

УДК 140.8:[316.422.4::316.42]

ИМАГИНАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ (студенческая публикация)

Иванова Р.А.

В статье исследуются некоторые аспекты феномена визуализации общественных взаимоотношений.

Ключевые слова: визуализация, имагинация, симуляция, виртуальность, реальность, общество.

Объектом исследования является социальная реальность. **Цель** исследования - раскрыть визуальный характер социальной реальности.

Прежде чем перейти к основному тексту статьи, полагаю необходимым предварительно пояснить некоторые вводные термины, которые не один раз будут упоминаться далее в работе. Их можно увидеть в названии: имагинация, ментальность, имагинация ментальности. Последующая их расшифровка скорее контекстуальная, нежели классическая, однако без претензий на новизну и неповторимость смыслов. Итак, под «ментальностью» я подразумеваю относительно устойчивую совокупность установок и предрасположений индивида или социальной группы к восприятию мира определенным образом. Ментальность формируется в зависимости от традиций культуры, социальных структур и всей среды жизнедеятельности человека, и сама в свою очередь их формирует. «Общество» я подразумеваю в самом широком смысле слова, как совокупность всех форм взаимодействия и форм объединения людей, в которых выражается их всесторонняя зависимость друг от друга. Соответственно, словосочетание «общественная ментальность» содержит в себе смыслы основных тенденций направленности мышления, бытующих в обществе, и формирующих мировоззрение каждого отдельного индивида и общества в целом. Под термином «имагинация» я понимаю взаимосвязь чувственного и мысленного визуализирования в их сплошном слиянии в процессах мировосприятия, мироощущения и формирования мировоззрения. Таким образом, в данном докладе речь будет идти об усиливающейся в современном обществе тенденции к жизни в атмосфере тотальной визуализации (как чувственной, так и мыслительной), и о вытекающих из этого последствиях.

Ментальные образы непосредственно влияют на восприятие окружающего мира и определяют, что человек замечает, а что он упускает из поля зрения, что он вспоминает или забывает. Внутренние потоки образов обуславливают не только то, что вовне становится внутренними образами, но и то, какие образы, помимо внимания, внедряются в сознание человека и укрепляются в нем. Каждое отдельное человеческое сознание продуцирует образы, ассоциации, идеи, но эти самые образы, ассоциации, идеи обладают способностью оказывать влияние как на сознание, в лоне которого они повялились, так и на другие индивидуальные

сознания. В свою очередь, уже имеющиеся умственно-чувственные элементы порождают новые, себе подобные. Появляется некоторая самовозобновляющаяся и саморегулирующаяся система, с одной стороны, закреплённая на каждом отдельном индивиде и формирующая общественное мировоззрение, а с другой стороны, обладающая обратной силой формирования отдельных индивидов неким общественным мировоззрением. Внутренние образы в значительной мере представляют собой следствие внешних образов. Как продукт нашей культуры они являются её выражением и отличаются от образов других культур и других исторических эпох. В своем пути от овеществленных форм во внешнем мире к внутреннему миру человека и благодаря наслоению на уже существующие там образы коллективный характер этих образов получает индивидуальное оформление.

Попытаемся проследить то, как это происходит, в основных сферах жизнедеятельности людей. Но прежде следует упомянуть Ж. Бодрийяра и его теорию симуляции, плотно соприкасающуюся с рассматриваемой темой. Бодрийяр рассматривает современное европейское общество как гиперреальное поле взаимодействия симулякров различных уровней. Под симуляцией подразумевается даже не имитация, а субституция реальными знаками реального и образование некоторого гиперреального пространства, характеризующегося приобретением большей реальности, нежели само реальное в силу своего слияния одновременно и с реальным, и с самим собой как с чем-то отделившимся от существующего и ведущего самостоятельное существование. Автор концепции мыслит опасность в нарушении самим новоявлением гиперреальности принципа реальности: притворство данный принцип не затрагивает, оно лишь его замаскировывает, симуляция же ставит под сомнение само различие между истинным и ложным, между реальным и мнимым. Нарушается глобальная причинно-следственная связь между реальным и его порождениями, рушится связь означаемого с означающим, существующее по сути становится лишь своеобразным алиби для существования симулируемого.

