

В. А. Сулимов

Социальная антропология познающего субъекта

УДК 130.2

В статье делается попытка показать динамику изменения свойств познающего субъекта в условиях современного общества. На фоне сетевой социальности и временных малых корпораций автор описывает роль факторов сознания. Главную роль в формировании сознания познающего субъекта играют когнитивные состояния. Энергией, которая помогает совершить качественный переход к синтезу смыслов, является различание.

Ключевые слова: *познающий субъект, когнитивные состояния, синтез смыслов.*

Sulimov V. A. Social Anthropology of the knowing subject

This article attempts to show the dynamics of changes in the properties of the knowing subject in today's society. Against the background of a network sociality and temporary small corporations, the author describes the role of the factors of consciousness. A major role in shaping the consciousness of the knowing subject cognitive state of play. Energy, which helps to make a qualitative shift in the synthesis of meanings, is differance.

Key words: *the knowing subject, cognitive status, the synthesis of meanings.*

Предварительные замечания

Целью нашего рассуждения является сопоставление социального и индивидуального в процессе познания, или, иначе, в ходе осуществления индивидуумом когниции — ведущей функции самодеятельного и интеллектуально-ориентированного *сознания*. Это сопоставление предполагается провести на философско-культурологическом и когнитивно-семиотическом уровнях научной абстракции, используя соответствующие герменевтические и семиотические методики анализа: герменевтическую интроспекцию и когнитивно-семиотическое моделирование виртуальных объектов. Особое место в данной работе занимает попытка встроить *когнитивно-семиотическую модель* познающего субъекта в систему современной социальности, определяемой как постиндустриальная, сетевая, когнитивно-корпоративная.

Когнитивный социум

Культурно-антропологический анализ человека в социальной культуре современности, охватывающий достаточно большое когнитивно-социальное пространство (от индивидуального сознания до масштабных когнитивно-сетевых образований), демонстрирует активизацию процесса распада единого социального пространства на фрагментированные и неустойчивые микрогруппы, объединенные общим способом организации интеллектуальной реальности индивидуализированного бытия (системой микромифов, семантических обломков текстов — теней и следов, незавершенными произведениями автонаррации и т.п.). Эта фрагментация не может быть абсолютной (до полной внекоммуникативной атомарности) ввиду действия закона обнуления индивидуальности в ситуации отсутствия иных коммуницирующих субъектов. Индивидуальность утрачивает элементарные смыслы именно в отсутствие Иного или со-беседника, предполагающего своим существованием наличие (или=значимое отсутствие) достаточного социально-культурного пространства, насыщенного информационными продуктами, а значит, смыслами, текстами, коммуникативными возможностями. Свойственный человеку как особому био-социо-культурному виду инстинкт поиска истины требует правдоподобия высказывания, верифицируемого только в наличии со-беседника: «Собеседник виртуально требует эффекта правдоподобия именно как со-беседник. Таким образом, субъект речи, расслоенный на говорящего и со-беседника, воплощает в себе единственно возможную географию правдоподобия» [2, с. 143]. Еще более важна автостратификация «нарратива жизни» индивидуума, использующая в отсутствие «большой социальности» приемы социальной ориентации в виде простого социального мимесиса. Создаются устойчивые (или = неустойчивые) социально-коммуникативные группы, корпорации, связанные (а) единым текстовым и/или символическим тезаурусом — интеллектуальной базой формирования индивидуальных картин мира; (б) единым кодом «шифровки», «расшифровки» полезной (новой, ситуативно важной) информации; (в) едиными принципами организации ценностной коммуникативной иерархии (определитель «новое/старое», «важно/неважно»). Мысль, исключенная из «длинных» нарративов культуры (культурно-исторических парадигм или стилей),

все в большей степени обслуживает корпоративное сетевое взаимодействие индивидуумов: интеллектуальный (или нон-интеллектуальный, если таков уровень индивидуумов) сетевой маркетинг оказывается наиболее удачной метафорой нового «городского» типа когнитивно-информационного «обслуживания».

