового образа жизни. Неудивительно, что, по наблюдениям учителей и воспитателей, в результате такого воспитания имеет место значительное увеличение прагматической направленности деятельности школьников в сочетании с ориентацию на материаль-

ные ценности, гедонистический образ жизни, получение сиюминутного удовольствия.

Ценности, имеющие социально важное значение, в рекламе нередко уравниваются или даже подменяются так называемыми псевдоценностями. Извращая человеческие ценности, реклама превозносит прелести материального потребления и заставляет детей любить и желать не то, что нужно. Современная реклама не просто предлагает товар, но и осуществляет функцию пропаганды системы потребительских ценностей, причем при этом способствует возвышению материальных вещей до уровня почитания, выходящего за пределы их функциональных достоинств. В результате стремление человека задуматься над смыслом жизни в рекламе трансформируется в утилитарно-бытовые, интерьерные вопросы: на сложный и запутанный философский вопрос о том, как быть счастливой, нам дается до боли простой ответ: «Надо купить кофе “Черная карта”!». Губная помада, шампунь или дезодорант берутся устроить нашу личную жизнь, а пастилки «Рондо» или «Стиморол» – сделать популярными или избавить от одиночества.

Зачастую функции товаров не сводятся к тому, для чего предназначены, а претендуют на более «глобальный» масштаб. В результате проблему со сломанным каблуком нельзя решить без «Ментос», а выступить на концерте – без сока «Добрый». Кощунственное и вместе с тем интригующие подобные соединения порождают взрыв эмоций с последующим ощущением пустоты, поскольку социальная реклама несет по существу скрытый сенсационным столкновением популярных ценностей призыв к бездействию. Искажение восприятия реальной действительности путем раздробления ее на фрагменты и выдавания, может быть, и важной частности за истину есть откровенное манипулирование человеком, ведущее к остановке его духовного развития в направлении подлинной истины. А если у рекламодателей действительно возникла необходимость поговорить о важных философских и мировоззренческих проблемах, (а рекламодатели, заботясь о своих текущих нуждах, не очень готовы вкладывать деньги в «абстрактную» рекламу, отсюда ее скудость и убогость), то вопрос стоит не о не том, заслуживают ли эти темы широкого об-

суждения, а о том, подходит ли реклама – и особенно вещательная реклама – для их серьезного изложения.

О. Феофанов сравнивает рекламу с увеличительным стеклом, своеобразным телескопом, «выхватывающим из нашего мироздания, нашего конкретного бытия порой мелкий и даже второстепенный фрагмент и увеличивает его до феерических размеров» [3, с. 63]. Глядя на телеэкраны, дети теряют ощущение реальных пропорций, и вдруг проникаются мыслью о том, что кариес и перхоть – чуть ли не самое большое горе на свете и без жевательной резинки или нового шампуня мы все погибнем, что «обыкновенный стиральный порошок» – наша трагедия, а рекламируемый – выход из этой трагедии.

Процесс инкультурации предполагает иерархию или упорядочивание в умах людей «общих понятий» и связанных с ним «второстепенных понятий» (благодаря чему любое восприятие соотносилось с некоторой «сетью» знания, обладающей четко выраженной структурой и сотканной из основных, второстепенных, третьестепенных и т.д. линий, словно сеть маршрутов мысли со своими узловыми точками»). Говоря о воздействии рекламы как массовой информации, можно подчеркнуть ее двойственность: с одной стороны она отражает ценности общества, в котором ретранслируется, способствует гомогенности, однообразию потребностей, ценностей, моделей поведения – и тем самым создает устойчивость социальной общности, а с другой – ведет к изменениям выше перечисленных характеристик. Если обратиться к российским реалиям, то можно сказать, что реклама наглядно демонстрирует, что российское общество сейчас переживает переломный момент. Трансформационные процессы в постсоветском пространстве приводят к смещению ценностей и необходимости построения, трансляции и стимуляции потребления новых культурных образцов, кодов, стилей жизни. В результате этого рубрики и циклы, направляющие и организующие поток сообщений, дихотомичны, стереотипны уже заданно. В результате того, что многие масс-медиа содержат смешанные послания перед лицом человека, вступающего в жизнь, эффектно сталкиваются взаимоисключающие, взаимоуничтожающие ценности, образуя сложенную из фрагментов «мозаичную» культуру, в которой нет «точки отсчета». Поэтому неудивительно, что мно-

гие молодые люди могут смешивать некоторые понятия, о чем сами испытуемые прекрасно понимают («психически слабый человек может оказаться под давлением рекламы»). Так, в одних и тех же СМИ присутствует социальная и коммерческая реклама, в ряде случаев преследующие различные и даже противоположные цели. Так десятки миллионов рублей расходуются на рекламу сигарет, в то время как правительственные и прочие заинтересованные организации тратят миллионы рублей на попытки убедить людей отказаться от курения и полностью запретить рекламу сигарет. Это сбивает с толку некоторых подростков и старшеклассников и, как следствие, создавая препятствия для продвижения идей здорового образа жизни. Поощряя прибыльность, информация выполняет дисфункциональную роль и вызывает негативные эмоции со стороны школьников. В результате подростки и старшеклассники не могут понять, для чего на телевидении, на рекламных щитах и т.д. размещают и рекламу «за» и рекламу «против», видя при этом определенную взаимосвязь между ними («люди, сидящие на телевидении, забивают нам голову: они рекламируют сигареты, пиво и т.п., и в то же время они рекламируют то, что не следует пить и курить»). Некоторые из них уверены в том, что “это кому-то выгодно», и осуждают действия рекламистов, «которые делают на этом деньги и тем самым губят жизни людей». Поощряя прибыльность, информация выполняет дисфункциональную роль и вызывает негативные эмоции со стороны школьников. Решение – в преодолении дихотомии опорных образов, преодолении стереотипов, создании подлинно научных представлений о действительности, в активном, действенном решении общественных проблем, в частности, экологических.

Реклама недостаточно информативна, чтобы полностью ответить на интересующие людей вопросы. Даже о самом рекламируемом товаре в рекламе рассказывается односторонне, не «в полный рост». Наделяя товар определенным имиджем и таким образом как бы «выпячивая» его из ряда однотипных предложений, она старается не выходить за рамки этого имиджа. С точки зрения маркетинговой эффективности данный прием отнюдь не считается плохой практикой. Еще А. Кромптон советовал: «Если ваша детская обувь дольше носится, если у ваших брюк подкладка на колене, сделайте из этого большое преимущество»

[4, с. 155]. Однако обычно на этом сообщение о товаре или услуге исчерпывается. В частности, в ходе рекламного сообщения практически никогда не указываются возможные вредные последствия в связи с использованием или потреблением товара, стойкость при хранении, долговечность и т.п. В результате потребитель может остаться недовольным купленным товаром.

Также в рекламе никогда не упоминается о том, что реклама некоторых товаров и услуг может привести к нежелательным последствиям в личном и/или общественном плане. Конечно, если разрешать или поощрять рекламу сигарет, больших автомобилей, порнографических фильмов и тому подобных вещей, это не означает, что школьники не устоят под напором призывов и побегут все это покупать. Индивидуально принимаемые решения, поощряемые рекламой, могут привести к образу жизни, губительном как в личном (рост пьянства среди подростков), так и в общественном (например, истощение энергетических ресурсов) плане. Например, на автомобильную рекламу в разных средствах распространения информации ежегодно тратятся сотни миллионов рублей. Однако при этом не указывается о том, к каким экологическим проблемам может привести их использование, или о низких показателях пробега на литр бензина (при том, что весь мир сталкивается с проблемой истощения энергетических ресурсов).

В результате реклама в значительной степени формирует общество «разового пользования», поощряющее людей отказываться от одежды, бытовых приборов, автомобилей и т.п. до их полного износа и столь сильно зависящего от дешевой и в изобилии поступающей энергии. Существует даже термин «система запланированного расточительства», используемый ведущими идеологами рекламы для описания глобальной стратегии рекламной коммуникации, который означает, что появление на рынке все новых товаров, сулящих все более совершенное решение проблем, приводит к постоянному увеличению уровня потребления.

Хотя, по мнению многих, реклама – это отклик, а не инициатива, тем не менее, специалисты рекламы, маркетинга, средств коммуникации, рекламных агенств могли бы сделать больше, чем представители любых других сегментов общества, пропагандируя отказ от «демонстративного потребления», в частности, в

пользу информации товаров и услуг меньшей электроемкости, эффективного донесения и до деловых кругов и для широкой общественности серьезности ситуации и идеологии «экономики энергетического разбазаривания» предпочесть популяризацию альтернативных образов жизни, основанных на менее интенсивном использовании энергетических ресурсов.

Реклама зачастую навязывает массовому сознанию выгодную производителю и коммерчески рентабельную откровенную мировоззренческую ложь или, в крайнем случае, служа тем же целям – утонченную мировоззренческую полуправду. Являясь пристрастной, реклама дает ложные ответы на вопросы, которые остро волнуют, и вместе с тем уводит людей от нежелательных вопросов и ответов. Причем речь здесь идет как о фактической информации, касающейся эксплуатационных характеристик рекламируемого товара или услуги, так и о более «абстрактных» вопросах, которые реклама берется решить по-своему. В качестве приема используется «почти правда», т.е. определенная манипуляторская подмена – предложение частичной истины в качестве истины в целом.

Ложное представление о рекламируемом товаре может возникнуть из-за неумышленного или сознательного упущения рекламодателем важной информации (здесь мы имеем дело с так называемой «субъективной истиной»). Скажем, о том, что в ромашковом креме или шампуне экстракта ромашки не более пяти процентов, молоко в пакете – это чаще всего порошок, разбавленный водой, в нектаре может содержаться больше воды, чем сока, а в хлебобулочные и кондитерские изделия помимо более или менее «экологически чистых» муки и яиц добавлены всевозможные красители, загустители и разрыхлители.

К подростковому возрасту школьники понимают, что практически вся современная реклама направлена на то, чтобы создать товару позитивный имидж, даже искажая его реальные потребительские качества и уже в состоянии отличить так называемую «субъективную» истину, базирующуюся на оценках личного характера (что для тебя является истиной, для меня может ею и не быть) от художественного вымысла (Лещук Н.С., 2003в). И это так, даже в тех случаях, когда, на первый взгляд, побеждает «большая ложь».

И, наконец, неверные представления у людей складывается из-за неправильного понимания ими информации, заложенной в объявление. Чаще всего это некорректная реклама, не учитывающая возрастные, гендерные или индивидуально-типологические особенности целевой аудитории). Так, в языке рекламных текстов принято использовать самые разнообразные слова и выражения, которым явно недостает определенности, хотя в грамматическом отношении они явно корректны. Особенно часто эта тенденция наблюдается в рекламе лекарственных и косметических средств. В связи с этим можно столкнуться с иллюзией полного понимания подростком того, о чем говорится в рекламе, то есть подросток, разумно отвечая на поставленные вопросы относительно просмотренной им рекламы, будет вкладывать несколько иной смысл в то, что он видит на экране. В результате у него сложиться искаженное представление о товаре или услуге. Например, возьмем фразу из буклета косметической фирмы Yves Rocher «Каждое средство, входящее в гамму Rich Creme, состоит из десяти растительных масел, обеспечивающих питание и **структурные изменения на Вашем лице**». Данное высказывание подростки поняли по-разному: «Ваше лицо изменится до неузнаваемости», «человеку может помочь, морщины может убрать», у кого-то такое высказывание вызвало волнение и тревогу за свою внешность, а кто-то решил, что «может, этот крем помогает от прыщей».

Выбрать из объявлений то, что явно не соответствует действительности или нашим представлениям о ней взрослым бывает нетрудно. Однако система понятий, которыми пользуются дети вплоть до наступления ранней юности, существенно отличается от той, которую употребляют взрослые.

Реклама представляет мир неестественным, ненатуральным. Ненатурализм рекламы состоит в том, что здесь «экстраординарные люди действуют в экстраординарных ситуациях, представленных в экстраординарной манере» [5]. В рекламе близость к реальности, правдоподобие мысли и чувства заменяются миром грез и иллюзий, красивым, привлекательным, эстетичным, забавным, ироничным и порой даже похожим на правду, где все беды и неприличности улаживаются, растворяются в непременно счастливом конце – благодаря рекламируемому товару или

случаю, доброте, меткой стрельбе или ловкости рекламного персонажа. В такой рекламе есть элемент мечты, воздушного замка, и за счет этого она приносит человеку определенное удовлетворение. В рекламном зеркале человечество выглядит куда лучше, чем на самом деле: там не воюют, не бастуют, не объявляют голодовок, не ссорятся и не плачут, там нет места для таких проблем, как безработица, забастовки. В результате Л. Школьник (1998) утверждает, что в отличие от предыдущего поколения, которое формировалось в пропагандистком поле тоталитарного государства, сегодняшние дети воспитываются в мире рекламных образов.

Интересную трактовку сути проблемы предлагает профессор Теодор Левитт, утверждающий, что на протяжении всей своей истории человечество нуждалось в «утешающих образах для сглаживания острых углов существования. Такими отдушинами, по его мнению, всегда служили изобразительное искусство, поэзия и музыка, а ныне служит и большая часть рекламы (Levitt, T., 1971). По мнению ряда исследователей, «слишком многие, занимающиеся рекламой, хотят, чтобы она оставалась такой же – утопической страной» (Ривз Р., 1961). Однако следует помнить, что, во-первых, распространяемые в грандиозных масштабах и повторяемые день ото дня мифы оказывают отрицательное влияние на психологическое состояние общества в целом. Во-вторых, нереальная реклама зачастую создается с демонстрацией натуралистических подробностей нанесения телесных повреждений, насилия, издевательств, аморальных действий или даже поступков и действий, являющихся опасными для физического или психического здоровья. В результате контакта с ней у ребенка либо усиливается ощущения себя как незначительного и бессильного, либо синхронизируется состояние агрессии (стремление воспроизвести, повторить), либо и то и другое сразу.

Если взрослые, для многих из которых истина в узком ее понимании оказывается почти ненужной, смотрят такую рекламу как на вполне допустимый способ «отвлечься от тягот российской жизни» [6, с. 13], то на школьников «нереальные сюжеты» оказывают воспитательное воздействие со знаком «минус», так как формируют к трансформации детской картины мира, «клиповости» сознания, размыванию границ реального и виртуального

мира, что проявляется, в частности, в легкомысленном отношении к смерти, в том числе и собственной, в отношении гибели всего живого как к чему-то обыденному, а также в интересе детей к демоническому содержанию мира и стремлению проявить демонические образы в реальной жизни. Доказано, что «мифические» рекламные сюжеты они воспринимают как видеосказку. Полученные данные свидетельствуют о том, что, имея представление об окружающих его предметах на уровне «это стол, за ним сидят», представители данного возраста видят в товарах прежде всего функциональную сторону. Этот вывод подтверждается высказываниями самих школьников о том, что им все равно, товары какой фирмы покупать, лишь бы они были хорошего качества – «не рвались и не разваливались».