Сфера экономики. Если ранее существовали проблемы, сопряженные с производством товара, то сегодня произвести товар – не проблема: прилавки магазинов просто завалены разнообразными предметами. Новая задача – этот товар продать, и чем шире ассортимент, тем острее становится эта проблема для каждого из конкурирующих производителей. А для того, чтобы товар продавался, он необходимым образом должен привлекать покупателя. А как этого достигнуть? И здесь на помощь приходят маркетинговые технологии, обрабатывающие произведенный товар на всякий лад, дабы он был привлекательным для потребителя, да не просто привлекательным, а привлекательнее, чем другие товары этого же ряда. Такое положение дел приводит к тому, что продаётся уже не столько сам товар как результат производства, а образ товара, созданный рекламой. Если в определенный момент товар был своей собственной рекламой (другой не было), то сегодня реклама стала своим собственным товаром [1].

Продаётся не пивной напиток, а образ счастья и социальной популярности, не автомобиль как средство передвижения, а образ стильности и успешности и т.д.

Сфера политики и закона. Что бы ни говорилось о демократии и абстрактной власти народа, политика всегда осуществлялась конкретными личностями. Сегодня же происходит вытеснение характеристик конкретных

личностей специально создаваемыми имиджмейкерами образами. «Искусство политики ныне состоит не в управлении «polis», а в придумывании «petites phrases», по которым политик будет увиден, понят и поддержан на плебисците, ровно как и избран или не избран на предстоящих выборах» [2, с. 64]. Политические деятели превращаются из персон в персонажей.

Что касается закона, чьей основной функцией является регуляция общественных взаимоотношений методом «маячащего наказания», то, пользуясь языком Бодрийера, «пародия уравнивает друг с другом покорность и нарушение, и вот в этом-то кроется наибольшее преступление, поскольку оно аннулирует различие, на котором основывается закон. Симуляция располагается по ту сторону истинного и ложного, по ту сторону рациональных различий, на которые полагается любое социальное и любая власть» [1].

Наука, образование. Что касается науки, то ничтожно малый процент людей занимается целенаправленными серьёзными поисками существующего, той самой известной научной «объективной истины». В науку играют. В науку может пойти любой, кто хочет поиграть в неё, это что-то вроде новой разновидности социальной игры, со своими, тем не менее, социальными преимуществами, вроде степеней, грантов и всему тому, что способствует созданию образа компетентности. Образование помогает получить образ образованного человека, по крайней мере, в нашей стране, посредством непомерного количества негосударственных ВУЗов и нещадной коррупцией.

Искусство. Касательно изобразительного искусства можно согласиться с мнением Р. Дебре: «Исследователи изошрялись в пустых тонкостях, пытаюсь определить, искусство ли фотография или нет, не задавшись предварительно вопросом, не перевернуло ли само изобретение фотографии основополагающий характер искусства» [3, с. 136].

Относительно музыки можно отметить, что мы чаще слушаем синтетическую музыку, отрегушированный образ музыки реальной. Если раньше слушали органную музыку Баха в кирхе и только так, то сейчас это возможно осуществить при помощи специальной техники, но тем самым, это уже не та музыка, которую бы мы слушали в непосредственном исполнении, а изменённая. Возникает некоторый новый образ, например, Баха, который видоизменяет способы прослушивания и музыкальные вкусы слушателей. В литературе же это может проявляться как акцентирование на форме подаче произведения, а не его содержании.