При этом речь идет не только (а иногда — не столько) о сетевой коммуникации в Интернете, речь идет о событии более сущностном, нашедшем свое выражение в том числе и в Глобальной сети, — сетевой маркетизации повседневности¹. Маркетизация повседневности не только преобразовывает сознание индивидуума, но и выдвигает важные социальные цели, обеспечивающие поступление идей, моделей, интеллектуальных услуг и когнитивных проектов на рынок общества знаний [6]. Главенствующий фактор изменяющейся социальности удачно описал Бруно Латур: «Продолжая метафору супермаркета, мы назвали бы «социальным» не какую-то отдельную полку или отдел, а осуществляемые по всему пространству множественные модификации в организации всех товаров — касающиеся их упаковки, цены, этикеток, — потому что такие незначительные сдвиги раскрывают наблюдателю, какие новые сочетания тут используются и какие пути будут выбраны» [4, с. 92].

Привычность образа (понятия, высказывания, вещи) и непривычность, новизна, неоднозначность его трактовки становятся основой текста и подтекста одновременно: интерпретатор противоречит сам себе в любой момент интерпретации. Даже в том случае, когда он свято верит в торжество правильности и однозначности, интерпретатор стремится *выдать нечто за...*, создать ту искомую новизну, которую в сети воспримут за стоимостную величину, увеличив тем самым конкурентные преимущества предложенного. Общество начинает напоминать кипящую кастрюлю с неоднородным (и часто вообще несъедобным) содержимым, организация которого (как извне, так и изнутри) серьезно затруднена, а любая попытка сформулировать «общую идею» является только толчком к деструкции. Отсюда и усиленный поиск тех социальных стратегий (и=интеллектуальных практик),

¹ В этом смысле культура сетевого маркетинга стала культурой повседневного общения, культурой интеллектуальных практик, культурой управления, культурой производства и распределения, политической культурой, культурой образования, т.е. пронизала все сферы человеческой жизнедеятельности.

которые, используя наиболее древний и хорошо работающий когнитивный механизм индивидуального (и, что очень важно, социального) сознания — мифологизацию, — могут объяснять, моделировать, даже конструировать реальность, преодолевая возрастающую демо-социальную энтропию мира, переводя мифопоэтический акт в разряд понимающего интеллектуального действия.

Одной из таких эффективных стратегий современности является, несомненно, стратегия тотального брендинга, позволяющая включать сложные процессы социальных преобразований (в том числе в важнейших сферах производства символической реальности и производства самого человека) без видимых социальных потрясений и разрушительных «модернизаций»¹. Эту существующую и все более используемую стратегию философско-культурологического осмысления и преобразования мира как системы *человек — символическая деятельность — общество* достаточно подробно и обоснованно описывает Г. Л. Тульчинский [6], на большом количестве примеров показывая: трансформация общества потребителей в общество самодостаточных информационных сетей не только изменило характер социальности, но и существенно деформировало культурно-антропологическую сущность человеческого существа, сделав его (при помощи массовой культуры, массмедиа, сети Интернет, системы профессионального мифотворчества и тотального брендинга) продуктом специализированного мифодизайна. Другими словами, в мире, порожденном символическим бизнесом, формируется и Иной субъект, защищающий себя от страдания сетевой атомарности осознанием особой со-причастности — сопричастности бренду как сверх-Вещи, как авторитетному *Сообщению* демиургического порядка, как источнику правил символического поведения.

Все эти когнитивные трансформации «на грани» можно осмыслить в терминах Ю. Кристевой как борьбу погруженных в избыточную информацию современников с «шизоидным страхом фрагментации» при помощи танатрического «союза с Вещью», субъективно воспринимаемого в виде действенного облегчения [3, с. 28–29]. Это

¹ Как, например, разрушительная «модернизация» отечественного высшего образования и науки, негативные последствия которой будут проявляться, на наш взгляд, еще длительный исторический период.