Демонстрируемый в рекламе «имидж» товара (т.е. целенаправленно формируемый образ, способный придавать объекту либо гипертрофированные характеристики отдельных его черт, либо наделять объект характеристиками, не присущими ему (так называемыми ценностями), и тем самым вызвать повышенный интерес и позитивное отношение к объекту), связанный с юмором, нереалистичными сюжетными историями и пр., он в силу возраста просто не в состоянии сопоставить с самим товаром, и склонен ассоциировать как мультик или фрагмент приключенческого фильма. Отсюда и восприятие рекламного сюжета как видеомифа. В результате просмотр рекламы для подростка превращается в бесцельную трату времени, ведь цель – информирование о товаре, а не развлечение. А для рекламодателя реклама, построенная на вымышленных, а порой и фантастических или сказочных сюжетах, лишенных какой бы то ни было реальной подоплеки, в сочетании с надуманными фактами – пустая трата денег, так как не вызывает доверия.

Более современный подход требует от рекламы скорее правдивости, аутентичности, полноты воспроизведения жизни. Наиболее эффективный путь ломки ложных образов – это вытеснение их образами другого порядка, а не логикой, пусть верной, но лишенной необходимого эмоционального содержания, т.е. вытеснение дисфункционального образа функциональным. Раскрыть и прокомментировать смысл (образа или символа) можно только при помощи другого символа или образа. Возможна либо

относительная рационализация смысла (обычно научный анализ) либо углубление его при помощи других смыслов (философско-художественная интерпретация – углубление путем расширения далекого контекста).

Реклама изначально была нацелена на отображение и одновременное создание «объективной» реальности, оперируя реальными фактами (в своей собственной трактовке). Л. Н. Федотова [8] указывает на то, что с 1990-х гг. в мировом рекламном пространстве наметился возврат к документализации, предельному реализму, на смену мифологии и гиперболизации пришел стиль копирования новой жизни, подтвержденный только документально, с помощью, например, кино- или фотосъемки, интервью с реальными людьми и т.д. В рекламные сообщения возвращается черно-белая фотография и натурные съемки, телевизионная съемка напоминает визуальный натурализм с его вниманием к обычной жизни. Исследователи, изучающие данную проблему, утверждают, что за десятилетие 1980–1990 гг. количество рекламных сообщений, напоминающих по форме и методам редакционные статьи, увеличилось в журналах на 81% [5, p. 45]. Такие сообщения воспринимаются аудиторией как нечто привычное, и, в конечном итоге, вызывают больше доверия и меньше критики и отторжения.

В связи с вышеизложенным, на данном этапе задачей педагогов и психологов, на наш взгляд, является использование положительного влияния рекламы и ослабления ее отрицательного и неблагоприятного воздействия ее с учетом возрастных и индивидуальных особенностей школьников. Хотя ряд исследователей считает, что, несмотря на все ухищрения рекламопроизводителей поставить рекламный текст «вне своей ниши» путем смены маски зазывалы на маски учителя, или изменение функциональной части произведения (текста) с информационной на объясняющую, оценивающую или воспитывающую приведет лишь к дисгармонии в сочетании функций средств массовой коммуникации, реклама может оказывать не только негативное влияние на процесс формирования личности школьника. Она может освещать весьма важные для подрастающего поколения проблемы. Расширяется сфера медиаобразования, современные информационные технологии находят широкое применение в процессе обучения, вне-

дряются проекты, направленные на развитие способностей личности ответственно и критически воспринимать информацию и обобщать ее в учебном процессе.

Таким образом, как массовое общественное явление рекламная деятельность несет в себе огромный культурный потенциал, способный при определенных условиях положительно влиять как на отдельного человека, так и на общество в целом. Многое зависит от позиции общества по отношению к рекламе. В связи с этим представляется, что важной функцией рекламы как общественного явления будет помощь в конструировании сознательной личности, соответствующей целевой функции.

Литература

1. Веригин, А. Русская реклама / А. Веригин. – СПб., 1898.
2. Лебедев-Любимов, А.Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. СПб. : Питер, 2002.
3. Феофанов, О. А. Реклама: новые технологии в России / О. А. Феофанов. – СПб., 2001.
4. Кромптон, А. Мастерская рекламного текста / А. Кромптон : пер. с англ. – М., 1998.
5. Warlaumont, H. Appropriating Reality : Consumer's Perceptions of Schema-Inconsistent Advertising // Journalism and Mass Communication Quarterly. – 1997. – Vol. 74. – № 1. – P. 39–54.
6. Гермогенова, Л. Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации / Л. Ю. Гермогенова. – М. : Рус Партнер Лтд, 1994.
7. Ривз, Р. Реальность в рекламе (дайджест) / Р. Ривз // Рекламная деятельность : искусство, теория, практика / Л. Н. Хромов. – Петрозаводск, 1994.
8. Федотова, Л. Н. Социология рекламной деятельности / Л. Н. Федотова. – М., 2002.

БУМЕРАНГ КОНСТРУИРОВАНИЯ: ТРАЕКТОРИЯ ПОЛЕТА В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

И. В. Мелик-Гайказян, Томск, Россия

Цель представляемой статьи[1] я вижу в постановке задачи измерений в исследованиях коммуникативных процессов[2]. Начну с рассказа об обстоятельствах, приведших меня к этой идее.

Первым обстоятельством стало давнее мое убеждение в том, что если искусство создается стремлением к метафорическому выражению представлений о мире в образах, интуитивного схватывания сути происходящего, то наука формируется на основе стремления к точному описанию происходящего. Точность же требует понимания механизмов происходящего, разработки процедур измерения, выбора меры и объекта измерения.

Второе обстоятельство связано с моим удивлением тому, что в гуманитарных исследованиях термин «измерение» понимается метафорически. В употреблении этого термина отражается прощупывание глубин рассмотрения предмета исследования. Приведу показательный пример. В одном весьма серьезном коллективе шло обсуждение темы докторского диссертационного исследования, направленного на выяснение изменений трактовки феномена *N* в истории культуры. Трудность, вызвавшая долгое обсуждение, состояла в обозначении этого изменения в формулировке темы. Предлагались и отвергались многие варианты: «интерпретации *N* в истории культуры», «понимание *N* в истории культуры», «восприятие *N* в истории культуры», «динамика *N* в истории культуры» etc. В конце концов было выбрано «измерение *N* в истории культуры», поскольку слово «измерение» вполне научное, а что им обозначается в конкретности не очень ясно, но угадывается в нем какой-то способ понимания, восприятия, интерпретации и трактовки. Повторюсь, что коллектив этот занимает ведущие

---

[1] Эта статья есть переработанный вариант пленарного доклада «Конструирование человека – бумеранг конструирования социальных реальностей», сделанного на Всероссийской научной конференции с международным участием «Конструирование человека» (Томск, 12–14 июня 2008 г.).

[2] Исследования ведутся в рамках проекта РФФИ № 08-06-00109 «Технологии информационного общества: методология диагностики».

позиции, а в обсуждении принимали участие отечественные звезды истории, культурологии, искусствоведения и семиотики.

Третье обстоятельство составили те трудности, с которыми мне приходилось сталкиваться в собственных исследованиях социокультурной динамики. Эти исследования выполнялись в русле постнеклассической методологии, а, следовательно основывались на положениях теории самоорганизации сложных открытых систем, что, в свою очередь, предполагало установление параметров порядка для этих систем. В трех случаях параметр порядка установить удалось: для самоорганизации системы «наука» [1; 2, с. 135–171], при воздействии утопической идеи на социокультурную динамику [3, с. 162–214], для описания нелинейной динамики образовательных систем [4–6]. Но в каждом из перечисленных случаев параметр порядка был найден в результате решения частной задачи, а не в общем виде.

Четвертое обстоятельство вызвано попыткой сформулировать проблему измерения в гуманитарных исследованиях и наметить пути ее решения [7, 8]. Стало ясно, что процедура измерения в гуманитарных исследованиях принципиально отличается от сравнения с эталоном и от прямого выражения в количественном выражении, т. е. от содержания тех процедур измерения, с которых эта задача начинала решаться в естествознании. Кроме того, от статистических процедур измерения также пришлось отказаться по двум причинам. Во-первых, основные события, составляющие область интереса гуманитарных исследований, столь невероятны и спонтанны, что их оценка в терминах вероятности мало что дает. Во-вторых, по утверждению В. В. Налимова применение статистических методов означает сознательный отказ исследователя от понимания *механизмов* процессов [9]. А при изучении социокультурных систем в фокус исследовательского интереса попадают именно механизмы самоорганизации. Причем самоорганизация есть явление нелинейной динамики сложной системы с повышением порядка, в случае же понижения параметра порядка происходит самодезорганизация этой системы. Итак, под измерением в гуманитарных исследованиях я понимаю любое однозначное преобразование измеряемой величины в некоторый регистрируемый параметр, в то время как измеряемая величина является внутренним параметром порядка исследуемой

системы. Для определения того, что, собственно, будет измеряться, было обосновано понимание информационной природы механизмов самоорганизации «человекоразмерных систем» (термин В. С. Степина). Считаю необходимым подчеркнуть свое понимание феномена информации как процесса. На философском уровне феномен процесса был понят А. Н. Уайтхедом. Мои исследования информационных процессов позволили мне дать лаконичную интерпретацию понимания А. Н. Уайтхедом специфики процессов: процесс есть чередование стадий, на которых «сращение» многих факторов подводит к формированию некоторого результата, и оформление достигнутого результата как условия «перехода» к следующей стадии. Следовательно, каждая стадия «стартует» в зависимости от результата предыдущей стадии. Сегодня мы уже имеем основания для того, чтобы сказать, что разворачивание процесса вариативно, нелинейно и необратимо во времени, но для исследования феноменов, обладающих такими качествами, у науки до второй половины XX в. не было инструментов [7, 10]. Я утверждаю, что только процессуальная трактовка информационных механизмов самоорганизации дает основание для решения задачи такого проведения процедур измерения, которое бы не приводило к деформации исследуемого объекта. Для гуманитарных исследований это является необходимым условием и представляет значительную трудность.

Обойти данное препятствие возможно, если измерениям подвергать не собственно элементарные процессы, а их результаты, что при качественном понимании механизмов элементарных процессов позволит реконструировать конкретный вариант его осуществления. Здесь считаю необходимым акцентировать три момента, которые мне удалось установить при исследовании информационных процессов [7, 8]. Во-первых, информационный процесс понимается как чередование стадий-процессов и их результатов, а это, следовательно, требует четкого разделения всех воплощений информаций на информации-процессы и информации-результаты. Например, память можно понимать в качестве процесса хранения информации, а можно – как тезаурус, т. е. в качестве результата всего того, что сохранено в памяти. Если память-процесс измеряется в зависимости от времени хранения информации, то память-тезаурус можно измерить через количество

информации. «Поменять» единицы измерения для памяти-процесса и памяти-тезауруса – т. е. для информации-процесса и информации-результата – значит лишить смысла саму процедуру измерения. Во-вторых, информационный процесс разворачивается в определенной последовательности своих стадий, которые нельзя «поменять» местами. Например, источник информации и ее рецепцию «поменять» местами невозможно. В-третьих, исследовать действия информационных процессов оптимально на основе построения концептуальных моделей, в которых со всей наглядностью и очевидностью предстают механизмы их действия.

Итак, есть возможность получить новые результаты в гуманитарных исследованиях при определенном порядке осуществления процедур измерения. Порядок обусловлен структурой элементарных процессов в качестве стадий информационного процесса. В различных отраслях естественных и технических наук были выработаны способы измерения информации, а точнее – измерение информации-результата, соответствующее определенным стадиям информационных процессов, которые попадали в предметную область исследований. Самым известным примером является измерение *количества информации*, предложенное Клодом Шенноном в рамках математической теории связи, соответствующее такой стадии информационного процесса, как *передача информации*. У информации есть и другие характеристики – *новизна* и *ценность*, которые могут быть отнесены к этапам генерации и рецепции информации; *эффективность*, которая способна быть критерием стадии создания информационного оператора. Итак, стратегия осуществления количественных измерений в гуманитарных исследованиях получает ясные очертания на основе привлечения опыта измерения различных характеристик информаций, каждая из которых является управляющим параметром определенных стадий социокультурной динамики [7, 8]. Итак, четвертое обстоятельство связано с внедрением философии процесса А. Н. Уайтхеда в практику решения частных задач, которое в моем исследовательском опыте привело к обоснованию существа информации как процесса, чье действие в качестве механизма самоорганизации поддается измерению. Замечу, что для формулировки данного вывода мне потребовалось пятнадцать лет работы. Этот, в прямом и переносном смысле дорогой для меня

результат, обладает эвристическим потенциалом для исследования коммуникативных процессов.

Пятым обстоятельством стал доклад Владимира Васильевича Миронова на Российском философском конгрессе в 2005 г. В нем отчетливо обрисована актуальность и проблемная ситуация в исследовании современных коммуникаций [11]. Глобальное коммуникационное пространство создает условия, при которых нивелируется структурность семиосферы культуры: «верхняя – низовая», «своя – чужая», «локальная – глобальная», «завершенное – фрагментарное», «старая – новая». В результате высокой скорости тиражирования средствами аудиовизуального репродуцирования продуктов творчества, т. е. продуктов высокой культуры, обесцениваются смыслы, трансформируя культуру в шоу, в продукт массового потребления. Диалог культур трансформируется в экспансию далеко не лучших образцов локального в искусственно создаваемое глобальное пространство [11]. Можно сделать вывод, что трансформация культуры рассматривается В. В. Мироновым через призму семиотики и теорий коммуникации. В связи с этим мне хотелось бы расширить спектр лучей научных направлений, проходящих через призму рассмотрения социокультурной динамики для того, чтобы несколько сместить фокусирование научных результатов, что по иному высветлит «точку роста» культурных трансформаций. Иными словами, к «оптике» семиотики, философии культуры и теории коммуникации я полагаю нужным добавить синергетику[1] и теорию информации.