Медицина. Всевозможные машины, механизмы – это будто бы образы усовершенствованного человеческого тела. Изначально человек примитивно воплотил силу руки в рубиле и палке-копалке, движение ног – в колесе, кору головного мозга – в микросхемах. То есть, человеческий организм либо продлевается либо отображается в орудиях труда. Это не то, чтобы визуализация, но подобное либо усовершенствованное отображение. Тело, виртуализированное в клоны, раздробленное на прививки, имплантанты и протезы; восстановленное биотехнологиями, получившее допинг от промышленной биохимии, детерриториализованное мобильными телефонами, оно никогда не было предметом стольких интенсивных забот: бодибилдинг, диететика, пластическая хирургия, разнообразные виды спорта, эксгибиционизм здоровья и красоты. Технические средства развоплощения приводят к культуре индивидуального гипервоплощения

[3, с. 316]. Клонирование является последней стадией истории моделирования тела, стадией, на которой индивидуум, сведенный к своей абстрактно-генетической формуле, обречен на серийное воспроизводство. [1] Хотя даже теоретические работы по клонированию запрещены в ряде стран и к данному моменту времени не зафиксировано ни одного достоверного случая клонирования человека, теоретически в недалёком будущем это возможно.

Спорт. Сила спорта в способности объединения больших групп людей по всему миру, принадлежащих к разным сообществам. Спорт преодолевает языковые, возрастные, культурные, половые барьеры. Но спорт делают спортсмены, а «большой спорт» является по факту отнюдь не просто занятием, основывающемся на физиологических талантах. Ибо в нём появились зрители: именно зрители, а не болельщики-сопереживатели, поскольку одновременно с эрой телетрансляции наблюдение за спортивными состязаниями стало доступно в любой точке планеты фактически в любое время, вне зависимости от расстояний и часовых поясов. Личное присутствие на состязании не обязательно: мы получили возможность участвовать в этом не непосредственно, а через механизм-передатчик. Спортсмены становятся публичными персонами, поскольку сейчас камера и фотоаппарат могут достать их не только во время состязания, но и в их повседневной жизни, а медиа быстренько эту информацию распространить) хотят большего. Спортсмен как дикий «плохой» парень уходит в прошлое, ведь болельщики хотят общаться с атлетами, завтрашние атлеты должны понять: чтобы добиться успеха, их поведение вне игровой площадки для зрителя является почти столь же важным, как и на ней, им нужно считать себя брендами [4, с. 15].

Интимное. Сексуальность – личностные инвестиции, которые можно успешно вкладывать в личностное развитие с целью достижения своих целей. Что-то вроде ценного личностного капитала, который находит своё выражение в визуализации и демонстрации. Кажется, реклама взяла себе на вооружение стратегию давления именно на интимную сферу жизни человека, как на одну из наиболее уязвимых.

Личностное. М. Кундера пишет: «Человек – всего лишь то, что являет собой его образ. Поскольку мы живем с людьми, мы ни что иное как то, за кого люди нас принимают. Думать о том, какими нас видят другие, и стараться, чтобы наш образ по возможности был более симпатичным, считается своего рода притворством или фальшивой игрой. Но разве существует какой-нибудь прямой контакт между моим и их «Я» без посредничества глаз? Разве мыслима любовь, когда мы не озабочены тем, каков наш образ в мыслях любимого? Когда нам становится безразлично, каким нас видит тот, кого мы любим, значит, мы его уже не любим» [2, с. 143].

«По образу и подобию моему...» - человек ни что иное, как образ, даже исходя из христианской религии. Также получается, что все люди в обществе – не некие абстрактные «Я» (да, друг для друга «Я» именно абстрактно), а образы, являющие себя друг другу и являющиеся собой. Нет, вряд ли мы теряем свое «Я», но о нем просто никто и не знает, кроме нас самих. Мы тщимся всеми способами его проявить именно поэтому. И интересуемся мы образами друг друга в лучшем случае, в худшем – образами образов других в себе.