облегчение в условиях перманентной информационной раздвоенности современного субъекта приносит ему ощущение включенности в процесс, деятельность, наконец, в Вещь, принадлежность вещи, уже принадлежащей субъекту. Вещи придается сущностный — Телосный — смысл, подменяющий личностный смысл неудачного включения в Бытие, а потому — притягательный. Предпочтительность выхода из депрессии при помощи отказа от трудного и часто — трагического индивидуального смыслопоиска в пользу принятия символического мифа Вещи переводит проблему фактического отказа от самообоснования на индивидуально-смысловой основе с индивидуального на социальный уровень, уровень социально оформленной символизированной Мечты. На фоне этой, всегда вещной, но символически представленной Мечты возникает достоверно описанный Г. Л. Тульчинским социально оправдываемый *генератор человеческой субъектности*, который «производит не продукты, не товары и услуги и даже уже не бренды. Он производит собственно потребителей, определенные типы личности и их образ жизни, культуру и ее носителей» [6, с. 27]. Даже если уйти от не всегда корректного преувеличения роли факторов символической экономики в формировании социальности, следует отметить: роль символических элементов социально-экономического пространства значительно увеличивается в условиях сетевого общества. Происходит вещная (или=целевая, телеологическая, так как часто цель представляется как Вещь на фоне некоторой Мечты) дегуманизация человеческого пространства. Закономерности социальной организации, проблемы соотношения глобального и национального, система ценностей и ее трансформации — все это в той или иной степени подчиняется выдвиганию и позиционированию системы мифосимволических сообщений/ассоциаций: экономических, политических, интеллектуальных, художественно-эстетических. Более того, перечень ментефактов, устанавливаемых процедурой тотального и разнонаправленного мифопоэтического строительства, можно было бы продолжить в область информационных, воспитывающих и собственно образовательных практик, т.е. выйти за пределы отношений социально-экономического характера — в сферу когнитивного. Важно понять, что мифодизайн как эффективный прием формирования человека заданного типа использовался в истории (на-

пример, в эпоху Средневековья или в тоталитарных обществах XX века), однако лишь в эпоху современности он приобретает характер социальной необходимости.

В любом случае информационное пространство индивидуума требует от него не только параллелизма разнонаправленных процессов понимания и модификации информации, но и серьезной перестройки структуры и функций индивидуального сознания, попытки перейти от преимущественно линейного построения наррации (и автонаррации — построения образа *себя в мире*) к преимущественно симультанному, инсайтному, а значит — сильно метафоризированному и/или концептуализированному представлению *мира в себе*. В этом случае можно предположить, что трансформация социальности в первой половине XXI века обуславливается факторами когнитивно-семиотических изменений сознания индивидуума, к которым следует отнести:

1. Изменение соотношения между оперативной и долговременной памятью в сторону усиления роли оперативной памяти, позволяющей «выводить» в светлое поле сознания одновременно несколько информационно-тезаурусных областей, создавая пограничную смыслообразующую когнитивную ситуацию.

2. Усложнение тезаурусных и причинно-следственных отношений между высказываниями и текстами в потоке мыследеятельности, определяющем обязательный поисковый характер понимания, необходимость привлечения широкого философско-культурологического и предметного контекста для понимания даже элементарного высказывания.

3. Изменение способа формирования картины мира с естественного или автоматического, основанного на миметических свойствах сознания, на искусственный или целевой (телосный), основанный на интеллектуально-исследовательских, собственно когнитивных свойствах сознания.

4. Возрастание роли аутопойесисных, герменевтических и семиотических практик в создании индивидуальных кодов дешифровки информационных потоков и вычленения (автоформулирования) нового сообщения.

5. Переноса лингвоинформационного центра речи с системы диктумов на систему модусов с одновременным падением тематических последовательностей (цепочек).

6. Относительной «открытости» нового для интеллектуального субъекта высокого уровня, переход подготовленного сознания с последовательных моделей получения информации к симультанным, одномоментным, инсайтным, а также к бесконтактной текстоориентированной коммуникации.

