

УДК 13

DOI: 10.34670/AR.2021.30.88.011

Человек информационного общества – целостность или фрагментарность?

Урусов Ислам Казбекович

Аспирант,
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
420008, Российская Федерация, Казань, ул. Кремлевская, 18;
e-mail: iton2352008@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается проблема целостности социального субъекта, раскрываются причины его фрагментации в информационном обществе. Изучается связь данного явления с тенденциями глобализации, изменением культурной парадигмы и ценностных ориентаций в структуре этапов развития общества. Для решения проблемы предложена матрица тройственности структуры социального субъекта – «Я внутреннее», «Я-образ», «Я-имидж». Подчеркивается, что каждый из элементов структуры имеет свои особенности, которые особым образом взаимодействуют друг с другом. Фиксируется, что бытие человека в каждом из трех элементов структуры может кардинально отличаться от других. Рассматривается связь данной структуры с языком как культурным феноменом. Обосновывается идея о том, что третий элемент структуры можно рассмотреть через проблему знаков. Возможно, что такой взгляд будет интересен специалистам в области психологии и языкознания. Актуализируется проблема представленности социального субъекта в виртуальной сети, которая подвержена постоянным изменениям. Обосновывается сознательный характер этой представленности. Подчеркивается, что происходящие в информационном обществе процессы трансформации значительны в такой степени, что открывают перед исследователями неограниченные возможности.

Для цитирования в научных исследованиях

Урусов И.К. Человек информационного общества – целостность или фрагментарность? // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2021. Том 10. № 1А. С. 107-114. DOI: 10.34670/AR.2021.30.88.011

Ключевые слова

Социальный субъект, информационное общество, фрагментация, Я, реальность, виртуальность.

Введение

В современном информационном обществе складываются новые формы связи человека и социальной среды (социальных групп), которые порождают новые формы детерминации субъекта в измененных обстоятельствах. Одним из следствий этих изменений является процесс фрагментации человеческой личности. Даже простая необходимость находиться в различных социальных группах, в которых чаще всего человек исполняет разные роли, не только порождает разносторонность, многоплановость личности, но и приводит к сложности создания единого образа самого себя, что и проявляется в феномене фрагментации. В данной ситуации неизбежно возникают вопросы о том, возможен ли целостный «портрет» современного человека и каким образом протекают социальные процессы во фрагментированном пространстве при участии фрагментированного индивида.

Для решения поставленных задач использовались теории постиндустриального общества и постструктурализма, теории психоанализа. Каким образом можно выразить ключевые особенности процессов, протекающих в различных сторонах жизни современного общества (экономической, культурной, повседневной и т. д.)?

В самом общем виде структуру человека информационного общества можно представить как состоящую из трех составных элементов. В этой триаде первое «Я» – внутреннее состояние человека, его мысли и переживания безотносительно кого-либо или чего-либо; второе – «Я-образ» – рассмотрение человека сквозь призму отношения «человек и социальное окружение»; третье – «Я-имидж», что фиксирует проблему представленности социального субъекта в виртуальном пространстве как необходимость особого подтверждения реальности. Создают ли эти три своеобразных «Я» трюиственность как целостное взаимодействие или же свидетельствуют о фрагментированности человека?

Представление о трюичности структуры того или иного феномена – явление в философии довольно типичное – от трюхипостасности Бога до знаменитой структуры «Я», «Оно», «Сверх-Я», которую Фрейд разворачивает в работе «Я и оно» для обозначения смысловых конструкций, выводимых из области бессознательного в область сознания. Именно Фрейдов принцип трюичности мы будем использовать в данной статье в качестве методологического инструмента.

«Я внутреннее»

Первое «Я» – это внутреннее состояние человека, то, как он себя чувствует и ощущает, как ему кажется, в некоторой автономии от окружающего мира. Это то, каким он видит самого себя, что он мыслит о себе. Может возникнуть вопрос о том, насколько корректно в современной ситуации использовать фрейдовское понятие «Я». Ведь у него оно работает как сфера сознательного, олицетворяя критическое отношение человека к самому себе: «“Я” репрезентирует то, что можно назвать рассудком и осмотрительностью» [Фрейд, 2005, 9].