Расширение спектра научных направлений, включающих теорию информации, для рассмотрения социокультурной динамики имеет два основания. Во-первых, процессы коммуникации являются частным случаем информационных процессов. Это основание находит свое подтверждение в выводе, сделанном У. Эко: «…в тот момент, когда мы сталкиваемся с проблемой передачи информации от одного человека к другому, теория

[1] В данном случае я обращаюсь к выводам теории, которая называется либо пятью словами: «теория самоорганизации открытых сложных систем», либо четырьмя словами: «теория самоорганизации диссипативных структур», либо двумя: «нелинейная динамика», либо одним: «синергетика». Вообще-то это не синонимичные названия, но для краткости я буду пользоваться самым лаконичным названием.

информации становится теорией коммуникации» [12, с. 139]. Во-вторых, привлечение семиотики всегда связано с необходимостью исследований как кода, так и процессов, приводящих к оформлению определенного кода. В широком смысле кодирование есть процесс такой подготовки сигнала/сообщения, которая соответствует формату канала трансляции для дальнейшей передачи. Следовательно, для понимания механизмов, связующих коммуникации, упрощений семиотической структурности и трансформации культуры, следует расширить предметную область, поместив в ее границы то, что предшествует процессу передачи информации, т. е. включить в предметную область процессы формирования кода. Если процессы трансляции начинаются с процесса передачи сигнала, а процессу передачи предшествует процесс подготовки сигнала к формату канала трансляции (т. е. процесс кодирования сигнала), то закономерен вопрос о процессе генерации самого сигнала. Другими словами, необходимо понимание механизма процесса возникновения сигнала.

Считаю необходимым подчеркнуть огромное значение генерации сигнала, т. е. процесса, тождественного процессу генерации информации, поскольку именно с результатов этого процесса «стартуют» коды культуры и процессы коммуникации в социокультурных системах. Поэтому рассмотрение механизмов генерации кода требует особого внимания, что в данной статье образует ее специальный раздел «Модель процесса генерации информации». Подчеркну и то немаловажное обстоятельство в контексте данной статьи, что в «досинергетический» период теории информации механизм генерации информации не поддавался объяснениям. В роли процесса генерации информации выступали некие «устройства» или источники информации. В их роли в моделях коммуникации выступают очень разные по своему содержанию структурные единицы. Например, в модели К. Шеннона – У. Уивера – это то, что «кодирует или модулирует информацию», в модели Дж. Гербнера – это «событие, которое существует в реальности», а в модели В. Уэстли – М. Маклина – эту роль играет «пропагандист» определенных идей и позиций, целенаправленно стремящийся сообщить что-то публике относительно **X**». Таким образом, в теории коммуникации существует «разнобой» в пони-

мании содержания источника этого процесса коммуникации, что актуализирует обращение к механизму генерации информации, а это в свою очередь требует расширить границы предметной области уже не только включением в ее границы теории информации, но и синергетики.

1. Модель процесса генерации информации

Мое понимание механизма возникновения нового – генерации информации – основывается на трех описаниях.

Первое из них принадлежит Г. Кастлеру [13] и является одним из дефиниций феномена информации: информация есть случайный запоминаемый выбор варианта из многих возможных и равноправных. Итак, в приведенном определении информации как выбора четко обозначаются условия этого выбора: а) выбор случаен; б) он совершается из многих возможных и равноправных (но не обязательно равновероятных вариантов); в) результат выбора запоминается. Поясним, что значит «запомнить» в тех системах, которые в обыденном смысле памятью не обладают. На физическом языке это значит привести систему в определенное устойчивое состояние. При этом возникает упорядоченность (структура), олицетворяющая нарушение прежней пространственной симметрии и установление новой асимметричной и в то же время более упорядоченной формы координации частиц, из которых состоит система. Иными словами, запоминание выражает себя в том, что система фиксирует ее же совершенный выбор в изменении своей структуры [10, с. 12–16]. Итак, то, что в обсуждаемом определении обозначено словом «запомненный», в общем виде (т. е. для открытых сложных систем любой природы) обозначается словом «фиксируемый». Таким образом, третье условие приведенного определения информации – запоминание выбора – реализуется в виде свойства информации, называемого «фиксируемостью», что выражается в «записи» информации, не имеющей материальной природы, на материальном носителе. На основе определения Г. Кастлера создана модель, иллюстрирующая механизмы переструктурирования системы, в которой этот выбор осуществляется [14, 15]. В этой модели запоминание выбора выражается в изменении концентраций элементов систе-

мы, становящихся носителями определенного варианта. В процессе выбора система трижды меняет свою структуру, проходя соответственно три этапа: «мозаика», «паркет», «чистый кластер». Описание содержания этих этапов я приведу применительно к социокультурным системам.

1. Информационное пространство разбивается на кластеры с неустойчивыми границами, зависящими от подвижности элементов системы – носителей информации. *Мозаика* кластеров демонстрирует этап, на котором идеи уже высказаны, но участники (носители информации) еще не приняли окончательного решения и могут переходить (диффундировать) из кластера в кластер. Отметим, что на этой стадии конструктивными являются *конъюнктурные* цели, имеющие сиюминутную ценность.

2. С течением времени происходит выпрямления нестабильных границ. Образуется структура типа *паркета*. Решения концептуально оформлены. Происходит медленная эволюция, в результате которой мелкие кластеры исчезают, а крупные увеличиваются. Каждая группа (кластер) имеет цель не только сохранить свою информацию, но и расширить ареал ее существования. Успешность существования зависит от совпадения индивидуальной цели с *прогностическими* целями образующегося кластера. Это цели видимого будущего состояния системы.

3. Образование состояния, в котором «побеждает» кластер носителей одной идеи. Процесс заканчивается образованием чистого кластера, например – единого генетического кода или господства одной парадигмы. На завершающей стадии один из ареалов, преследующий *асимптотическую* цель (отдаленное будущее), занимает господствующее положение. Асимптотически ценная информация на промежуточных стадиях эволюции практически таковой никому не кажется. Убедиться в ее «вечной» ценности удается лишь после «победы» соответствующего кластера.

Итак, модель демонстрирует смену конструктивных целей (*конъюнктурные*, *прогностические*, *асимптотические* цели) в конкуренции вариантов выбора системой своего будущего состояния.

Второе описание принадлежит синергетике и иллюстративно выражено в бифуркационной диаграмме, на которой ясно видны

«ветви бифуркации», воплощающие одновременную возможность разных вариантов развития системы. Замечу, что в гуманитарных интерпретациях диаграмм бифуркаций часто упускается из виду следующее. Выход из хаоса (образование ветвей) есть генерация информации, варианты возможных состояний есть усложнение структуры системы, и выбор одного из вариантов в социокультурных системах не уничтожает существование остальных [1]. В принципе, до работ И. Р. Пригожина не могла быть создана и модель «мозаика-чистый кластер». Мировоззренческие смыслы синергетики выявлены И. Р. Пригожиным. Я вернусь к содержанию его выводов после изложения третьего описания генерации нового.

Третье описание принадлежит А. Н. Уайтхеду. Он разграничил категории *бытия*, *действительности* и *реальности*: бытие есть потенциальность, есть все, что может быть; действительность есть то, что осуществилось, есть область «действительных происшествий»; реальность – это вариант воспринимаемой действительности. Понять смысл этого разграничения можно на известном примере. То начало, которое получило название «большой взрыв», создало физический мир с конечным набором мировых констант. Теперь уже известно, что эта *действительность* физического мира стало одной из 10^{50} возможностей, содержащихся потенциально *в бытии* до события «большого взрыва». Восприятие этой действительности реализуется как в широком спектре описаний становления физического мира, так и в еще более широком спектре возникших реальностей (минералогической, органической, биологической etc.) как возможных рецепций результатов физической эволюции различными подсистемами становящегося мира. Итак, существует сфера возможного – бытие; существует актуализированный вариант потенциального – действительность; существуют варианты воплощений действительности – реальность. С этим разграничением бытия, действительности, реальности связано и создание А. Н. Уайтхедом философии процесса, выявившей две вида процесса: макроскопический и микроскопический. Первый из них – «это переход от достигнутой актуальности к актуальности в достижении» [16, с. 302; 17], это конституирование действительности или реальности, детерминированное превращением потенци-

ального в актуальное. Второй вид процесса – телеологический, на котором происходит «сращение» многих сущностей для создания новой «актуальной сущности», т. е. происходит «актуальное событие» [16, с. 297]. Таким образом, бытие, действительность и реальность трактуются как макропроцессы, отделяемые микропроцессами или актуальными событиями.

Философия процесса А. Н. Уайтхеда утратила метафизическую чистоту после ее воплощения И. Р. Пригожиным в программу конкретно-научных исследований, т. е. после того, что в нашем изложении было отмечено как «второе описание». В числе весомых научных достижений реализации этой программы есть результаты, уже в свою очередь требующие философской рефлексии. Для понимания действия механизмов нелинейной динамики сложных систем мне был важен состав признаков, по которым возможно разграничение событий и не-событий, т. е. повторяемых и вполне предсказуемых явлений. Эти требования выявлены И. Р. Пригожиным [18], и, оставляя за скобками всю аргументацию их обоснования, приведу здесь только их перечисление.

Во-первых, события вызывают нарушение симметрии между прошлым и будущим, т. е. необратимо изменяют дальнейшую последовательность «действительных происшествий». Например, рождение новой звезды, которую мы теперь называем Солнцем, стало событием для глобальной эволюции. А вот наблюдаемые с Земли солнечные затмения есть явления, поскольку происходят с известной и полностью предсказуемой периодичностью. Следовательно, явление солнечного затмения к событиям не относится. Замечу, что разграничение явлений и событий входит в одно из обоснований *необратимости* времени, которое в классической науке, умеющей изучать только мир явлений, понималось как иллюзия, как плод человеческих аппроксимаций.

Во-вторых, событие – это то, что может быть, а может и не быть; может случиться, а может и не случиться. Их описание в терминах вероятности далеко не всегда корректно, поскольку совершению события предшествует хаотическое состояние, т. е. состояние, допускающее несводимое вероятностное описание. «Несводимое» – значит, не допускающее перехода к описанию в терминах отдельных фазовых траекторий (обычный хаос) или от-

дельных волновых функций (квантовый хаос). Иными словами, событие – это абсолютно невероятное «действительное происшествие», которое не противоречит детерминистическим законам, но и не выводится из них.

В-третьих, по утверждению И. Р. Пригожина, события должны обладать способностью изменять направленность и темп эволюции. Это значит, что события в то или иной степени становятся исходным пунктом нового развития и нового порядка.

В этих требованиях содержатся основания для понимания *необратимости* времени, роли *нестабильности* и сути *нелинейности*. Итак, все множество потенциальностей, которое есть бытие, способно спонтанно реализовывать один из вариантов своих возможностей, что тождественно «скачку из потенциальности в актуальность», или событию. Событие становится результатом «сращения», в котором «универсум вещей приобретает индивидуальное единство в результате подчинения “многих” из них конституированию “одной” новой вещи» [16, с. 297]. Во многом благодаря работам И. Р. Пригожина и его школы нам теперь ясен механизм «сращения». Сложные открытые системы могут переживать хаотические состояния, даже если внешнее воздействие на них остается неизменным. В этих состояниях любое случайное поведение элемента системы (флуктуация), не играющее роли в стабильном состоянии, способно «подчинить» себе поведение всех элементов системы (микросостояние распространяется по всему объему системы и определяет макросостояние), при особой согласованности этого поведения – когерентности – генерируется спектр новых вариантов порядка, а выбор одного из них воплощается в «новую вещь». Таким образом, создание «новой вещи» становится «действительным происшествием», необратимо отделяющим область всего того, что может быть – бытие, от действительности, которую образует выбранный вариант дальнейшего развития.

Сборка всех трех описаний позволила мне разработать модель (рис. 1) тех этапов информационного процесса [1–3], которые соответствуют микропроцессам, трактуемым Уайтхедом в качестве телеологических.

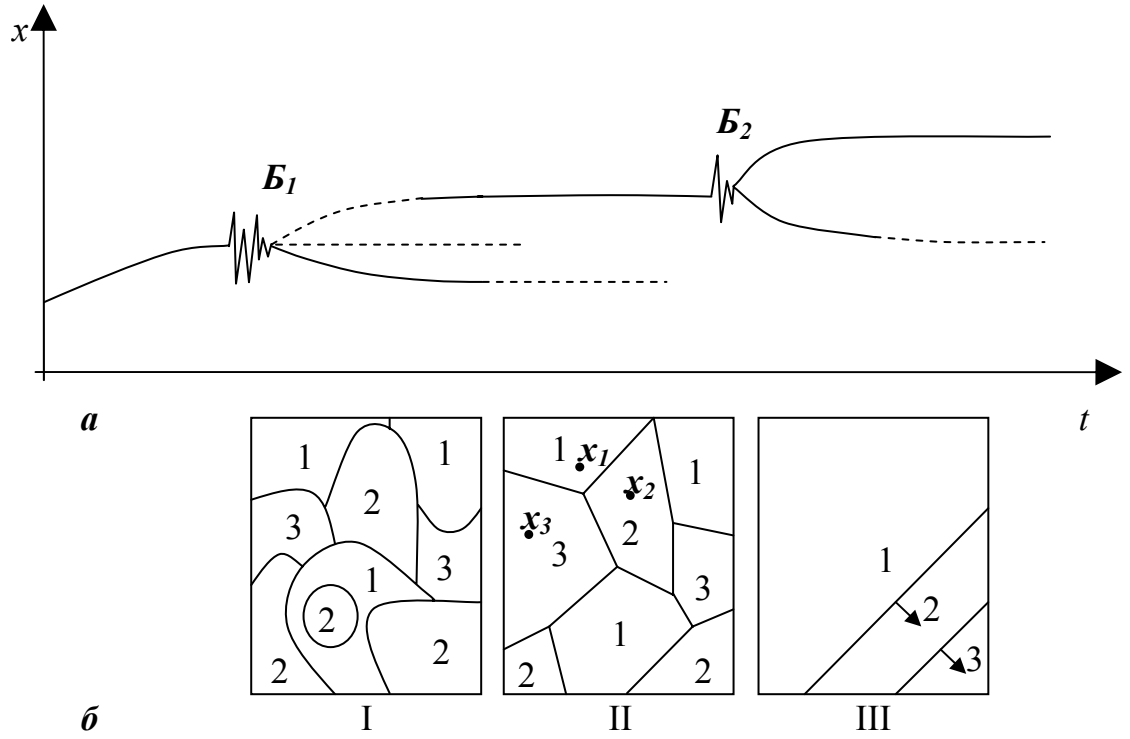

Рис. 1. Модель телеологического этапа информационного процесса:
а) *бифуркационная диарамма;*
б) *этапы эволюции –* «*мозаика*» (*I*) , «*паркет*» (*II*),
переход к «*чистому*» *кластеру* (*III*).
Участки быстроменяющихся X *в области* $Б_1$ *и* $Б_2$ *обозначают предбифуркационные состояния.*
Пунктир на «*ветвях*» *бифуркационной кривой показывает, что определенное решение может приобретать* (*или терять*) *актуальность со временем в зависимости от направленности информационных процессов самоорганизации*

В момент, соответствующий $Б_1$, система переживает хаотическое состояние. Присущее бытию – содержать все потенциальности – становится онтологическим условием совершения выбора. При выходе из хаоса происходит конкуренция различных вариантов будущего порядка, достижение которого становится целью системы. Само образование вариантов и рецепция этих вариантов системой подчинено одному – преодолению хаотического состояния, т. е. цели, которая выражена в стремлении к новой устойчивости. Если само состояние хаоса можно считать следствием начальных условий, например предшествующий $Б_1$ «чистый кластер», то развитие системы после $Б_1$ подчинено уже только движению к цели – т. е. это в чистом виде телеологический процесс. Осуществление выбора как генерации информации требует запомнить результат выбора.