Другими словами, под воздействием измененного индивидуального сознания социальность трансформировалась настолько, что перестала вообще восприниматься как социальность традиционным наблюдателем, предполагающим относительную неподвижность социальных форм, институтов, ценностей и отношений. При этом современная социальность как объект и проблема полностью соответствует эпохе новой когнитивно-семиотической реальности — континуальной, предполагающей наличие открытого интеллектуального (информационного, когнитивного, тезаурусного) пространства и распределенного в интеллектуальном пространстве субъекта, способного к интертекстуальным и образно-ассоциативным реминисценциям, разнонаправленным и разнородным информационным инвазиям сетевого типа, инсайтным типам продуктивных интеллектуальных практик. Только в этом случае познающий субъект обнаружит способность захватить и присвоить (а затем — и постоянно трансформировать, адаптируя к новым «правилам игры») один из множества узлов символических связей большой социально-информационной сети, обеспечив себе достаточный уровень когнитивно-семиотического существования. Конечно, этот новый познающий субъект должен обнаруживать и свои новые основания.

Основания познающего

В условиях новой социальности возникает проблема измененных оснований познающего субъекта. Познающий субъект в ситуации сетевого распределения и, соответственно, сетевой неопределенности информации оказывается перед задачей перманентного создания *временного кода* понимания. Это особый код — код, конструируемый сознанием на период восприятия *Данного* как всегда *Нового*, в каком

бы виде *Сообщение* не представало в информационном потоке. В отличие от онтологичности постоянного кода познания, детерминированного научными или повседневными устойчивыми картинами мира, концептуальными или ассоциативными (часто сакрализованными) высказываниями (текстами), продолжающимися во времени социально-культурными мифами, *временный код* познания всегда телеологичен. Он направлен на познание себя-в-мире и мира-в-себе в качестве условия поддержания информационного равновесия между Данным, Новым и Полученным в потоке информации. Вместе с тем познание по-прежнему неотделимо от познающего субъекта. Эту сложную ситуацию причинно-следственного характера можно было бы представить в простом триединстве (познающий субъект — мир — познаваемая сущность), если бы она не преобразовалась в результате эволюции в другое сложное процессное единство. Опираясь на анализ М. Хайдеггера, допустим, что основу такой процессности составляет неустранимая бытийность познания: «Даже если бы пришлось определять бытие-в онтологически первично из *познающего* бытия в мире, то и тут первой непрременной задачей встала бы феноменальная характеристика познания как некоего бытия в мире и к миру» [7, с. 60]. Процесс познания, показанный М. Хайдеггером в виде двуединого движения сознания бытийствующего субъекта («бытия в мире и к миру»), нуждается в уточнении и внутренней регламентации, что сам же М. Хайдеггер осуществляет, выстраивая некоторую иерархию *когнитивных состояний*. Эту иерархию когнитивных состояний познающего субъекта можно представить в виде следующей нестрогой последовательности:

(а) первичное когнитивное состояние — присутствия («...само познание заранее основано в уже-бытии-при-мире как сущностном конститутиве бытия присутствия»);

(б) последующее когнитивное состояние — захваченности («Бытие-в-мире как озабочение озабоченным миром *захвачено*»);

(в) фокусирующее состояние — вглядывания (или=концентрации) («Это вглядывание есть всякий раз определенное взятие направления на ..., прицеливание к наличному. Оно заранее заимствует у встречного сущего «точку зрения»);

(г) качественное состояние (состояние когнитивной рефлексии) — внятия («Внятие имеет способом своего осуществления *рассмотрение* и *обсуждение* чего-то как чего-то»);

(д) текстообразующий уровень когниции — уровень *удержанного высказанного* («Внятное и определенное может быть высказано в суждениях, как такое высказанное удержано и сохранено» [7, с. 61–62]).

Фактически мы имеем дело с моделью информационно-текстовой деятельности сознания, которая укладывается в рамки классической триады интеллектуально-текстовой деятельности А. А. Потебни (перцепция — апперцепция — продукция) с той разницей, что дает гораздо более обоснованный и детализированный портрет познания как сложного когнитивного феномена. Характерным для модели когнитивных состояний, предложенной Мартином Хайдеггером, является его временная полихромность: последовательное развитие первичного когнитивного состояния *присутствия* в фокусирующее состояние *вглядывания* спонтанно прерывается в момент качественного преобразования — приобретения субъектом когнитивного состояния *внятия*. Это новое качество содержит в себе важный информационный элемент — смысл, переводящий процедуру получения информации в качественно иную процедуру — осмысления информации. Качественный переход *получение информации* — *осмысление информации* есть в конечном счете переход от речевосприятия / речепорождения к текстовосприятию / текстопорождению, соотносимый с фундаментальными свойствами мира (физическими и семантическими), в том числе правилами трансформации полевых структур (коммуникативности, спонтанности и когерентности) в сверхполевые ассоциации. На свойство текста возникать в результате спонтанности индивидуального осмысления (реинтерпретации «состояния поля») указывал, в частности, В. В. Налимов: «Семантический текст всегда *индивидуален*, он несет свои собственные смыслы, отличные (по селективной значимости) от других текстов. Тексты, несущие семантику, могут быть корреляционно связанными, образуя статистические структуры высокой размерности» [5, с. 68]. Следует предположить, что интеллектуальные структуры высокой размерности, содержащие большое количество разнородных и обязательно реинтерпретируемых индивидуумом текстов есть интеллектуальное пространство современной культуры,

