

## СОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКА КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И PR-МАНИПУЛЯЦИЙ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Соколова А.С., Путилина М.В.

Малыхина Г.И. – канд. философских наук, доцент

Характерной особенностью начала XXI века является бурный процесс информатизации всех сфер современного общества, в связи с этим наблюдается рост значимости новых (высоких) ключевых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и «завязанных» на них тоже ключевых нано- и биотехнологий.

В настоящее время происходит революция в информационных технологиях (она получила название цифровой революции), основанная на крупных успехах радиотехники, нейроматематики, когнитологии, психологии, нейрофизиологии, социологии и других социальных наук. Эта революция, как известно, в системе общественных отношений трансформировала сам предмет человеческого труда, когда в фокусе находится преобразование индивидуального и коллективного человеческого сознания, влияющего на общественные отношения.

Деятельностью человека управляет находящаяся в его сознании модель мира, это положение называется нетривиальным в контексте воздействия современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на сознание человека. Одной из коммуникативных технологий является PR-коммуникация. Известно, что психика выполняет две основные функции: функцию субъективного отражения объективного мира и функцию управления поведением человека. При этом существуют две сферы психической деятельности: сфера формирования образов окружающей действительности и сфера оценки этих образов.

Формирование образов окружающего мира происходит благодаря процессу восприятия. Основной восприятия является ощущение - результат воздействия внешних объектов на органы чувств. Другой механизм создания образов - воображение. Оно комбинирует уже существующие в памяти образы и формирует из них новые, с которыми человек не сталкивался в реальном мире. После того как образ сформирован, включаются механизмы его оценки. Их два: рациональный и эмоциональный. Оценка фактически представляет собой тест на степень соответствия образа потребностям человека. В зависимости от того, какой механизм "работает", в результате формируется либо логический вывод, либо эмоция, которые представляют собой мотивы поведения. Как только появился мотив, человек начинает действовать.

Каким же образом можно управлять поведением людей? Для этого нужно проанализировать описанную цепочку психических процессов: ощущение - формирование образа - оценка образа - действие. Напрашивается вывод: чтобы получить "нужное" поведение, следует создать в сознании человека "нужный" образ и вызвать "нужную" оценку этого образа. Именно так и поступают манипуляторы. Причем в качестве мишени может быть выбран любой элемент психического процесса: восприятие, внимание, воображение, мышление, эмоции, память.

Философское осмысление воздействия современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека и конструирования социальной реальности невозможно без использования соответствующего методологического конструкта.

Существуют следующие виды социальных каналов воздействия современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека: социальная мифология как один из необходимых компонентов системы социальных коммуникаций, обладающей своим информационным пространством; реклама со своим набором психотехнологий; религия, выработавшая технологии воздействия на эмоциональную сферу человека; искусство со своими мощными технологиями, аналогичными религиозным технологиям воздействия на сознание человека; научная фантастика, моделирующая возможные ситуации природы и социума; образование и Интернет, масс-медиа и компьютерные игры как медиатекст — одна из мощных социальных технологий. Выделенные социальные каналы дают возможность освоения ИКТ в широком масштабе. Значимость такого рода освоения состоит в том, что оно в немалой степени повышает его креативный потенциал, что позволяет и индивиду, и обществу адаптироваться к неожиданным и экстремальным ситуациям.

Адекватное выявление механизмов воздействия современных ИКТ на сознание человека возможно на основе универсальной модели деятельности субъект деятельности (общество в целом, социальные группы и слои) средства и орудия деятельности — объект деятельности» как фундаментальной составляющей социально-философской парадигмы сознания и в силу применению ряда концептуально-методологических оснований, а именно: теории отражения и органически связанной с ней фундаментальной категории информации; парадигмы информационного общества; аксиологической теории, парадигмы синергетики.