Это запоминание проходит три этапа (рис. 1, *б*). Первый этап диктуется конъюнктурной целью, второй этап – прогностической целью, а третий этап – асимптотической целью.

Три стадии – «мозаика», «паркет», «чистый кластер» подобны содержанию стадий телеологического процесса в описании А. Н. Уайтхеда. На стадии «мозаики» (на которой элементы системы группируются в нечетких очертаниях рецепций вариантов действий, способных привести к иному состоянию) варианты выхода из хаоса подчинены конъюнктурным целям, т. е. сиюминутным целям. В описании А. Н. Уайтхеда этому соответствует стадия «ответная фаза», на которой происходит «рецепция мира как множества индивидуальных центров чувствования, взаимопредполагающих друг друга» [16, с. 299]. Иными словами, на этой стадии элементы системы становятся носителями информации о каждом из конкурирующих вариантов, входя в определенную кооперацию между собой. Стадия «паркет» демонстрирует оформление возможных вариантов будущих состояний в уже четких границах следования прогностическим целям, т. е. целям уже видимого и прогнозируемого будущего порядка. Этой стадии соответствует выделяемая А. Н. Уайтхедом «дополнительная стадия», содержание которой «определяется индивидуальным идеалом, постепенно оформляющимся в самом данном процессе» [16, с. 299]. Завершающая стадия – «чистый кластер» – выражена в образовании одного состояния, достигаемого при следовании асимптотической цели, т. е. победы того варианта, который становится новым порядком, обретаемым системой. Примером состояния «чистого кластера» является «победа» единого для всего живого генетического кода. Завершающую стадию телеологического процесса – «сатисфакцию» – А. Н. Уайтхед характеризует как «исчезновение всякой неопределенности» при образовании актуальной сущности, «воплощающей решительное “да” или “нет”» [16, с. 299].

Это образование актуальной сущности А. Н. Уайтхед называет тем «действительным происшествием», которое отделяет бытие от действительности, а И. Р. Пригожин называет событием, как фактом становления нового порядка, рождаемым при преодолении хаоса. В моей интерпретации информационных процессов на этапе телеологического процесса происходит генерация и фиксация информации. Более того, именно результаты

фиксации вариантов выбора становятся условием для начала процесса кодирования. Подчеркну один момент: в социокультурных системах состояние «чистого кластера» достаточно условно, поскольку в этих сверхсложных системах возникающие варианты будущих порядков остаются «жить» на периферии интеллектуального пространства. Эти варианты сводятся к стереотипам действий, образов и смыслов. Причем под воздействием конъюнктурных целей оформляются стереотипы действий, под воздействием прогностических целей – оформляются образы нового порядка, а под воздействием асимптотических целей – оформляются понимания нового порядка вещей. Итак, на этапе между $Б_1$ и $Б_2$ (рис. 1, *а*) создаются прообразы того, что в семиотике получит прагматическую, синтаксическую и семантическую трактовки форм знаков. Например, создание фонетического или иероглифического письма стало событием. Содержание этого события есть создание кода для соответствующих культур, который определил и предопределил характер их семиотических структур.

Модель (рис. 1) позволяет представлять механизмы тех телеологических этапов динамики социокультурных систем, на которых преодолевается состояние сильной социальной неустойчивости под действием мощной силы – коллективной мечты. Эта мечта вбирает в себя образы целей множества людей. А все желания сводятся к иерархии целей, возникающей в хаотическом состоянии социума: желаемое должно быть обретено прямо сейчас, цель должна быть достигнута в обозримом будущем, мечта становится смыслом и целью жизни. Сказанное о коллективной мечте имеет прямое отношение к исследованию коммуникативного пространства, поскольку тревогу вызывает [11] именно тенденция «подмять» вечные устремления культурных поисков форматом, удовлетворяющим сиюминутные потребности, что делает культуру фрагментарной, а потому уязвимой.

Таким образом, актуальным событием завершающим телеологический этап, становится создание кода, схватывающего в себе варианты будущего порядка вещей. Это событие, определяющее действительность (в той трактовке, которая принадлежит А. Н. Уайтхеду), я назову «*событием-в-действительности*», чтобы отделить его от события, разделяющего действительность и реальность, описание которого еще впереди.

Код или язык, как особая целостность знаковых форм, всегда определял и предопределял действительность конкретной социокультурной системы. Итак, создание кода есть содержание событий-в-действительности в динамике социокультурных систем.

В широком смысле кодирование есть процесс такой подготовки сигнала/сообщения, которая соответствует формату канала трансляции для дальнейшей передачи. В социокультурных системах каналы трансляции осуществляют то, что Уайтхедом называлось «переносом символического воздействия», а в качестве его компонент выделялись следующие «тройки»: «поверья, эмоции, обычаи»; «идеи, образы, эмоции»; «эмоции, намерения и вера»; «практический интеллект, теоретическое желание проникнуть в первичный факт и иронические критические порывы» [17]. Иными словами, в этом процессе транслируются выраженные в знаке стереотипы действий, образы и смыслы. Очень упрощая ситуацию, скажем, что в семиотике этому соответствуют прагматика, синтактика и семантика, как три направления измерения семиозиса [19]. Эти три направления и определяют форматы каналов трансляции информации в социокультурных системах.

Для того чтобы представить в упорядоченной форме достигнутый результат изложения, приведем следующую таблицу.

Таблица 1

Взаимосвязь форматов целей людей, целей этапов телеологического процесса свершения актуального события и каналов трансляции

Этапы телеологического процесса свершения актуального события (модель на рис. 1)	Цели людей в форматах временных горизонтов	Каналы трансляции
Конъюнктурная цель на этапе «мозаика» и для этапа, выделяемого А. Н. Уайтхедом: «ответная фаза»	Цель должна быть достигнута прямо сейчас, поэтому востребованы образцы поступков	Прагматический
Прогностическая цель на этапе «паркет» и для этапа, выделяемого А. Н. Уайтхедом: «дополнительная стадия»	Цель должна быть достигнута в обозримом будущем, поэтому востребованы образы прогнозируемого будущего	Синтактический
Асимптотическая цель на этапе «чистый кластер» и для этапа, выделяемого А. Н. Уайтхедом: «сатисфакция»	Цель всей жизни, поэтому востребованы смыслы, определяющие достижения будущего состояния	Семантический

Итак, привлечение мной выводов синергетики для понимания механизмов, формирующих особенности коммуникативного пространства, позволяет выделить этап, предшествующий процессу создания кода. Этот этап представлен процессами генерации и фиксации информации. На нем причиной становится цель преодоления системой хаотического состояния. Данная цель «заставляет» систему генерировать информацию при выходе из хаоса ($Б_1$ на рис. 1, *а*) и, как обозначено в определении Г. Кастлера, «запоминать» результат выбора варианта преодоления хаоса. Механизм этих процессов организуют кооперативные эффекты в поведении всех элементов систем и создают иерархию целей: конъюнктурные, прогностические и асимптотические. Под действием перечисленных целей варианты преодоления хаоса получают свое выражение в том, что структурирует новый порядок, а каждый структурный элемент фиксирует содержание своего сценария в некоторой знаковой форме, которая может стать прообразом прагматики, синтактики и семантики кода. В концепции семиозиса Ч. Пирса, происходящему на этих этапах информационного процесса соответствует содержание категории *Первичности* как возможности создания знака.

Считаю необходимым подчеркнуть, что приведенный вывод о соединении синергетического, информационного и семиотического описаний того начала, которое формирует коммуникативную действительность, обладает оригинальностью. Иными словами, этот вывод сделан мной и в таком виде никем ранее не был сделан. Эти «иные слова» приведены не для похвалы самой себе, а для предупреждения читателя о том, что данный вывод еще не имеет сторонников и противников в научном сообществе. Вместе с тем некоторые исследовательские результаты, полученные мной ранее, подтверждают его справедливость. К этим результатам я отношу описание формирования исследовательских программ при смене научных парадигм [1], принятие утопической идеи обществом в состоянии сильной социальной неустойчивости [3, с. 162–208] и формирование феномена мечты [20].

Приведенный вывод открывает еще один исследовательский путь для изучения нелинейной динамики социокультурных систем. Для описания этого пути акцентируем то обстоятельство, что результатом следования первой по времени возникающей цели на

стадии генерации информации – конъюнктурной цели – становится прагматический формат кода. На завершающей стадии генерации информации конструктивной выступает асимптотическая цель, результат следования которой воплощается в семантику кода. Исследования принятия социумом утопической идеи [3, с. 162–208] привели нас[1] к выводу о том, что каждая утопия возникает как мечта, затем становится в**и**деньем, а потом трансформируется в конкретный проект реализации утопии, т. е. в практопию. Иными словами, утопическая идея проходит следующий путь трансформации: утопия-мечта, утопия-в**и**денье, утопия-проект. Этот путь соответствует обратной перспективе следования конъюнктурным, прогностическим и асимптотическим целям, поскольку конъюнктурным целям соответствует практопия, прогностическим – утопия-в**и**денье, а асимптотическим – утопия-мечта. Казалось бы, в этой обратной перспективе трансформаций утопической идеи и последовательности целей, конструктивных для преодоления хаоса, кроется причина того, что утопия есть несбыточный образ будущего. Вместе с тем известны случаи реализации утопий. К этим случаям относится воплощение утопических идей Дж. Гаррингтона в Декларацию независимости США [21], Т. Герцля – в проект создания государства Израиль [3, с. 201–208], И. Канта – в проект строительства Евросоюза [22]. Выявленная обратная перспектива в генерации утопий в качестве условия своего воплощения в действительность требует, чтобы утопия-мечта отвечала конъюнктурным целям, а основная идея этого «сна золотого» трансформировалась бы в практопию, соответствующую асимптотическим целям. Это требование сложно выполнить, и, чтобы оно осуществилось, нужен случайно выпавший из колоды возможностей благоприятный расклад. Данный пасьянс, в котором каждая карта есть означающее сценария поведения каждого из элементов системы. Приведенная мной карточная метафора позволяет если не понять, то почувствовать уникальность проникновения утопии в действительность. Продолжу этот пример. Пасьянс есть игра, в которой по определенным правилам раскладываются карты, образуя заданный этими же правилами рисунок. Простран-

[1] Эти исследования проводились мной совместно с О. Ю. Матвеевой.

ственная форма этого рисунка схожа с «предметами», чьи названия дают название пасьянсу: «Шапка Мономаха» или «Могила Наполеона». Успех игры зависит либо от случайного выпадения карт, либо от тренированности памяти играющего и степени его знакомства с комбинаторикой, логикой, статистикой и теорией игр. Я хотела бы акцентировать связь правил расклада карт с прагматикой, рисунка расклада с синтактикой и логики пасьянса с семантикой, при этом синтактика (рисунок пасьянса) во многом определяет прагматику (правила расклада) и семантику (логику правил и комбинации возможностей реализовать рисунок пасьянса). Из обыденного опыта известно, что люди, увлекающиеся пасьянсами, как правило, полагаются на удачу и в первую очередь помнят рисунок пасьянса. Память об этом рисунке не дает забыть правила расклада, а цель игры люди видят в том, чтобы занять время или успокоить нервы, и очень редко целью игры является тренинг в теории игр. Иными словами, синтактика является самым устойчивым форматом знака в семиотических трансляциях. Синтактика в своем соответствии с прогностическими целями (табл. 1) является и самой устойчивой фазой в темпоральной последовательности возникновения конструктивных целей, поскольку совпадает в своем промежуточном положении с возникновением образа хорошего будущего. Кроме того, при формировании кода, т. е. при достижении результата, которым завершается стадия генерации информации, прагматика кода легка в подражании и доступна большинству, синтактика кода очевидна всем, а семантика кода, являясь системообразующей, может оставаться сокрытой двумя завесами – привычностью порядка действий и всеми разделяемыми образами действительности[1].

Итак, сделаю вывод из рассуждений, представленных в этом разделе статьи. При преодолении хаотического состояния система генерирует информацию. Эта информация может существовать только в зафиксированном виде. Процесс фиксации информации не только связывает ее с материальным носителем, но и требует ее кодирования. Процесс кодирования информации, т. е. информации

[1] Замечу, что эти «две завесы» столь непрозрачны, что в их описаниях представлен весь феномен культуры в этологических, этнографических и игровых концепциях культуры.

уже сгенерированной и зафиксированной, предполагает ее выражение в знаковой форме, что означает ее «упаковку» в формат прагматики, синтактики и семантики. Выявленная мной на основе теории информации взаимосвязь синергетики и семиотики позволяет констатировать, что образование кода есть граница между процессами сращения и перехода, между бытием и действительностью, т. е. образование кода является событием-в-действительности, которое будучи воплощением категории *Первичности*, становится началом формирования коммуникативного пространства социокультурных систем. Для совершения этого события ведущими значениями обладают прагматика и синтактика.

Другими словами, бумеранг запускается силой прагматики и синтактики, а сам его «запуск» я понимаю как событие-в-действительности. Начальные отрезки траектории движения бумеранга отражает модель на рис. 1, модель процесса сращения многих факторов, определяющих его полет. Чтобы проследить траекторию возвращения бумеранга, мне понадобится другая модель. Это модель макроскопического вида процесса «переход», модель перехода от действительности к реальности, т. е. от события-в-действительности к событию-в-реальности.