В предложенной нами структуре «Я» человек анализирует свои поступки, свои действия, и поэтому это «Я» – осознанное, варианты интуитивного и эмоционального не исключаются, но уходят на второй план. Фрейд описывает «Я» как часть психики, которая отражает стремление реализовывать потребности приемлемым в социуме образом. Однако здесь возникают два вопроса. Первый состоит в следующем: при анализе мироощущения современного индивида мы замечаем, что чаще эти стремления оказываются нереализованными, они замирают на уровне переживания нереализованности своих потребностей. Второй вопрос методологически еще более серьезный: можем ли мы понять природу этого «Я» исходя только и исключительно из

логики внутренних движений психики? Даже Фрейд отвечает на него отрицательно. Здесь нужен подход, позволяющий рассмотреть бытие человека в горизонте его связей самого разного характера. И принцип реализации потребностей некоторым пригодным общественным способом тоже говорит об этом. Для этого нужно попытаться понять связи этого «Я» с внешним миром.

У Мартина Хайдеггера «человек есть здесь бытия» (*Dasein*) [Хайдеггер, 2002, 223], посредством которого бытие проявляет себя. Оно раскрывает человека в его способностях по отношению к бытию. Отношение человека к бытию является необходимым условием экзистенции. Мы будем трактовать бытие несколько упрощенно как протекание существования человека в мире без попыток схватывания, техничного присвоения этого мира, в горизонте открытости. Следовательно, происходит раскрытие человека в его отношении к бытию. Это отношение и может дать нам понять, что собой представляет человек, открытый миру. Но в данной триаде представление внутреннего «Я» заявлено как замкнутое на самом себе, это попытка самоанализа без вмешательства извне. Подчеркнем: мы таким образом сформулировали принцип внутреннего «Я» исходя из типичных представлений о возможности абсолютной автономии человека, характерных сегодня для массового сознания. Однако совершенно очевидно, что такая автономия является иллюзией, разделяемой массовым человеком и иногда инспирированной самой философией. Но уже необходимость оязыковления представлений человека о самом себе для самого себя выводит нас за границы нашего внутреннего мира. Недаром Хайдеггер заметил, что язык – «это дом бытия», отмечая в языке не только способность прояснения человеку себя самого, но и данность представленности его внутреннего мира бытию и Другому. Поэтому формы выхода за границы внутреннего «Я» можно проанализировать через анализ языка, представляющий собой пространство бытия смыслов, которыми живет человек. Обращаясь в решении данной проблемы к языку как культурному феномену, отмечаем, что Фрейд указывал на то, что структура личности может быть выражена через язык, а Лакан писал о структурировании бессознательного через язык. Мы рассматриваем отношение человека к самому себе. Нам важно, что в языке человек раскрывает не бытие, а именно самого себя в этом бытии. И здесь, безусловно (поскольку мысль и язык неразрывно связаны, идеи выражаются через слова), работают особенности языка в отношении вопросов, которые человек задает самому себе. Язык – уникальный феномен: он является особой формой социальности и культурного производства. Именно в языке мы можем проследить процесс формирования культурных феноменов, которые завершают процесс своего становления в схваченности нашим сознанием, в наделении этих феноменов смыслами через язык. Сознание существует именно как оязыковленное сознание, а бессознательное выводится из подсознания именно вследствие неиндивидуальной (в данном случае – незамкнутой) природы и сознания, и языка. Индивид анализирует самого себя на определенном, известном ему языке. И он должен осуществляться не для того, чтобы отстраниться от общества и окружающего мира, а для того, чтобы быть открытым ему. У Хайдеггера работает понятие «настрой» – то, как человек открыт миру и другим людям, а следовательно, и самому себе [Там же, 79]. Настрой является фундаментальным понятием, установкой человека к миру.

«Я-образ»

Теперь мы должны перейти к рассмотрению структуры, которая будет выражать взаимодействие внутреннего «Я» и мира. Второе «Я» мы назвали «Я-образом». Он отражает взаимодействие субъекта и социального, внятные сознанию самого индивида. Уточнение

важное, так как и при анализе внутреннего «Я» мы рассматривали человека погруженным в обстоятельства, но уточняли: человек при этом мыслит (хочет мыслить) себя автономным, отделенным, внутри себя самого.