Новым в объяснении особенностей воздействия ИКТ на сознание человека является использование трансдисциплинарной стратегии исследований, сквозной и инвариантной по отношению к различным научным дисциплинам. На этой концептуальной основе формулируется концепция позитивного социального конструирования реальности посредством воздействия ИКТ на сознание человека. Согласно концепции позитивного социального конструирования реальности посредством воздействия ИКТ на сознание человека, происходящее расширение диапазона возможностей ИКТ влечет за собой и изменение культуры, которая теперь становится мультимедийной; виртуальной культурой. Эта виртуальная культура дает

возможность индивиду генерировать в своем воображении возможные миры будущей практической деятельности, их воплощение в действительность изменяет саму социокультурную среду.

Данная совокупность концептуально-методологических оснований дала возможность исследовать воздействие современных ИКТ на сознание человека в рамках многофакторной модели. Она исходит из того, что в результате воздействия ИКТ на сознание человека происходит преобразование информации в голове человека, когда полученное знание превращается в сознание, когда он как субъект деятельности не только отражает мир, но творит его. Это преобразование в голове человека имеет очень сложный характер, так как оно представляет собой «серый ящик», «синергетический ящик», в котором действует множество взаимодействующих и взаимовлияющих друг на друга факторов. Этими факторами являются, прежде всего, политическое, экономическое, правовое, эстетическое, этическое и пр. виды общественного сознания, массовое, общественное мнение, также катастрофическое, патологическое, сумеречное, утопическое, иллюзорное и др. формы общественного сознания. В результате интегральный, суммарный эффект воздействия множества факторов на сознание человека является неоднозначным. Итог такого воздействия на сознание человека целого ряда факторов носит нелинейный характер, его невозможно полностью предсказать.

Выделенные три группы ИКТ воздействуют на сознание человека, они основаны на резонансной связи между мозгом и сознанием человека и социокультурной среды, детерминированных культурой и социумом. Все это позволяет выписать методологический конструкт социально-философского исследования воздействия ИКТ на сознание человека. Он имеет следующий вид: - общество в целом, социальные группы, институты общества или отдельный человек; три группы ИКТ, а именно: традиционные технологии; цифровые технологии; квантовые и мобильные информационные технологии; социокультурные каналы и спектр возможностей воздействия этих ИКТ на сознание человека; сознание самого человека.

Основной механизм воздействия современных ИКТ на сознание человека является природный субстрат человеческого существования (мозг), который представляет собой совокупность нейрофизиологических механизмов, обрабатывающих аудиовизуальные и других модальностей сигналы, генерирующих творческое воображение, необходимое для развития науки, искусства, религии и других сфер культуры, а также взаимодействие мотивационных и когнитивных компонентов функционирования человеческого мозга и его «нейрональная пластичность».

Новейшие высокие технологии, в особенности технологии изменения сознания человека (high-hume технологии), значительно меняют образ жизни индивида, оказывают немалое влияние на развитие общества и культуры. В связи с бурным развитием научно-технического прогресса сложилась такая ситуация, когда стремительное совершенствование высоких технологий опережает существующие нормы нравственности, этические системы. Решение фундаментальной проблемы соотношения этических ценностей и высоких технологий изменения сознания возможно на основе учета того существенного обстоятельства, что каждый человеческий индивид есть миниатюрная социальная машина, которая находится в системе связей с другими индивидами и имеющая свой радиус воздействия на социальные процессы.

Список использованных источников:

1. Агафонов А.Ю. Человек как смысловая модель мира. — Самара: Изд-во «Бахрах-М», 2000. - 336 с.
2. Анатомия рекламного образа / Под общ. ред. А.В. Овруцкого. СПб.: Питер, 2004. - 224 с.
3. Березина Т.Н. Много многомерная психика. Внутренний мир личности. — М.: Изд-во: ПЕР СЭ, 2001.-320 с.
4. Васильев В .В. Мозг и сознание: выходы из лабиринта // Вопросы-философии. 2006. №1. -С: 67-80, Геращенко ЛШ. Мифология рекламы. — М.: Диаграмма, 2006. 464 с.