2. Модель детерминистического информационного процесса в социокультурных системах

На основе модели генерации информации мной выявлен механизм возникновения события, которое разделяет бытие и действительность в содержательном разграничении этих сущностей, произведенном А. Н. Уайтхедом. При этом я утверждаю, что механизм возникновения этого события раскрывается только на основании информационных интерпретаций самоорганизации. Событие, возникающее как результат телеологического этапа информационного процесса, названо мной «событие-в-действительности». Суть события-в-действительности заключается в создании кода, который определит действительность социокультурных систем. Итак, событие-в-действительности, как зафиксированный в коде вариант осуществления всего множества возможностей, содержащихся в бытии культуры, детерминирует дальнейшее становление конкретности социокультурных систем.

Вместе с тем А. Н. Уайтхедом выделена еще одна сущность данности – реальность. Она также должна отделяться от действительности событием. Это событие, как и событие-в-действительности, должно возникать спонтанно, мгновенно и в результате когерентного поведения всех элементов. В работе А. Н. Уайтхеда [17] этим требованиям отвечает то, что им названо «переворотом в символизме», а сам символизм в своем воздействии на человека формирует восприятие мира, т. е. формирует реальность. Данное обстоятельство инициировало мое предположение, что событие, тождественное перевороту в символизме, является тем событием, которое отделяет действительность от реальности. Именно это событие названо мной «событием-в-реальности». В данном разделе статьи я предполагаю установить тот этап в динамике социокультурных систем, на котором происходит переворот в символизме, т. е. возникает событие-в-реальности. Поскольку реальность определена восприятием действительности, а само восприятие формируется под действием когнитивной и критической функций[1], то мои поиски места события-в-реальности в динамике социокультурных систем направлены на выяснение той формы социокультурной действительности, на которой доминируют именно эти функции.

Ранее мной уже решалась задача корреспонденций форм культуры и системных функций культуры на основе информационного подхода. История получения этих решений такова. Постановка задачи была связана с выявлением роли утопических идей в социокультурной динамике, что делалось в совместных исследованиях с О.Ю.Матвеевой. В связи с этим философской рефлексии подвергались установленные Э.Я. Баталовым системные функции утопии (критическая, когнитивная, нормативная, прогностическая, компенсаторная) и формы культуры (идеология, социальный сценарий, антиутопии, социальный миф). Была доказана релевантность информационного подхода к исследованию утопий, и на основании одной из моделей информационного процесса удалось корреспондировать перечисленные системные функции утопии и формы культуры. Более того, именно модель

[1] Обоснование этого предположения дано, например, Дж. Гибсоном в его экологической теории восприятия [23].

позволила выявить еще две функции – вербальную и адаптивную и установить формы культуры, возникающие под их действием: «новояз» и модель социального поведения [3, с. 162–214][1].

Позднее в совместных исследованиях с Е. А. Жуковой было доказано, что установленная корреспонденция распространяется не только на феномен утопии, но и является применимой к взаимосвязи системных функций культуры и форм культуры [24]. Параллельно с этим мной была выяснена причина указанных корреспонденций. Она состояла в том, что конкретные механизмы стадий информационного процесса подчинены своим функциям, что в качестве результата обусловливает создание определенных форм, в которых актуализируются те или иные свойства информации [25]. Этот результат методологических исследований информационных процессов был реализован в качестве теоретического основания постижения механизмов динамики образовательных систем в совместной работе с Е. Н. Роготневой. Обобщение данной реализации представлено в нашей монографии [26]. В ней, в частности, решался вопрос о формировании образовательного пространства, в котором были установлены аттракции (локусы притяжения) и способ самоизмерения этого пространства – образовательные путешествия [26, с. 105–147]. Казалось бы, что это весьма далекий результат от основного содержания данной статьи, связанного, напомню, с постановкой задачи измерений в исследованиях коммуникативных процессов, и его упоминание оправдано только словом «самоизмерение». Однако именно исследование феномена путешествия стимулировало меня к установлению траекторий бумеранга конструирования в пространстве коммуникативных процессов.

Для описания моих представлений об искомых траекториях и о самом их существовании мне потребуется указать на ряд исходных оснований. В их числе, во-первых, сама модель, на основании которой установлены корреспонденции форм и функций культуры; во-вторых, возникновение структуры культурного пространства; в-третьих, принципиальное различие участков притяжения в реальном пространстве, которые я буду называть

[1] В ноябре 2003 г. нам удалось обсудить эти выводы с Эдуардом Яковлевичем Баталовым и получить его одобрение полученных результатов.

аттракциями, и участки, притягивающие возможные будущие состояния системы в виртуальном пространстве, которые в синергетике получили название «странные аттракторы».

1. Модель информационного процесса, соответствующего тому, что А. Н. Уайтхед называл «переход», разработана мной на двух основаниях. Первым их них является постнеклассическая трактовка феномена информации, вбирающая в себя положения теории информации и синергетики [1]. Второе – вытекает из результатов исследований Ю. М.. Лотмана и Б. А. Успенского, выявивших семиотическую природу механизма динамики культуры и установивших составные части этого механизма [27]. Взаимосвязь перечисленных оснований воплотилась в модель (рис. 2), раскрывающую воздействие социокультурных трансформаций как информационный процесс. В этой модели *блок 1* соответствует стадии процесса генерации информации, механизм этой стадии представлен был на рис. 1. Процессу кодирования информации соответствует *блок 2*. Этапу трансляции информации, механизм которого состоит из процессов передачи информации в синхроническом и диахроническом режимах, соответствует на рис. 2 *блок 3*. Процессу реализации информации в оператор, т. е. процессу создания способа совершения целенаправленных действий

Рис. 2. Модель информационного процесса в социокультурных системах, детерминированного содержанием события-в-действительности (пунктирными линиями показаны направления воздействия на человека)

на основе переданной информации, соответствует *блок 4*. Процесс тиражирования информации, возникающий благодаря действию оператора, воплощен с элементом семиотического механизма культуры, представленного *блоком 5*. Процесс хранения информации сопоставлен с процессами образования ненаследственной памяти культуры – *блок 6*. Замечу, что процесс «перехода» (рис. 2) по своей длительности значительно превосходит процесс «сращения» (рис. 1).

Приведу простой пример. Каждая из религиозных систем возникала на определенном толковании того, что есть благо (блок 1). Идея благой жизни фиксировалась в тексте (блок 2), в котором определялись как ритуализированная этика (блок 6), так и определенная структурная организация жизни (блок 3). В свою очередь, новая структурность требовала воплощения в соответствующих знаковых системах. Либо создавались новые символы, либо происходил семантический переворот в символизме (блок 4). Целью воплощения в жизнь новой идеи блага во всех случаях было научить человека жить и поступать правильно, т. е. создать идеальную модель поведения человека (блок 5). Ясно, что создание всех перечисленных форм – идеологии под воздействием нормативной функции (блок 1), своеобразного «новояза» (блок 2), социальных сценариев под воздействием прогностической функции (блок 3), новых стилей под действием критической функции (блок 4) и модели поведения как реализации адаптивной функции (блок 5) – требовало целой эпохи.

Сказанное о функциях и формах культуры иллюстрируется на рис. 3. Обратим внимание на два обстоятельства, иллюстрируемые моделью (рис. 2). Во-первых, зафиксированная в культурном коде идея (блок 2) имеет два продолжения. Она может стать основой для изменения структурной организации социальной жизни, а следовательно, вызывать новые сценарии поведения системы (блок 3). А может стать «ненаследственной» памятью (блок 6), причем если код со временем утрачивается, то становится проблемным понимание смыслов ушедших культурных эпох. Но если темп генерации новых значений не позволяет их запомнить или срок их хранения незначителен, то в культуре «распадается связь времен», что в свою очередь вызывает состояние, подобное хаосу броуновского движения. Таким образом, нарушение темпов разворачива-

ния процессов, представленных в модели блоками 2, 3 и 6, становится «точкой роста» культурных деформаций.

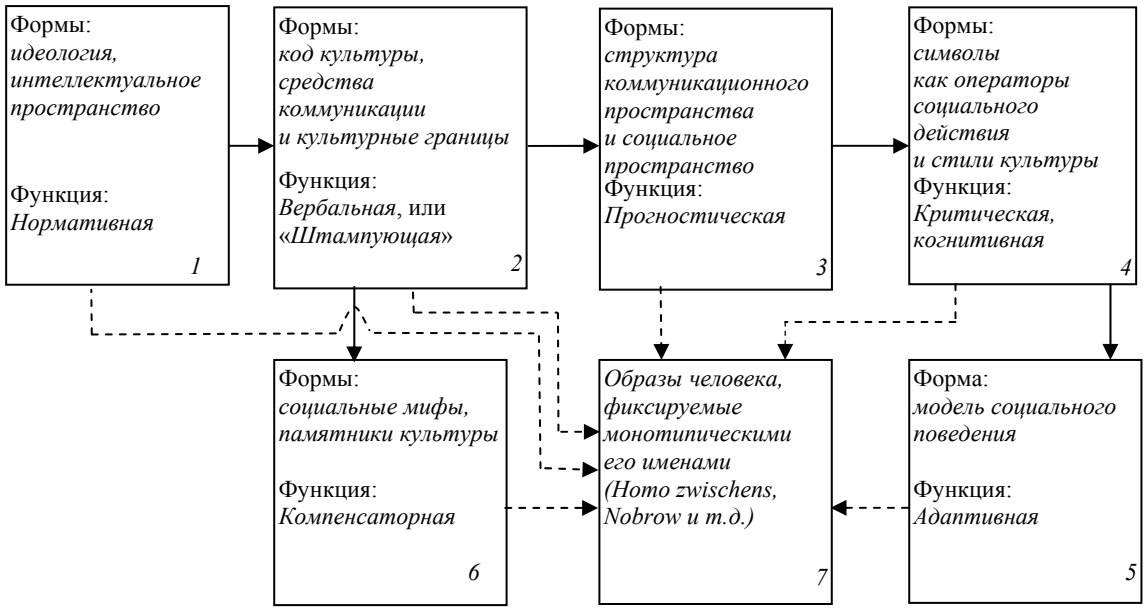

Рис. 3. Корреспонденция форм и функций культуры, установленная на основе модели информационного процесса

2. Скорость разворачивания процесса «переход» можно почувствовать на формировании структуры культурного пространства. Основаниями для определения данной структуры были конкретно-научные исследования образования культурных ландшафтов [28] и философское понимание строения пространства культуры [29].

Итак, историко-культурологические и культурно-географические исследования [28, с. 94–116] утверждают, что при расселении, вне зависимости от ресурсной базы, происходит практически одновременное выделение следующих функциональных пространств: пространство хозяйственной деятельности, представленное жилыми комплексами, производственными постройками, обрабатываемыми землями etc; пространство коммуникации, представленное тропами, дорогами и мостами. Сакральное пространство, являясь основой духовной жизни людей, осваивающих новые земли, может быть принято как ядро формирования культурного ландшафта.

В процессе освоения территории во многих традиционных обществах было необходимо ритуальное «отделение» пространства «чужого» от «своего». Затем происходило структурирование уже «чистого» пространства. Необходимо отметить, что рассматриваемые исследования культурного ландшафта позволяют учитывать временную составляющую и рассматривать культурный ландшафт как «историческую память», то есть, культурный ландшафт выступает как «напластование» отражений моделей мира, как «перекодировка» элементов одного сакрального ряда в другую сакральную систему.

Таким образом, естественное формирование культурного ландшафта происходит через сакрализацию занимаемого пространства и последующее структурирование для осуществления оптимальной жизнедеятельности, а становление любого культурного ландшафта происходит через одновременное образование определенных пространств: хозяйственного, коммуникационного и сакрального.

Теоретические обобщения эмпирического материала, представляющие формирование структуру пространства *становящейся* культуры, обозначенные Э. Л. Базаровой [28, с. 94–116], согласуются с философской концепцией структуры пространства *ставшей* культуры, предложенной А. Н. Быстровой.

Культурное пространство определяют следующие его структурные элементы. Это, во-первых, пространство социума – форма бытия общества, в котором существуют вертикальная и горизонтальная структуры, где главной ценностью является степень человеческих свобод. Во-вторых, пространство коммуникации, где культура выступает и как хранилище информации, и как диалог, воспроизводящий и генерирующий знаки. В-третьих, пространство интеллекта – результат и условие культуры, связанные с уровнем познания, присущим обществу [29].

Сопоставление структурной организации самоорганизующегося культурного ландшафта и формирования пространства культуры привело нас к следующим выводам. В сложившихся культурах пространство интеллекта (в терминологии А. Н. Быстровой) становится фактором, образующим культурное пространство. Это корреспондируется с функцией сакрального пространства культурного ландшафта. Далее, после возникновения сакрального

пространства интеллекта структурируются хозяйственное и коммуникационное пространства культурного ландшафта. Социальное пространство корреспондируется с хозяйственным локусом ландшафта, а коммуникативное пространство отражается в каждой из составляющих культурного ландшафта. Обнаруженные корреспонденции позволяют утверждать, что культурное пространство обладает *горизонтальной структурой* – совокупностью культурных ландшафтов. В силу того, что любой культурный ландшафт представляет собой «наслоение» так называемых исторических пластов, которые представляют историческую память культурного ландшафта, делается вывод, что культурное пространство обладает *вертикальной структурой* – «историческими пластами», воплощающими историческую память. Перемещаясь в иное пространство культуры и сравнивая его со своим, человек *измеряет* пространство иной повседневности. В истории путешествий фиксируется, что некоторые маршруты сохраняют устойчивость на протяжении веков. Точками притяжения являются сакральные центры и знаковые памятники культуры. Следовательно, в рассмотренных типологиях данные аттракции располагаются в интеллектуальном и коммуникативном пространствах культуры. Итак, в качестве условий путешествий выступают: а) потребность человека в самопонимании (виртуальные путешествия являются способом самопонимания); б) потребность человека в понимании своего культурного мира, пределы которого, как границы мира должного, устанавливаются в сравнении с другими культурными практиками существования человека (реальные путешествия являются способом понимания человеком своего культурного мира); в) самоорганизация культурного пространства, формирующая аттракции в реальном пространстве, к которым веками устремляются люди.

Все изложенное выше позволило сделать следующие выводы. Во-первых, структурные формы культурного пространства – интеллектуальное пространство (*блок 1,* рис. 3), коммуникационное пространство (*блок 2,* рис. 3), социальное пространство (*блок 3,* рис. 3) – есть формы, возникающие под действием соответствующих функций: нормативной, вербальной (в этом конкретном примере эта функция диктуется ключевым свойством информации – фиксируемостью), прогностической. Во-вторых, путешест-

вие, как феномен культуры, возникает в качестве оператора (*блок 4*, рис. 2 и 3) культуры, становящегося способом самоизмерения иерархии горизонтальной и вертикальной структур культурного пространства. В-третьих, определить путешествие как перемещение (реальное или виртуальное) в чужое (иное) культурное пространство с целью выхода за пределы наличного бытия для познания себя и мира повседневности *Другого*. Все эти выводы ясно указывают на трансцендентальные условия осуществления самоизмерений пространства культуры, воплощаемых в путешествии, и свидетельствуют об эффективности понимания информационной природы механизмов самоорганизации социокультурных систем.