Человек в процессе жизнедеятельности соотносит себя с общностями, обладающими определенным уровнем устойчивости, и становится элементом какой-либо системы, функционируя по правилам этой общности, действуя как ее элемент, а не как автономный субъект социального действия. В данном случае он действует, ориентируясь на некоторый стандарт, образец, как у Фрейда, который рассматривает «Сверх-Я» в качестве воплощения совести, идеалов, умения жить согласно социальным нормам [Фрейд, 2005, 15]. Порядок, который выстраивается обществом, базируется на желании субъектов получить гарантии безопасности, на которую они готовы обменять свою свободу. Если в первом случае («внутреннее Я») ориентация на общество происходит неререфлективно, то здесь мы видим осознанное обращение к общественным нормам, представлениям, идеалам. Это все то, что делает индивида цивилизованным и позволяет жить в человеческом обществе. Нужно особо подчеркнуть корреляцию «Сверх-Я» и «Я-образа»: и у Фрейда, и в данной триаде мы можем наблюдать процесс самонаблюдения и формирования идеалов человека.

Форма самоопределения в окружающем нас социуме детерминирует наше бытие как социальных субъектов, форму нашей социальности [Бауман, 2005, 115]. «Сверх-Я», безусловно, давит на человека, так как он вынужден находиться в обществе согласно определенным правилам и нормам. Социализируясь, индивид приходит к выводу о том, что выбор, который он сделал в пользу определенной идентичности, может быть неверным, в нем поселяется неуверенность. Это является следствием того, что те или иные идентичности в современных реалиях с большой скоростью утрачивают свою актуальность, субъект, выбравший их на определенном этапе своей жизни, становится лишним для социальной системы спустя какое-то время.

Если «Сверх-Я» – это общество (социальное), с которым «Я» неизбежно вступает в разные отношения, в том числе противоречивые, то можно ли добиться их полноценного взаимодействия? «Я-образ» – это и есть, по сути, ответ на проблему взаимодействия социального субъекта и общества.

Для прояснения нашего понятия «Я-образа» обратимся к хайдеггеровскому пониманию феномена «способность быть» [Хайдеггер, 2002, 135], предполагающему не только желание, но и некоторую возможность актуализации этого желания. Одной из форм такой способности актуализировать себя как раз является язык. Диалог и мирное сосуществование в обществе могут быть найдены только с помощью понимания другого, а это понимание вырабатывается в процессе становления человека в обществе исходя из его возможностей и открытости по отношению к людям и окружающему миру. Эта открытость реализуется прежде всего (не по значимости, а по непосредственности проявления) через язык, через формы взаимосвязи между знаковыми языковыми системами и теми культурными массивами, в которых они бытийствуют. Социальная деятельность подчинена объективной необходимости, и язык (как дом бытия) структурируется [Соссюр, 1999, 108] благодаря изобретательности субъекта, который всегда расположен внутри языковых структур, и в то же время структурирует человека, влияя на его сознание. Соссюр отмечает: «Язык же, напротив, ничем не ограничен в выборе своих средств, ибо нельзя себе представить, что могло бы воспрепятствовать ассоциации какой угодно идеи с любым рядом звуков» [Там же]. Слова продуцируются и используются свободно, в отличие от социальных феноменов, которые меняются намного медленнее. Следовательно, языковые

структуры могут способствовать подлинному бытию человека, позволяя внутреннему «Я» и «Я-образу» находить формы гармоничного взаимодействия, хотя это, конечно, не гарантировано.

«Я-имидж»

Конечно, методологические установки, которые мы находим у Фрейда и Хайдеггера, были выработаны почти век назад и сегодня требуют переосмысления. Кроме того, в 2020 г. у нас на глазах происходили процессы трансформации общественных отношений, которые не попадали ранее в горизонт непосредственной наблюдаемости. 2020 г. человечество провело в режиме *online*, что в корне поменяло оптику нашего восприятия мира. Ни во времена Хайдеггера, ни во времена Фрейда не было даже предположений о возможности существования подобной Интернету виртуальной реальности. Именно виртуализация породила третью (не по степени важности, а по степени появления) сторону триады – «Я-имидж», гибкий, динамичный, подвижный информационный продукт. Мы говорим о третьей составляющей именно сейчас, в информационную эпоху. Здесь необходимо отметить, что она существовала и ранее, но в другой форме (например, те или иные виды искусства), ведь виртуальность всегда является производной формой, но она не существовала как реальный процесс погружения в виртуальную систему, такую как Интернет. Пандемия коронавируса, захватившего планету, только усугубляет проблему виртуализации. Создается особая ситуация, которая протекает в искусственной форме, и в то же время она тотальна, что еще раз подчеркивает всеобъемлющий характер информационной составляющей.