возникшее как важный элемент современных сетевых коммуникаций (в том числе — межличностных и информационных) и реализующее задачу бытия в ней познающего субъекта. Можно обоснованно предположить, что «пусковым моментом», моментом активизации индивидуального сознания в ходе его трансформации из созерцающего в познающее является момент перехода «получение информации» — «осмысление информации, закрепленное историей развития социально-культурных институтов и когнитивно-семиотических средств».

Иерархия когнитивных состояний и особенно наличие главного качественного перехода в этих состояниях (получение информации — осмысление информации) представляет собой только часть *оснований познающего*. Другая его часть — это понимание собственно феномена *сознания* как онто-телеологически оправданного присутствия человека, уже отмеченного способностью понимать (или ощущать) смыслы в актуальном пространстве культуры, здесь и сейчас, в ситуации становления реальности¹. Очевидное «обострение» актуальности восприятия любой смыслоориентированной вещи (или текста культуры) произошло в эпоху Пост (постиндустриальности, постмодерна, постчеловеческого и т.п.). Ж. Деррида, хорошо прочувствовавший и осмысливший трансформации конца XX века, показал здесь присутствие разорванного индивидуального сознания как принцип обновленного социального: «Подобно тому, как категория субъекта не может и никогда не могла мыслиться без отсылки к присутствию..., так и субъект как сознание никогда не мог заявлять себя иначе как присутствие для себя. Привилегия, отдаваемая сознанию, следовательно, означает привилегию, отдаваемую присутствующему в настоящем; и даже если описывать с той глубиной, которой достигает Гуссерль, трансцендентальную темпоральность сознания, именно «живое настоящее» наделяется силой синтеза и беспрестанного собирания следов» [1, с. 39]. Синтез теней и следов интеллектуального действия, произведенного в высказывании, тексте или дискурсе («текущей», процессной разновидности текста), становятся доминантным способом освоения когнитивной системы «себя-в-мире» / «мира-в-себе» в виде осмысляемой картины мира, отличающейся метафоричностью,

¹ Всегда становления, потому что история (как и любое другое проявление сознания) есть результат актуальной интерпретации.

концептуальностью и обязательной соотнесенностью с интериоризированным тезаурусным основанием (багажом), даже в том случае, когда он предельно мал. Достаточно здесь указать на всем хорошо известное явление: весьма интересные и глубоко метафоричные высказывания детей раннего возраста, ставящих в тупик взрослого наблюдателя. Вероятно, в этом случае мы имеем дело с «чистым» проявлением когнитивного синтеза, не замутненного набором социально-оправданных миметических по своей природе речевых штампов. Такое сознание «напрямую» соединяет текстовые следы и тени (полученные в «подслушанных» и по-своему понятых — «внятых» высказываниях взрослых) в единую синтетическую речемыслительную ситуацию, всегда находящуюся на грани или за гранью устойчивой (еще очень маленькой) картины мира, а потому — выходящую за рамки обыденного — в зону смыслообразования. Нарастающий вал социального мимесиса (в виде социальных кодов общения, в том числе — педагогического) гасит способность чистого синтеза, делает индивидуальное сознание не только информационно зависимым, но и инертным к самостоятельному смыслообразованию, процедуре, явно запрещенной в жесткой образовательной системе. Вместе с тем отсутствие социального мимесиса в виде парадигмы текстов культуры, оформленных в виде активно используемого индивидуального тезауруса, также негативно влияет на развитие индивидуального сознания, прекращает процедуру интеллектуального выбора как основания синтеза смыслов. «Сцилла» деиндивидуации и «Харибда» деинтеллектуализации — вот пределы потока развития *понимающего индивидуума в интеллектуальную личность*.