Помимо перечисленного, важным для меня стало понимание конкретного наполнения той формы культуры, которая формируется под действием когнитивной и критической функции. Эта форма одновременно играет две роли: оператора информационной динамики социокультурных систем и символа, фиксирующего структурность этих систем. Иными словами, на определенном этапе (*блок 4*, рис. 2 и 3) информационного процесса, выступающего механизмом самоорганизации социокультурных систем, формируется символ как оператор действий, вбирающий в себя результаты предшествующих этапов нелинейной динамики. А это в свою очередь служит основанием для предположения о том, что перевороты в символизме (или событие-в-реальности) должны совершаться именно на этом этапе. Есть и еще один вывод, который мной высказывается уже не в виде предположения, а в качестве убеждения. Этап процесса генерации информации запускает работу «устройства» культуры, результатом которого становится действие нормативной, «штампующей» и прогностической функций. Эти функции воздействуют на человека, живущего в пространстве, образуемом данным «устройством». Пути воздействия есть траектории, по которым в повседневность человеческого существования возвращаются идеи, воплощаясь в определенных формах культурной действительности. Эти траектории представлены на рис. 2 и 3. Человек находится в плену идеологий, языка и социальной структурности – этих форм виртуального пространства культуры. Одновременно с этим жизнь человека происходит в сформированных границах (*блок 2*, рис. 3)

действительного пространства: интеллектуального (*блок 1*, рис. 3) и социального (*блок 3*, рис. 3). В постепенности диахронии формы культуры образуются и под действием тех целей, которые были обнаружены на основе модели процессов генерации (рис. 1) и выражены в табл. 1. Итак, интеллектуальное пространство и идеология создаются при следовании асимптотическим целям генерации нового порядка; коммуникативная структура и социальная структурность формируются как результат преследования прогностических целей создания нового порядка; культурные границы и коды культуры вырабатываются в конъюнктурности прагматических целей обретения устойчивости и упорядоченности, для обретения которых необходимо преодолеть хаотическое состояние. Однако если описанный процесс становления культурных форм происходит веками, то логичен вопрос, где возникают деформации культуры, отмечаемые при исследовании ее современного состояния [11].

3. В процессе становления культуры образуются аттракции. Основой для их образования являются следы интеллектуальной истории, хранимые в памяти культуры, или так называемые памятники культуры. Эти памятники в осязаемой форме воплощают как результаты работы «устройства» культуры, так и демаркацию ареалов культуры. К этим аттракциям устремляются люди в своих путешествиях, определяя тем самым измерения пространственного выражения своей и иной культурной действительности. Путешествие представляет собой любопытство, выраженное в поступке, требующем усилий и преодолений границ привычного. Современное Интернет-пространство позволяет совершать путешествия, не требующие даже любопытства. И в этом пространстве отсутствует осязаемое воплощение аттракций. Вместе с тем каждый знакомый с Интернет-пространством знает, что в нем есть локусы притяжений. Эти локусы возникают в пространстве, которое не имеет параметров реального пространства. Однако за гранью самоочевидного существует подобное пространство – это пространство состояний, или фазовое пространство.

Необходимость обращения к законам этого пространства в моих исследованиях возникала несколько раз. Во-первых, в обосновании существования телеологического этапа информационного

процесса без учета гипотезы о «надприродных» силах [30]. Во-вторых, в определении сущности феномена утопии как реализованного образа будущего состояния социокультурной системы, не совпадающего ни с одним аттрактором в пространстве режимов этой системы [3, с. 208–214]. В-третьих, для определения различий ролей странных аттракторов, в понимании И. Р. Пригожина, и структур-аттракторов, в понимании С. П. Курдюмова, при методологическом обосновании возможности упорядочения моделей коммуникации [31]. Результатом проведенных исследований стал вывод о принципиальном различии участков притяжения (аттракций) в действительном пространстве и участков, притягивающих возможные будущие состояния системы, существующие в фазовом пространстве (странные аттракторы). Данный вывод имеет значение для выяснения механизмов, действующих на этапе трансляции информации, т. е. на стадии формирования структурности культуры (*блок 3*, рис. 2 и 3). Дело в том, что следование к утопической цели (т. е. к цели, не являющейся аттрактором) может стать былью, но это будет требовать неустанных усилий для поддержки существования действительности, которая стала действительностью при реализации утопической идеи. Но в нелинейной динамике, «отпущенной на свободу», система может как самоорганизовываться, так и самодезорганизовываться. При этом если первые три этапа нелинейной динамики социокультурной системы (*блоки 1–3*, рис. 2 и 3) сложатся при любом «раскладе», то формирование дальнейших этапов (*блоки 4–5*, рис. 2 и 3) зависит от характера трансляции информации, запущенной в действительность на начальном этапе динамики. Этапы, на которых происходит создание оператора как способа реализации сгенерированной информации (*блок 4*) и выработка моделей поведения человека как средства адаптации к действительности (*блок 5*), требуют усилий творческого меньшинства и особого характера отбора возможных вариантов того, что будет наполнять эти операторы и модели.

Поясню сказанное на примере. Применительно к динамике образовательных систем роль оператора играют педагогические технологии. Каждая из имеющихся педагогических технологий создавалась, вбирая в себя семантику образовательной парадигмы (*блок 1*), ее прагматическое выражение в теориях образования (*блок 2*) и ее синтактику (*блок 3*), выраженную в структур-

ности образовательных уровней. Для реализации семантического, синтактического и прагматического наполнения той идеи, на основании которой предполагается формировать личность, необходимо создание способа или определенной программы действий – педагогической технологии. Можно сказать, что в педагогической технологии происходит «сборка» планов выражения первоначальной идеи образования. Однако существует множество идей образования (замечу, что все эти идеи принадлежат утопиям [32]), которые реализуются во множестве педагогических технологий, а само множество педагогических технологий разделяется на группы по исходным идейным основаниям. Эти группы подобны «группам крови», что в принципиальной степени определяет границы их применимости. Разработка педагогических технологий является результатом целенаправленных усилий, как правило, больших коллективов, а внедрение новых педагогических технологий по своим трудозатратам подобно реализации утопической идеи. Однако в практике отечественного образования педагогические технологии применяются без проверки «на совместимость» их идейных оснований. Это с неизбежностью приводит к известной ситуации, при которой формируемая в образовательном процессе модель человека служит не средством адаптации к действительности, а средством дезадаптации и дезориентации в пространстве социокультурных систем [33]. Эта ситуация сложилась «сама собой», наглядно иллюстрируя вышеизложенную мысль о том, что в нелинейной динамике, «отпущенной на свободу», система может как самоорганизовываться, так и самодезорганизовываться.

Итак, в создании оператора (*блок 4*) происходит «сборка» результатов процессов, происходящих на предшествующих этапах информационного процесса (*блоки 1-3*, рис 2 и 3). Эта «сборка» вызывает самоорганизацию системы в том, и только в том случае, когда в полной мере реализуется семантический компонент исходной идеи, т. е. реализуется та информация, которая на начальном этапе выбиралась под действием асимптотической цели (табл. 1). А это значит, что создание оператора соответствует событию, происходящему на этапе динамики системы, обозначенному на рис. 1 областью $Б_2$. Эта область является аттрактором для системы, находящейся в $Б_1$.

Таким образом, у меня есть основание для следующих промежуточных выводов. Во-первых, в начале каждой самобытной эпохи культуры было событие, запускающее в социокультурное пространство идею, возвращающуюся бумерангом в виде нормативной, вербальной и прогностической функций, воздействующих на человека. Во-вторых, кодирование этого события, происходящего в $Б_1$, есть событие-в-действительности. В-третьих, обнаружен этап, на котором происходит второе событие, отделяющее действительность от реальности: событие-в-реальности – $Б_2$. В-четвертых, совершение события-в-реальности есть создание оператора, а в этом качестве выступают, например, технологии, способы измерения и выражения структурности системы. В-пятых, событие-в-реальности есть аттрактор пространства состояний социокультурной системы.

Проще говоря, каждую самобытную эпоху культуры создают два события: событие-в-действительности и событие-в-реальности. Второе событие есть результат выбора между сценарием развития системы, ведущего к аттрактору действительности, либо сценарием, продиктованным неким образом будущего состояния, которое не является аттрактором. Однако следование к цели, не являющейся аттрактором действительности, не означает следования к невозможному будущему. Это лишь требует иного способа управления будущим. В основании способа управления будущим заложено то, что А. Н. Уайтхед называл «переворотом в символизме». Эта идея А. Н. Уайтхеда и моя трактовка информационных механизмов самоорганизации позволила предложить концепцию аттрактивного менеджмента [34, 35], что в свою очередь позволяет понять второе событие как «переворот в символизме».

Понимание места приложения управленческих решений ($Б_2$ на рис. 1, *а*; *блок 4* на рис. 2 и 3), семиотического стиля управленческих решений («перевороты в символизме») и цели управления (введение в область будущего состояния системы локуса, не являющегося структурой-аттрактором) – все это вместе может составить технику аттрактивного менеджмента при условии выяснения, чем именно представлены фазовые переходы в том пространстве, которое представляет собой действительность социокультурной системы.

3. Модель процессов трансляции информации

Создание способа перехода от сложившейся действительности к желаемой реальности требует совершения события-в-реальности. В этом событии происходит такая «сборка» всех компонент кода действительности, что вызывает «переворот в символизме». Поэтому в центр моего исследовательского интереса (и данного раздела статьи) попадают трансляции компонент кода. На основе модели (рис. 2) ясно, что эти трансляции принадлежат блоку 3, связывающему этапы создания кода (блок 2) и создания оператора (блок 4). Благодаря этой же модели становится ясно и то, что коммуникативное пространство есть результат процессов трансляции информации, а структура коммуникативного пространства создается иерархией каналов трансляции: прагматического, синтактического и семантического [3, с. 218; 36]. Мной разработана модель этапа трансляции информации. Начало этого этапа представлено этапом кодирования, соответствующего блоку 2 на рис. 2, а завершение трансляции происходит при создании оператора, что соответствует блоку 4 на рис. 2. Поэтому в иллюстративном выражении этой модели на рис. 4 начальный блок имеет номер 2, а последний – 4. В модели представлена совокупность тех процессов, которые составляют этап трансляции информации в социокультурных системах. Иными словами, это процессы, раскрывающие содержание блока 3 на рис. 2. На этом основании каждый из процессов нижним индексом нумерован цифрой 3. Принадлежность процесса к диахроническому режиму выражена римскими цифрами (I, II, III), а к синхроническому режиму арабскими цифрами (1, 2, 3). Итак, в каждом канале трансляции есть два режима – диахронический и синхронический. В диахронии кодированная информация (результат процесса блока 2) передается в память ($блок_3$ I), затем хранится в памяти ($блок_3$ II), после чего в результате избирательной рецепции из памяти ($блок_3$ III) может стать основанием для создания оператора (блоку 4). Т. е. в диахронической трансляции существует некоторая остановка во времени передачи информации, в период которой информация хранится, а в результате этого хранения претерпевает определенные изменения в силу действия такого свойства информации, как бренность [37]. Это свойство возникает из-за трансформации ма-

териального носителя информации. В синхронии кодированная информация (результат процесса блока 2) передается непосредственно адресату (блок$_3$ 1), затем адресатом декодируется (блок$_3$ 2), после чего становится источником избирательной рецепции (блок$_3$ 3), результата которой может быть воплощен в операторе.

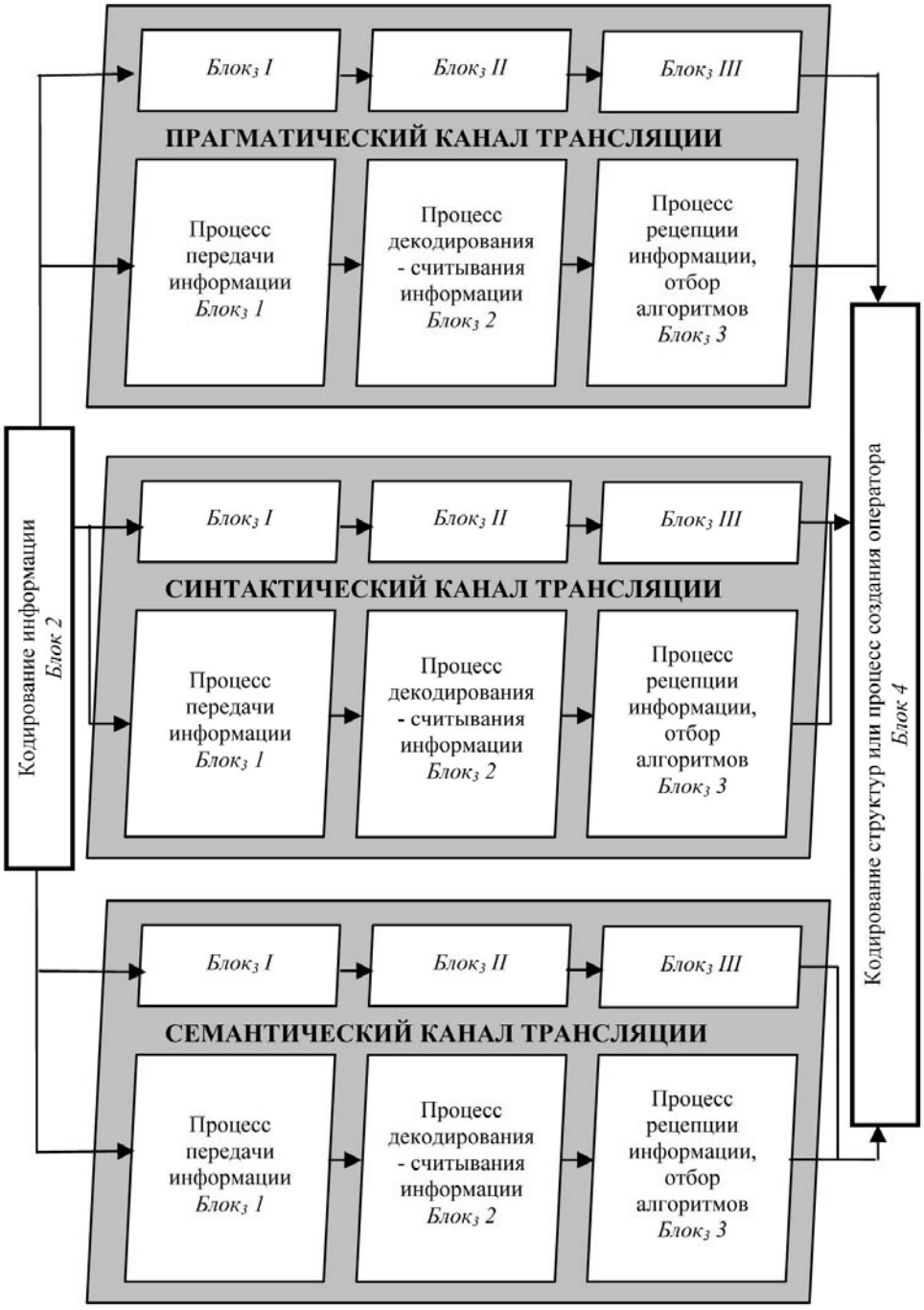

Рис. 4. Модель процессов трансляции информации

В рассмотренном примере организации пространства культуры можно увидеть работу процессов диахронических трансляций, а само путешествие было оператором самоизмерения пространства действительности. Именно в путешествиях формируется образ этой действительности, становящейся культурной реальностью для путешественника.