Почему мы назвали эту структуру именно так? Отметим, что имидж (от англ. *image*) – это тот же образ. Значит, нам нужно разграничить эти два понимания образа – «Я-образ» и «Я-имидж». Будем исходить из того, что в социальном взаимодействии создается некий облик человека, живое представление о нем и о том, чем он занимается. Традиционно понятие «имидж» используется как целенаправленное, а не стихийное (нерефлексивное) создание некоей целостности. Что же происходит, если эта целенаправленно созданная, но временная, изменяющаяся целостность формируется в интернет-пространстве? Современный человек не представляет свою жизнь без социальных сетей. Вне зависимости от возраста, пола и расовой принадлежности среднестатистический человек посещает их хотя бы один раз в день. Социальные сети теперь не просто сервис социального взаимодействия, это масштабная платформа для рекламы, бизнеса и политического влияния. Управление с помощью информации приобретает все большую интенсивность. Социальные сети имеют свойство концентрировать информацию для формирования мнения, взглядов, настроений; в результате массовых коммуникаций (общения) усиливать или ослаблять позиции групп населения; выявлять, группировать, консолидировать контингент определенного мнения и настроений. Кажется, что возможности человека в данном случае не ограничены, он может создавать свои профили, блоги и сообщества на всевозможных площадках, как в социальных сетях, так и на узконаправленных сайтах. Однако его «образ» в Интернете может не соответствовать (чаще всего и не соответствует) тому, каким человек является на самом деле.

В обществе формируются взгляды, настроения, отношения, которые являются предметом воздействия на жизнь общества. Так называемые «селебритис», по сути, используют оба варианта, уже давно имеют свои странички в Instagram и активно их ведут для увеличения своей аудитории, главы стран и правительств ведут страницы в Facebook и Twitter. Все более популярными становятся видеоблоги на Youtube и в TikTok. При этом надо отметить, что

продолжительность видеоматериалов становится меньше, тексты сообщений становятся короче, молодому человеку уже неинтересны «лонгриды». Все это, безусловно, оказывает влияние на сознание и самосознание человека, он начинает жить в «виртуальной реальности», которая все больше и больше фрагментируется. Эта фрагментированность остается вне зоны внимания и понимания человека, а на первый план выходит то, что Интернет предоставляет возможность зарабатывать, дает ощущение меньшей ответственности. Кроме того, можно легко стать тем, кем невозможно стать в реальной жизни. В этом состоянии много плюсов (развивается многогранность, человек может открыть в себе новые таланты), но есть и минусы, связанные с возможным распадом личности. Существует и обратная сторона этого процесса.

Возникает вопрос о том, где начинаются и заканчиваются границы реальности и виртуальности. Ведь человек создает себе «имидж», от которого ему уже сложно отказаться. Может быть, это уже не второе его «Я» и даже не третье, а оно может выйти на первый план. Человек становится заложником созданного им же «Я-имиджа».

«Оно» представляет собой полностью бессознательную часть психики, в которой остаются все вытесненные влечения индивида [Фрейд, 2005, 23]. Мы вполне можем допустить опасность того, что имидж, помещенный в виртуальное пространство, все более отчуждается, трансформируясь в структуру, которая все больше напоминает «Оно». Это неизведанная, недоступная часть личности, в которой нет никаких моральных установок, нравственных оценок, понятий добра и зла. Может возникнуть конфликт между структурами триады. В соответствии с концепцией Фрейда, представленность в сети может означать «Оно» как «темную, недоступную часть нашей личности». Отсюда вытекают и отсутствие нравственных установок, так как ответственность снижается в силу неоднозначности взаимодействий, и то, что имидж в сети объективируется по отношению к самой личности. Насколько далеко может зайти человек, когда возможная анонимность его ни в чем не ограничивает?

Возможное разрешение проблемы имиджа можно найти в концепции языкового знака Соссюра, в которой существуют два плана – выразительный, который по функции является означающим, и содержательный, по функции – означаемый [Соссюр, 1999, 111]. При этом в языковой системе, как и в виртуальной реальности, означающих гораздо больше, чем означаемых. Это порождает ситуацию, в которой означающие начинают существовать в отрыве от означаемых основ, становятся симулякрами, на которые указывает в своих работах Бодрийяр.