Современный мир есть мир предельно информационно насыщенный. Вхождение и сохранение себя в информационном (и тем более — интеллектуальном) пространстве современности — задача, требующая использования надежного источника *смыслопоисковой* деятельности, своеобразного энергетического стимулятора синтеза смыслов (нового знания, новой информации). Таким энергетическим источником в конце XX — начале XXI веков стала показанная Ж. Дерридой доминантная логико-семиотическая операция «различания», которая, относясь к потенциальному или бессознательному, тем не менее является важной операцией для сличения бытия и сущего, не

совпадающих по фазам восприятия/понимания. Находясь всегда на границе, *различание* есть несомненный стимул к пониманию и, следовательно, к когнитивному синтезу (на основании когнитивных следов и когнитивных теней) в ситуации поиска смыслов и сущностных характеристик наличного: «Повсюду различае (различание — В.С.) расшатывает именно господство сущего... Именно определение бытия как присутствия или как сущности вопрошается, следовательно, мыслью о различаи» [1, с. 44].

Попытка предварительного осмысления

Сознание выражается сквозь призму высказывания (текста), а текст — всегда результат интерпретации — т.е. различания. Когнитивный синтез сохраняется и доминирует в развитии человека при условии перманентной интеллектуальной текстовой деятельности, позволяющей всякий раз включать эффект различания в процессе интерпретации. Качественные когнитивные состояния усиливают свое воздействие на социальное пространство, преобразуя узлы информационной зависимости сетевого общества в узлы интеллектуального взаимодействия. Происходит все более быстрая смена временных коммуникативных кодов, открывающая перспективу нового универсального когнитивного состояния — направленности на постоянное интеллектуальное действие (активизированное различание). Так, по нашему мнению, окончательно становится феномен познающего субъекта. Дальнейшие изменения пока не видны за пеленой непроясняемого будущего.

1. Деррида Ж. Поля философии / пер. с фр. Д. Ю. Кралечкина. М. : Академический проект, 2012.

2. Кристева Ю. Семиотика: Исследования по семанализу / пер. с фр. Э. А. Орловой. М. : Академический проект, 2013.

3. Кристева Ю. Черное солнце: Депрессия и меланхолия / пер. с фр. М. : Когито-Центр, 2010.

4. Латур Бруно. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию : пер. И. Полонской. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

5. Налимов В. В. В поисках иных смыслов. 2-е изд. СПб. ; М. : Центр гуманитарных инициатив, 2013.

6. Тульчинский Г. Л. Total Branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре. СПб. : Филологический факультет СПбГУ, Факультет свободных наук и искусств СПбГУ, 2013.

7. Хайдеггер М. Бытие и время / пер. с нем. В. В. Бибихина. М. : Академический проект, 2013.

И. Е. Фадеева

Антропология современности: экзистенциальная рефлексия и социальный вакуум

УДК 130.2 + 304.2

Статья посвящена анализу культурно-антропологических аспектов современной социальности. Автор обращается к парадоксам экзистенциального и социального, ставших особенно очевидными в начале XXI века. В статье делается вывод о появлении новой социокультурной реальности — «смерти адресата», которая является следствием гиперкоммуникативности и гиперсоциальности современной социокультуры.

Ключевые слова: социальность, коммуникация, адресат, экзистенция, экзистенциальная рефлексия, трансцендирование.

Fadeeva I. E. Anthropology of modernity: the existential reflection and social vacuum

This article analyzes the cultural and anthropological aspects of modern sociality. The author refers to the paradox of existential and social, which became especially apparent at the beginning of the XXI century. The article concludes that the appearance of new social and cultural reality — “the death of the recipient”, which is a consequence of hyper-communicativity and hyper-sociality of modern social culture.

Key word: sociality, communication, the addressee, existence, existential reflection, transcendence.