Работа синхронических трансляций была понята мной благодаря концепции семиозиса Ч. Пирса [3, с. 215–223; 25] и обобщению коммуникативных моделей на основе структуры стадий информационного процесса [31]. Выше я уже упоминала, что модели коммуникации «стартуют» с того, что в этих моделях понимается как источник, в качестве которого выступают и устройство кодирования, и событие, и «пропагандист». Для примера того, чем наполняются стадии синхронии, обратимся к базовым моделям коммуникации. Результаты этого сопоставления представлены в табл. 2. В данном случае в мою задачу не входило устанавливать корреспонденцию всех имеющихся моделей и выделенных стадий синхронической трансляции. Но, полагаю, что содержания табл. 2 достаточно для подтверждения обоснованности трактовки процессов коммуникации в качестве частных случаев информационного процесса на этапе трансляции. Итак, коммуникативные модели «укладываются» в модель синхронической трансляции. Этот вывод позволил мне придти к более значимому результату. А именно к пониманию того, что выделенные Ч. Пирсом девять классов знаков являются результатами девяти процессов (по три процесса в изоморфной структуре трех каналов трансляции), составляющих трансляцию информации в синхроническом режиме (рис. 4) [25]. А это значит, что появляется способ диагностики коммуникативных действий по признаку образования определенной формы знака.

До образования Интернет-пространства для исследования коммуникативных процессов было достаточно лингвосемиотического направления. Однако явная синхрония процессов, происходящих в Интернет-пространстве, актуализирует обращение к концепции Ч. Пирса.

Таблица 2

Сопоставление этапов синхронической трансляции информации и элементов коммуникативных моделей

Автор модели	СТАДИИ СИНХРОНИЧЕСКОЙ ТРАНСЛЯЦИИ				
	Процесс кодирования информации *Блок 2* на рис. 4	Процесс передачи информации *Блок3* 1 на рис. 4	Процесс декодирования информации *Блок3* 2 на рис. 4	Процесс рецепции информации *Блок3* 1 на рис. 4	Процесс построения оператора как способа совершения целенаправленных действий *Блок 4* на рис. 4
ШЕННОН – УИВЕР	То, что кодирует или модулирует информацию	Передаваемая информация (не связана с понятием смысла) и то, по чему закодированная информация или сигнал передается к пункту приема	То, что «переводит» полученное сообщение	То, что искажает сообщение	Устройство подобное передатчику (*Destination место назначения*)
КОТЛЕР	Сторона, посылающая обращение другой стороне. Процесс представления мысли в символической форме	Набор символов, передаваемых отправителем, и способы передачи от отправителя к получателю	Процесс, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем	Набор откликов получателя, возникших в результате контакта с обращением. Искажение исходного сообщения в результате незапланированных вмешательств среды	Часть ответной реакции, которую получатель доводит до сведения отправителя
ЛАССУЭЛЛ	Тот, кто контролирует коммуникативный процесс *(Коммуникатор, communicator)*	Содержимое передаваемого. То, что «переносит» сообщение		Зрители и читатели	То, что участники коммуникации хотят достичь в итоге коммуникации
ГЕРБНЕР	Человек или механизм, который «восприняли событие» и сформировал утверждение о нем для передачи другому участнику коммуникации	(1) Активно интерпретированное «воспринимаемое событие» – E’	Сочетание сигнала и значения «воспринятого события» – SE	(2) То, что использует M для передачи SE и то, что он может контролировать	(1) Человек или механизм, которые интерпретируют событие (M)

Есть еще одно обстоятельство. Для совершения «переворота в символизме», по убеждению А. Н. Уайтхеда, необходима когерентность в «переносе символического воздействия», а в качестве компонент этого «переноса» выделялись следующие «тройки»: «поверья, эмоции, обычаи»; «идеи, образы, эмоции»; «эмоции, намерения и вера»; «практический интеллект, теоретическое желание проникнуть в первичный факт и иронические критические порывы» [17]. Замечу, что, во-первых, есть явная аналогия между результатами работы прагматического, синтаксического, семантического каналов и указанными А. Н. Уайтхедом «тройками». Во-вторых, есть явная аналогия между «переносом символического воздействия» и процессом трансляции информации. В-третьих, А. Н. Уайтхедом отмечается явная возможность приходить в когерентное состояние всем составляющим этого «переноса». Следовательно, возможно выполнение важного условия для совершения события – условия когерентности поведения структурных элементов системы. Напомню, еще о двух обязательных условиях: случайности и преодолении хаотического состояния. Первое из них, в случае совершения «переворота в символизме», связано с появлением семантического решения достижения асимптотической цели (как это было установлено при обсуждении условия наступления $Б_2$ на рис. 1). Проще говоря, либо должна появиться новая идея, либо будет дана эффективная интерпретация действительности, которая станет семантической основой для «переворота в символизме». То и другое всегда происходит случайно. Второе условие – наличие хаоса в действительности – обосновано во многих работах, результаты которых обобщены В. В. Мироновым [11]. В этом же обобщении содержится множество указаний на семиотический характер хаоса современной культуры.

Итак, обнаружены все составляющие необходимые для совершения события на границе коммуникативного пространства, на границе действительности и реальности, т. е. там, где происходит построение оператора новой реальности. Само это построение становится возможным после совершения события-в-реальности. Вместе с тем событие-в-реальности или «переворот в символизме», как мной обосновывалось в ходе представленных рассуждений, есть некоторая структура-аттрактор. Иными слова-

ми, опять требуется ответ на вопрос: в чем будут выражаться фазовые переходы в коммуникативном пространстве?

Я полагаю допустимость следующего ответа. Коммуникативное пространство есть пространство семиотических состояний, выражаемых в образовании форм знаков. А поскольку эти формы знаков возникают при синхронии, то критерий их возникновения должен быть связан с реальным временем. Это актуализирует определение существования, данное У. Куайном: «…существовать значит быть значением связанной переменной» (цит. по: [38, с. 28]). Итак, существование форм знаков связано с переменной по времени. Измерение их существования будет возможно при нахождении этого критерия.

Таким образом, коммуникативное пространство есть пространство состояний форм знаков, что по-новому актуализирует обращение к семиотике, созданной школой Ч. Пирса. Именно в пространстве, понимаемом в качестве фазового состояния знака, потенциально возможно нахождение способов управления будущим состоянием, путь к которому пролегает через коммуникативную действительность. Это открывает потенциальную возможность конструирования реальности. Однако сама эта идея конструирования, подобно бумерангу, возвращается. Траектории возвращения обнаруживаю нормативные, вербальные и прогностические воздействия меняющейся действительности. На этом аналогия с бумерангом заканчивается, поскольку, в отличие от оружия австралийских аборигенов, бумеранг конструирования возвращается в измененном виде – в иной знаковой форме, неся в себе иные интерпретанты, приобретенные в полете над семиотическим пространством.

Резюме

Первое. Философия процесса А. Н. Уайтхеда, представившего два вида процессов: телеологический процесс «сращение» и детерминистический процесс «переход». Причем в результате «сращения» происходит *актуальное событие* (или *действительное происшествие*), которое детерминирует разворачивание процесса (*переход*) к следующему *сращению*.

С этими положениями связано и разграничение бытия, действительности и реальности: бытие есть потенциальность, есть

все, что может быть; действительность есть то, что осуществилось, есть область «действительных происшествий»; реальность – это вариант воспринимаемой действительности.

Итак, все множество потенциальностей, которое есть бытие, способно спонтанно реализовывать один из вариантов своих возможностей, что тождественно «скачку из потенциальности в актуальность» или событию. Событие становится результатом «сращения», в котором «универсум вещей приобретает индивидуальное единство в результате подчинения “многих” из них конституированию “одной” новой вещи» [16, с. 298].

Второе. Метафизическую чистоту философия А. Н. Уайтхеда утратила после того, как Илья Романович Пригожин воплотил ее в свою исследовательскую программу, на основе которой был получен ряд результатов, изменивших научную парадигму. В частности, были сформулированы условия совершения событий.

Третье. Синергетическая парадигма эксплицировала определение информации, данное Г. Кастлером: *информация есть случайный запоминаемый выбор варианта из многих возможных и равноправных*. Это определение Дмитрий Сергеевич Чернавский распространяет на весь феномен информации и на основании этого же определения устанавливает связь между синергетикой и теорией информации. Отмечу, что это определение раскрывает генерацию информации, которую не имела средств раскрыть кибернетика. Считаю необходимым подчеркнуть соответствие процесса генерации информации тому, что А. Н. Уайтхедом понималось под телеологическим процессом. В конкретно-научных обоснованиях Д. С. Чернавского указанное определение Г. Кастлера раскрыто как механизм эволюции ценности информации, при которой происходит смена конструктивных целей конкурирующих информаций-вариантов в последовательности: конъюнктурные, прогностические, асимптотические.

Вышеизложенное позволило мне сделать следующий вывод: информация есть процесс, начинающийся при выходе из хаоса и актуализирующий свойство информации «фиксируемость». Это свойство выделено Владимиром Ивановичем Корогодиным в качестве одного из ключевых свойств информации, в составе свойств информации, которые им впервые были сформулированы и обоснованы.

Четвертое. Фиксация информации, по крайне мере в социокультурных системах, выражается в форме знаков. Более того, передача информации может быть осуществлена только в кодированном виде. Следовательно, между генерацией информации и передачей информации должно происходить кодирование информации. В широком смысле кодирование есть процесс такой подготовки сигнала/сообщения, которая соответствует формату канала трансляции для дальнейшей передачи. Отмечу, что указание на «канал трансляции» и его «формат» интерпретируется мной в качестве оснований для привлечения арсенала семиотики для понимания механизмов процесса кодирования. В концепции семиозиса, созданной школой Ч. Пирса, обосновано существование трех каналов трансляции, обусловленных существованием знака в трихотомии форм прагматики, синтактики и семантики. Обращение к концепции семиозиса позволило мне констатировать фиксацию варианта выхода из хаоса (результат процесса генерации информации) в форме кода (результат процесса кодирования), т. е. события, вызывающего усложнение структурной организации системы, поскольку именно это событие вызывает возникновение «точек роста» трех каналов трансляции. Эти «точки роста» подобны зародышам новой фазы при фазовых переходах первого рода. Иными словами, в результате кодирования информации происходит фазовый переход и расщепляются траектории (семиотические) движения системы. В синергетике этот эффект обозначается как бифуркация, как самопроизвольное повышение порядка системы. Следовательно, создание кода (результат кодирования информации) есть событие становления новой действительности. Это событие необратимо отделяет бытие от действительности в том понимании этих категорий, которое дано А. Н. Уайтхедом. Это событие, возникающее на данном этапе нелинейной динамики, названо мной «событие-в-действительности».

Пятое. Установленная мной связующая роль теории информации между синергетикой и семиотикой позволила дать ответ на вопрос, давно меня мучивший. Состоянием чего в конкретности является фазовое пространство социокультурных систем? Без ответа на этот вопрос все разговоры о странных аттракторах в качестве объективных целей сложной системы, о бифуркациях и о самоорганизации применительно к динамике социокультурных

систем *бессмысленны*. Я утверждаю, что только при процессуальной трактовке информации (впервые предложенной и обоснованной мной) открывается методологическая возможность для обнаружения вариантов ответа на сформулированный вопрос. Вариантом ответа, облекаемым мной на данном этапе исследований в форму гипотезы, будет следующее. Фазовое пространство *действительности* социокультурных систем представляют состояния форм знака, становящиеся при трансляции информации в трихотомии каналов и при переходах от возможности их образования (первичность) к их существованию (вторичность) и к окончательности закона (третичность). Каждое из состояний формы знака есть результат конкретной стадии процесса трансляции информации. Именно в этом состоит смысл моего утверждения, что информационные процессы есть механизмы самоорганизации сложных открытых систем.

Шестое. За процессом генерации информации, процессами ее кодирования и трансляции следует процесс построения оператора (способа, средства или технологии) для совершения целенаправленных действий. На этом этапе в полной мере проявляется второе ключевое свойство информации – «действенность». Иными словами, созданная, закодированная и переданная информация на этом этапе становится способом действий. Результатом данного этапа может стать (а может и не стать) способ, который определит новый порядок системы. Созданию этого способа соответствует то, что А. Н. Уайтхедом было квалифицировано в качестве «переворота в символизме». Слово «переворот» (в оригинальном тексте – «revolution») было прочитано мной как ясное указание на *событие*. Это событие связано с созданием нового символа в качестве средства управления социумом, а его новизна обеспечивается семантической компонентой. Следовательно, возникающий символизм, как оператор социального действия, и понятый в качестве события должен стать средством разрешения хаотического состояния. Моя трактовка содержания предшествующего этапа дает основание для утверждения семиотической природы хаоса, испытываемого в действительности социокультурных систем. А эта действительность образовывала трансляцию информации, в процессах которой одновременно создавалась структурность коммуникаций и трансформация состояний знака. Коммуникативная

действительность, конституированная современными средствами связи, получает характеристики, позволяющие диагностировать семиотический хаос при явном дефиците семантической компоненты. В связи с этим у меня есть все основания высказать следующее предположение. «Переворот в символизме» есть событие, возникающее при преодолении хаоса интерпретант, который может возникать в коммуникативной действительности, и актуализирующее финальную интерпретанту, производимую творческим (или правящим) меньшинством. А поскольку интерпретанта в широком смысле – это вариант воспринимаемой действительности, то сам «переворот в символизме» есть событие возникновения новой реальности. Событие, сводящееся к построению оператора социокультурных систем, мной названо «событие-в-реальности».