Следовательно, возникает проблема подобия, означаемого в цепи означающих. В данном случае мы можем обратиться к Лакану, который говорит о следующем: «смысл “настаивает” на себе именно в цепи означающих, и ни один из отдельных элементов этой цепи не “состоит” при этом в значении, которое он в момент речи способен принять» [Лакан, 1997, 36]. Так происходит раскрепощение означающего, который мы в данном случае трактуем как «Я-имидж», осуществляется освобождение его от зависимого положения, в которое ставит его означаемое, которое мы обозначаем как дуальность «Я» и «Я-образа», причем последнее неизбежно оказывается в ситуации, когда оно делегирует свои полномочия по хранению смысла означающему. Динамизм данного процесса не дает социальному субъекту прийти к самоидентификации так же, как означаемое не может обрести постоянное интенциональное значение. Проблема фрагментарности социального субъекта может быть рассмотрена сквозь призму проблемы означающего и означаемого.

Заключение

Общее взаимодействие трех элементов структуры можно обозначить следующим образом. «Я» и «Я-образ» рассматриваются как содержательная сторона триады (означаемое), которая необходимым образом взаимодействует с «Я-имиджем», передавая третьему элементу часть смыслов и высвобождая его для создания новых в виде симулякров.

Троичная структура субъекта имеет сложный и многогранный характер. При гармоничном сосуществовании всех частей триады человек может выходить за рамки определенной системы, регламентирующей деятельность, и получает новые возможности для деятельности в виртуальной сети, но результаты этой деятельности подлежат осмыслению. Однако исследование происходящих процессов еще впереди.

Библиография

1. Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. 390 с.
2. Лакан Ж. Инстанция буквы, или судьба разума после Фрейда. М.: Логос, 1997. 184 с.
3. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. М., 1999. 278 с.
4. Фрейд З. Я и Оно. М., 2005. 859 с.
5. Хайдеггер М. Бытие и время. СПб.: Наука, 2002. 451 с.

Man in the information society – integrity or fragmentation?

Islam K. Urusov

Postgraduate,
Kazan (Volga region) Federal University,
420008, 18 Kremlevskaya st., Kazan, Russian Federation;
e-mail: iton2352008@yandex.ru

Abstract

The article deals with the problem of the integrity of the social subject, reveals the reasons for its fragmentation in the information society and studies the connection of this phenomenon with the trends of globalization, changes in the cultural paradigm and value orientations in the structure of the stages of the development of society. In order to solve the problem, the author of the article proposes the matrix of the triplicity of the structure of the social subject. The article points out that each of the elements of the structure has its own characteristics, which interact with one another in a special way, and pays attention to the fact that the existence of a person in each element of the structure can be radically different from the others. The author considers the connection of this structure with language as a cultural phenomenon and substantiates the idea that the third element of the structure can be considered through the problem of signs. It is possible that such a view will be of interest to specialists in the field of psychology and linguistics. The article also deals with the problem of the representation of the social subject in a virtual network, which is subject to constant changes, justifies the conscious nature of this representation, and emphasizes that the transformation processes taking place in the information society are significant to such an extent that they open up unlimited opportunities for researchers.

For citation

Urusov I.K. (2021) Chelovek informatsionnogo obshchestva – tselostnost' ili fragmentarnost'? [Man in the information society – integrity or fragmentation?]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 10 (1A), pp. 107-114. DOI: 10.34670/AR.2021.30.88.011

Keywords

Social subject, information society, fragmentation, Self, reality, virtuality.

References

1. Bauman Z. (2000) *The individualized society*. Polity. (Russ. ed.: Bauman Z. (2005) *Individualizirovannoe obshchestvo*. Moscow: Logos Publ.)
2. Freud S. (2005) *Ya i Ono* [The Ego and the Id]. Moscow.
3. Heidegger M. (1927) *Sein und Zeit*. (Russ. ed.: Heidegger M. (2002) *Bytie i vremya*. St. Petersburg: Nauka Publ.)
4. Lacan J. (1997) *Instantsiya bukvy, ili sud'ba razuma posle Freida* [The instance of the letter, or the fate of the mind after Freud]. Moscow: Logos Publ.)
5. Saussure F. (1995) *Le cours de linguistique générale*. (Russ. ed.: Saussure F. (1999) *Kurs obshchei lingvistiki*. Moscow.)