СМИ, система коммуникаций. Снова ссылаясь на Бодрийяра, можно утверждать, что происходит повсеместная потеря смысла и тезис Макклюена о том, что «medium is the message», включает в себе все особенности проявления духа

постмодернизма в системе коммуникаций: доминирующая форма медиа поглощает все контенты смысла, а также: « «медиа - это сообщение», означает не только конец сообщения, но и конец медиа. Больше нет медиа в буквальном смысле слова (я имею в виду, прежде всего электронные средства массовой информации), то есть инстанции, которая была бы посредником между одной реальностью и другой, между одним состоянием реального и другим» [1].

В итоге, можно с некоторой долей уверенности утверждать, что феномен визуализации, а вместе с ней и имажинации, действительно имеет место, хотя возможно, и не в столь утрированной форме, как это подаёт Бодрийяр. Наука превращается в оптическую технонауку. Искусственный горизонт экрана или монитора свидетельствует о превосходстве медийной перспективы над непосредственной пространственной перспективой. Всеобщая визуализация является наиболее заметной стороной виртуализации [5, с. 19].

Что подразумевается под этим словом? Обычно виртуализация рассматривается либо как технологический процесс, влекущий за собой социальные последствия, и тогда мы признаём приоритет научно-технического прогресса над социальным, либо же мы подчеркнём приоритет социального над научно-техническим прогрессом в том же случае, если будем рассматривать виртуализацию как чисто социальный процесс, однако опосредованный использованием компьютеров и без них невозможный. Действительно, роль экранчиков, именно компьютерных, с программами, в которых предусмотрена некоторая свобода действий, сложно переоценить, они если и не «виновники» ускоренной виртуализации, то точно преданные пособники: компьютеризация происходила в более ускоренном темпе, нежели автомобилизация и телеобеспечение, хотя и менее масштабно по объёмам продаж. С момента появления персонального компьютера на массовом рынке прошло около двадцати пяти лет, но телевизору потребовалась около сорока лет, а автомобилю около семидесяти для того, чтобы достичь такого же уровня распространенности, как компьютеру. Также вряд ли мы можем использовать телевизор либо автомобиль иначе, нежели по прямому назначению (телевизор – получение информации, развлечение, автомобиль – передвижение в пространстве, хотя достаточное число людей могут использовать автомобиль, например, для поддержки статусности), в то время как компьютер просто универсален, это и средство обмена информацией, и профессиональный инструмент фактически в любой сфере деятельности, средство развлечений. Компьютерная среда обвалакивает человека виртуальной атмосферой.

Существует два основных смысла понятия «виртуальное». Первый восходит к традиционному естествознанию, в котором смысл термина «виртуальное» раскрывается через противопоставление эфемерности бесконечно малых перемещений объектов или бесконечно малых периодов существования частиц и стабильной в своих пространственно-временных характеристиках реальности. Второй смысл порожден практикой создания и использования компьютерных симуляций и раскрывается через противопоставление иллюзорности объектов, создаваемых средствами компьютерной графики, и реальности материальных объектов [6, с. 18-19]. Однако в контексте общественной ментальности я буду подразумевать под виртуальностью просто любое замещение реальности образом, симуляцией, не обязательно при помощи оргтехники.