Таким образом, процессы, исследуемые в теориях коммуникаций, есть процессы трансляции информации. Этот ракурс дает основания для междисциплинарного синтеза теории информации, теории коммуникаций и семиотики. Находясь в этой исследовательской позиции, становится возможным установить границы коммуникативного пространства, зафиксированные, с одной стороны, событием-в-действительности (результат процесса кодирования), а с другой – событием-в-действительности (результат построения оператора). Установленные границы позволяют содержательно определить собственно коммуникативное пространство как фазовое пространство форм знака, а следовательно, определить и способы управления им. В первом приближении этих способов три. Самым эффективным я считаю управление событием-в-реальности, поскольку это дает возможность управлять будущим, а основанием для возможности управления будущими состояниями системы дают представления о странных аттракторах как притягивающем хаосе в фазовом пространстве возможных состояний системы. Вместе с тем существует возможность управлять событиями-в-действительности, что тождественно управлению прошлым. В этом заключается практика технологий манипуляции. Остается простор для реализации технологий коммуникативного менеджмента, т. е. для управления настоящим. Это наиболее хлопотный способ управления, поскольку здесь возникает необходимость в мониторинге измерений параметров порядка коммуникативных систем. В качестве предположения (поскольку на данном этапе мо-

их исследований, я еще не имею этому доказательств) могу представить критерий самоорганизации, в качестве которого выступает скорость (темп) образования формы знака в когерентном действии каналов при необратимой трансляции информации**.** Если я права в своем предположении относительно параметра порядка коммуникативных систем, то возможности оперативного управления коммуникативными процессами в режиме синхронии становятся ничтожными. Однако они (возможности оперативного управления) остаются эффективными в режиме диахронии, хотя актуальность управления диахроническими процессами вытесняется экспансией синхронии.

Выводы

1. На основе философии процесса А. Н. Уайтхеда и теории самоорганизации диссипативных систем И. Р. Пригожина создан информационно-синергетический подход, суть которого сводится к двум положениям: информация есть необратимый во времени и многостадийный процесс; информационные процессы есть механизмы самоорганизации. В рамках данного подхода созданы модели информационных процессов (рис. 1–4).

2. Созданные модели позволяют трактовать процессы коммуникации как частные случаи информационных процессов, что стало основанием для определения границ коммуникативного пространства.

3. На основе данного подхода в качестве цели информационных процессов выступают «странные аттракторы» (притягивающий хаос в интерпретации И. Р. Пригожина) и структуры-аттракторы (в интерпретации С. П. Курдюмова). Данные цели-аттракторы существуют в фазовом пространстве. Это стало основанием для выдвижения гипотезы о том, что в социокультурных системах в качестве такого пространства выступает пространство форм знака, что в свою очередь актуализирует концепцию семиозиса Ч. Пирса для исследования современной коммуникативной ситуации. Таким образом, получена возможность установить связь между синергетикой и семиотикой.

4. На основе идеи об информации-процессе, реализованной в методологии моделирования социокультурных систем, получена возможность установить связь между синергетикой и семиотикой.

5. Разграничение бытия, действительности и реальности, проведенное А. Н. Уайтхедом, и синергетические представления о конструктивной роли хаотических состояний позволили ввести понятия «события-в-действительности» и «события-в-реальности». Первое из них связано с формированием кода, а второе – с созданием информационного оператора, т. е. с созданием способа совершения целенаправленных действий.

6. Выявленная корреспонденция между этапами коммуникативных процессов, стадий информационного процесса и фаз семиотической динамики дает основание для трактовки создания оператора коммуникаций в качестве события-в-реальности. Таким образом, управление коммуникативными процессами связано с формой проникновения результатов семантических трансляций, обеспечивающих совершение события-в-реальности или «переворотов в символизме». Событие-в-реальности формируется под воздействием критической и когнитивной функций, что актуализирует механизмы семантических трансляций. Это в свою очередь позволяет трактовать событие-в-реальности как создание финальной интерпретанты, преодолевающее хаос интерпретант

7. В исследовании феномена конструирования социальных реальностей выявлены траектории движения идеи желаемого будущего, запускаемой в коммуникативное пространство. В качестве этих траекторий выступают направления воздействий изменяемого мира на человека, а именно: нормативные, вербальные и прогностические функции.

8. Установленные механизмы трансляций знака и выявленные точки роста коммуникативного пространства (событие-в-действительности и событие-в-реальности) открывают возможности для проведения измерений в исследованиях коммуникативных процессов.

9. Под измерением коммуникативных процессов понимается выявление регистрируемого параметра формирования знака, а сам этот параметр является параметром порядка самоорганизации коммуникативной системы. Это позволяет трактовать коммуникативное пространство как фазовое пространство форм знака, а темп образования формы знака в когерентном действии каналов при необратимой трансляции информации понимать в качестве параметра порядка коммуникативной системы.

Литература

1. Мелик-Гайказян, И. В. Информация и самоорганизация. (Методологический анализ) : монография / И. В. Мелик-Гайказян.– Томск: Изд-во ТПУ, 1995. – 180 с.
2. Мелик-Гайказян, И. В. Методология моделирования нелинейной динамики сложных систем : монография / И. В. Мелик-Гайказян, М. В. Мелик-Гайказян, В. Ф. Тарасенко. – М. : ФИЗМАТЛИТ, 2001. – 272 с.
3. Мелик-Гайказян, И. В. Миф, мечта, реальность: постнеклассические измерения пространства культуры : монография / И. В. Мелик-Гайказян, Г. И. Петрова, Н. А. Лукьянова, Ю. С. Осаченко, О. Ю. Матвеева, М. С. Кухта ; под ред. И. В. Мелик-Гайказян. – М. : Научный мир, 2005. – 256 с.
4. Мелик-Гайказян, И. В. Методология моделирования структур элитного образования / И. Мелик-Гайказян // Высшее образование в России. – 2006. – № 11. – С. 7–75.
5. Мелик-Гайказян, И. В. Принципы моделирования уровней образования / И. Мелик-Гайказян // Высшее образование в России. – 2007. – № 8. – С. 105–109.
6. Мелик-Гайказян, И. В. Аксиология моделирования образовательных систем : монография / И. В. Мелик-Гайказян, Е. Н. Роготнева. – Томск : Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2008. – 188 с. (Серия «Системы и модели: границы интерпретаций»).
7. Мелик-Гайказян, И. В. Роль мадам Лавуазье в истории науки и проблема измерения / И. В. Мелик-Гайказян // Вестник Томского гос. пед ун-та. Серия: Гуманитарные науки (философия и культурология). – 2008. – Вып. 1 (75). – С. 68–78.
8. Мелик-Гайказян, И. В. Проблема измерений / И. В. Мелик-Гайказян // Конструирование человека: сб. тр. Всерос. науч. конф. с междунар. участием (г. Томск, 12–15 июня, 2008 г.) : В 2 т. – Т. 1. – Ч. 1 – Томск : Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2008. – С. 21–32. (Серия «Системы и модели: границы интерпретаций»).
9. Налимов, В. В. Теория эксперимента : монография / В. В. Налимов. – М. : Наука, 1971. – С. 7.
10. Мелик-Гайказян, И. В. Информационные процессы и реальность : монография / И. В. Мелик-Гайказян. – М. : Наука. Физматлит, 1998. – 192 с.
11. Миронов, В. В. Глобальное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры / В. В. Миронов // Вопр. философии. – 2006. – № 2. – С. 27–43.
12. Эко, У. Открытое произведение. Форма и неопределенность в современной поэтике : монография / У. Эко ; пер. с итал. – СПб. : Академический проект, 2004.
13. Кастлер, Г. Возникновение биологической организации : монография / Г. Кастлер : пер. с англ. ; под ред. Л.А. Блюменфельда / Г. Кастлер. – М. : Мир, 1967. – 90 с.
14. Chernavskay, N. V. Some Theoretical Aspects of the Problem of Life / N. V. Chernavskay, D. S. Chernavski // Origin. Theor. Biol. – 1975. – T. 8. – N 53. – P. 13–20.
15. Чернавский, Д. С. Синергетика и информация / Д. С. Чернавский. – М. : Знание, 1990. – 48 с.
16. Уайтхед, А. Н. Избранные работы по философии / А.Уайтхед ; сост. И. Т. Касавин. – М. : Прогресс, 1990. – С. 272–303.
17. Уайтхед, А. Н. Символизм, его смысл и воздействие / А. Н. Уайтхед. – Томск : Водолей, 1999. – 64 с.
18. Пригожин, И. Р. Время, хаос, квант : монография / И. Р. Пригожин, И. Стенгерс ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1994. – 272 с.
19. Моррис, Ч. У. Основания теории знаков; Знаки и действия / Ч. У. Моррис // Семиотика: антология. – М. : Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – С. 45–97; 129–143.
20. Мелик-Гайказян, И. В. Информационные условия достижения мечты : статья / И. Мелик-Гайказян, М. Мелик-Гайказян, Е. Роготнева // Высшее образование в России. – 2006. – № 5. – С. 144–148.
21. Harrington, J. «The Commonwealth of Oceana» and «A System of Politics». Ed. by J. G. A. Pocock / J. Harrington. – Cambridge : Cambridge University Press. – 2003. – 297 p. – Series: Cambridge Texts in the History of Political Thought.

22. Кант, И. К вечному миру/ И. Кант ; подгот. текста, [пер. с небольш. сокр.], вступ. ст. и заключение А. В. Гулыги – М. : Московский рабочий, 1989. – 75 с.
23. Гибсон, Дж. Экологический подход к зрительному восприятию: монография / Дж. Гибсон ; пер. с англ. ; общ. ред. и вступ. ст. А. Д. Логвиненко. – М.: Прогресс, 1988. – 464 с.
24. Жукова, Е. А. Философские проблемы технологий и феномен Hi-Tech / Е. А. Жукова, И. В. Мелик-Гайказян // Философия математики и технических наук. – М.: Академический проект, 2006. – С. 557–586.
25. Мелик-Гайказян, И. В. Методология моделирования взаимосвязей необратимости, сложности и информационных процессов / И. В. Мелик-Гайказян // Бюллетень сибирской медицины. – 2006. – Т. 5. – № 5. – С. 101–114.
26. Мелик-Гайказян, И. В. Аксиология моделирования образовательных систем : монография / И. В. Мелик-Гайказян, Е. Н. Роготнева. – Томск : Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2008. – 188 с. (Серия «Системы и модели: границы интерпретаций»).
27. Лотман, М. Ю. О семиотическом механизме культуры / М. Ю. Лотман, Б. А. Успенский // Ю. М. Лотман. Избр. статьи : в 3 т. – Т. 3. – Таллинн: Александра, 1993. – С. 326–344.
28. Базарова, Э. Л., Культура русских поморов: опыт системного исследования : монография / Э. Л. Базарова, Н. В. Бицадзе, А. В. Окороков, Е. Н. Селезнева, П. Ю. Черносвитов; под общ. ред. П. Ю. Черносвитова. – М.: Научный мир, 2005. – 400 с.
29. Быстрова, А. Н. Проблема культурного пространства (опыт философского анализа) исследования : монография / А. Н. Быстрова. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2004. – 240 с.
30. Мелик-Гайказян, И. В. Детерминизм и спонтанность в постнеклассическом понимании эволюции уровней информации / И. В. Мелик-Гайказян // Причинность и телеономизм в современной естественно-научной парадигме. – М.: Наука, 2002. – С. 225–244.
31. Мелик-Гайказян, И. В. Методологические основания создания обобщенной модели коммуникации / И. В. Мелик-Гайказян // Вестник Томского государственного педагогического университета. – Серия: гуманитарные науки (философия и культурология). – 2006. – Вып. 7. – С. 37–43.
32. Мелик-Гайказян, И. В. Утопия и образование: постановка проблемы / И. В. Мелик-Гайказян // Вестник Томского государственного педагогического университета (Серия: Педагогика). – 2007. – Вып. 2.
33. Мелик-Гайказян, И. В. Любовь как этический принцип педагогики проблемы / И. В. Мелик-Гайказян // Педагогика. – 2008. – № 1. – С. 62–67.
34. Мелик-Гайказян, М. В. Аттрактивный менеджмент: методологические проблемы теории управления и философское обоснование понятия / М. В. Мелик-Гайказян, И. В. Мелик-Гайказян // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2007. – № 3.
35. Мелик-Гайказян, М. В. Аттрактивный менеджмент: моделирование целей динамики образовательных систем / И. В. Мелик-Гайказян // Высшее образование в России. – 2008. – № 9. – С. 102–106.
36. Мелик-Гайказян, И. В. Границы коммуникативного пространства / И. В. Мелик-Гайказян // Коммуникация и конструирование социальных реальностей. – СПб., 2006. – Ч. 2.
37. Корогодин, В. И. Информация и феномен жизни : монография / В. И. Корогодин. – Пущино : АН СССР, 1991. – 200 с.
38. Лекторский, В. А. Дискуссия антиреализма и реализма в современной эпистемологии / В.А. Лекторский // Познание, понимание, конструирование. – М. : ИФРАН, 2008.

СОДЕРЖАНИЕ

Эстетическая эмоциональность метафорической рефлексии
на культуру (культур-семиологический аспект)
В. М. Видгоф 3

Образ меча: предметность и символика в современности
М. С. Горбулёва 20

Человек в реальностях Hi-Tech
Е.А. Жукова 54

О возможности конструирования «человека ноосферного»
А. Н. Кочергин 91

Реклама как инструмент конструирования личности школьника
Н. С. Лещук 100

Бумеранг конструирования: траектория полета
в коммуникативном пространстве
И. В. Мелик-Гайказян 114

1. Модель процесса генерации информации 120
2. Модель детерминистического
информационного процесса
в социокультурных системах 132
3. Модель процессов трансляции информации 145

Резюме 150

Выводы 155

Научное издание

Сборник научных статей

КОНСТРУИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Серия: Системы и модели: границы интерпретаций

Статьи публикуются в авторской редакции

Технический редактор: Г. В. Белозёрова
Ответственный за выпуск: Л. В. Домбраускайте

Печать: трафаретная
Бумага: офсетная
Усл. печ. л.:9,3
Уч. изд. л.: 7,25

Сдано в печать: 22.12.2008
Формат: 60x84/16
Заказ: 428 /н
Тираж: 500 экз.

ISBN 9785894283319

Издательство Томского государственного
педагогического университета
634041, г. Томск, пр. Комсомольский, 75
Отпечатано в типографии Издательства ТГПУ,
г. Томск, ул. Герцена, 49. Тел. (3822) 52-12-93
e-mail: tipograf@tspu.edu.ru