Идея виртуальности явно использовалась еще в схоластике, через противопоставление потенциальности субстанциональности: виртуальный объект существует, хотя и не субстанционально, но реально, в то же время не потенциально, а актуально (виртуалис – возможный). Виртуальны объект или состояние, которые реально не существуют, но могут возникнуть при определенных условиях. То есть, так или иначе, но виртуальное связано в выходе за пределы актуального, сущего, того, что есть в сферу возможного, потенциального, не того, что есть сейчас, и, также, не обыденного, чего-то такого, что не свойственно для сознания в нормальных условиях. В принципе, визуализация всегда была неотъемлемой частью человеческой культуры, начиная с древних времен. Даже примитивные религиозные представления могут являть собой пример визуализации совместно с виртуализацией: то, что метафизично и необъяснимо, приобретает, например, очертания духа (черты мысленного образа), дух в свою очередь рационально признается метафизическим и ему подыскивается некоторый образный эквивалент, мысленный либо зрительный. Например, древнегреческая дриада, дух, облаченный в образ дерева. Локализованные духи и не менее локализованные языческие боги, по сути своей статичные, позже трансформировались в образ Единого Вездесущего, нелокализованного, динамичного Бога. Теперь для контакта с ним не нужны были закрепленные статуи. Монотеистическая религия еще более образна, нежели примитивные дорелигиозные формы и язычество, образна вплоть до словесных формулировок. Однако буйство образа так или иначе сдерживается строгими моральными ограничениями: все «воображалки» «служат» целям религиозного толка. С момента «научного взрыва» XVII века и подрыва силы религиозных норм, визуализация и виртуализация продолжают существовать, только на других уровнях, охватывая также иные, нерелигиозные сферы.

Однако вряд ли можно утверждать, что предшествующие виды проявления виртуализации исчезли (либо остались лишь ступенькой некоторой «эволюции виртуального»): они существуют наряду с современными компьютерными средствами её воплощения. В компьютере – виртуальная реальность, образ реальности, но ведь и сама реальность не более, чем образ. Мы редко задумываемся над тем, что та реальность, в которой мы осмысленно проживаем наши человеческие жизни – не более, нежели набор идеальных образов-моделей в голове, поскольку каждый человек воспринимает мир только через себя и собой его искажает. Реальность человека – виртуальная реальность сущего вне человека. И, учитывая такую настойчивость в виртуализировании, на которую указано выше, возможно, стоит говорить о данном явлении как о врожденной общечеловеческой установке? А научно-технический прогресс лишь предоставляет новые способы реализации данной установки: «Мы не переставали обращаться к виртуальному» [7, с. 142].

Вывод. Имагинация является ключевой характеристикой современной западной цивилизации, однако нельзя однозначно утверждать, что она изначально присуща европейской цивилизации. Также спорно и утверждение, что современная модель западной ментальности в полной мере обусловлена виртуализацией и визуализацией.

Список литературы

1. Ж. Бодрийяр. Симуляция и симулякры [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: <http://exsistencia.livejournal.com/>
2. Кундера М. Бессмертие : Роман / Кундера М. – СПб.: Азбука, 2010 – 384 с.
3. Дебре Р. Введение в медиологию / Дебре Р. – М.: Практикс, 2010. – 368 с.
4. Букингем Дж. Что дальше? Путеводитель по будущему, составленный специалистами: Прогнозы 50 самых влиятельных экспертов Америки / Джейн Букингем (при участии Тиффани Уорд): пер. с англ. М. Жуковой. – М.: Астрель; Владимир: ВКТ, 2011. – 351 с.
5. Поль Вирилио Информационная бомба. Стратегия обмана / Поль Вирилио. - М; 2002. – 185 с.
6. Д.В. Иванов Виртуализация общества / Д.В. Иванов. - СПб.: "Петербургское Востоковедение", 2000. - 96 с.
7. Ален Бадью Делез "Шум бытия" / Ален Бадью. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры» Издательство «Логос-альтера». – 2004. – 184 с.

Иванова Р.А. Імагінація суспільної ментальності // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. – 2011. – Т. 24 (63). – №3-4. – С. 265-271.

У статті досліджуються деякі аспекти феномена візуалізації суспільних взаємин.

Ключові слова: візуалізація, імагінація, віртуальність, реальність, суспільство.

Ivanova R.A. A phenomenon of imagination of social mentality // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Philosophy. Culturology. Political sciences. Sociology. – 2011. – Vol.24 (63). – № 3-4. – P. 265-271.

This article analyzes some aspects of the phenomenon of visualization of social interrelations.

Keywords: visualization, imagination, simulation, virtuality, reality, society.

Статья поступила в редакцию 10.09.2011.