

СЕКЦИЯ 1

МЕСТО И РОЛЬ МОЛОДЕЖИ В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ

ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ

*И. О. Абрикосова, 1 курс, машиностроительный факультет
Научный руководитель – ст. преподаватель А. А. Перчун
Ульяновский государственный технический университет*

В самом конце XX в., в его последние четыре-пять лет почти обыденным стало использование выражений "виртуальный магазин", "виртуальная конференция", "виртуальная экономика", "виртуальное сообщество" и т.п.

Броское слово "виртуальность" осваивается разного рода аналитиками современного общества - от философов и культурологов до политиков и журналистов. Перенос таких форм взаимодействия, как купля-продажа, научная дискуссия или обсуждение сплетен из реального пространства магазина, офиса, кафе или кухни в виртуальное пространство сети Internet является впечатляющим фактом.

Чтобы понять, что такое информация и почему она играет такую роль в современную эпоху, нужно четко различать сообщение (или послание), интерпретацию (или восприятие) и коммуникацию. Сообщение (message) - это "вещь", то есть передаваемый продукт интеллектуальной деятельности человека; интерпретация - это "мысль", то есть приобретаемое знание; коммуникация - это лишь операция передачи, трансляции. Но в современном нам обществе, именно эта операция трансляции - определяющее, доминирующее звено в триаде сообщение-коммуникация-интерпретация.

Огромная техническая, экономическая, политическая, культурная роль информации объясняется именно тем, что она не содержательна ("знание") и не предметна ("продукт"). Информация операциональна.

Итак, информация - это коммуникация, операция трансляции символов, побуждающая к действию. Если мы определим информацию подобным образом, станет понятным, почему главным феноменом компьютерной революции стал Internet, а не гигантские электронные банки данных или искусственный интеллект. В глобальной сети Internet не создается никакого знания, но зато многократно увеличиваются возможности осуществления коммуникаций. Даже если отдавать себе отчет в том, что информация - это не знание, а операция трансляции, все равно трудно всерьез воспринимать суждения о том, что реклама - это "информационная поддержка" какого-либо товара, личности или акции, или же что конкуренция между средствами массовой информации (далее - СМИ) - это "информационная война". Не передача данных о свойствах товара/услуги, а создание его образа, приносит прибыль в современной экономике и стимулирует разви-

тие рекламного бизнеса. Не в знании и не в его передаче, а в коммуникации, в создании привлекательных образов - сила современного бизнесмена, политика, ученого, художника и т.д.

Компьютеризация повседневной жизни вводит в обиход виртуальную реальность в качестве компьютерных симуляций реальных вещей и поступков. Важно, например, не только то, что теперь можно совершать покупки с помощью компьютера, но и то, что процесс покупки все чаще организуется как посещение виртуального магазина. Если с помощью изолированной компьютерной графики web-страница продавца симулирует расположение товаров на витрине, их осмотр и обмен на плату в виде банкнот или чека, то это следует трактовать не просто как перенос операции купли-продажи из реального пространства в виртуальное, а как симуляцию институциональной формы товарного обмена. Эта институциональная форма превращает обмен из технической операции в род экономического взаимодействия: в исполнение социальных ролей покупателя и продавца. Обмен посредством сети Internet позволяет совершать обмен деньгами, товарами и услугами без соблюдения этой институциональной формы. Взаимодействие есть, но ему недостает привычной социальности, общества как среды взаимодействия. Так общество в традиционном его понимании замещается киберпротезом - виртуальным магазином.

Сегодня с помощью компьютера, оснащенного модемом, можно обсуждать политиков, поп-звезд, погоду или вести досужие беседы с виртуальными друзьями или соседями-участниками chat'a, то есть открытой дискуссии в сети Internet. Можно заработать деньги, принимая заказы на размещение рекламы на виртуальных щитах - banner'ax, выиграть деньги в виртуальных казино или украсть те же деньги, взломав виртуальные замки электронной системы учета какого-нибудь банка. Обличить пороки и покаяться в содеянном можно в виртуальных проповедях и исповедях в chat'ax на web-страницах, открываемых священниками в качестве виртуальных приходов.

Столь интенсивное в последние годы использование технологий виртуальной реальности имеет социальный смысл - замещение социальной реальности ее компьютерными симуляциями. Этот социальный аспект развития компьютерных технологий явно превалирует над техническим аспектом. Именно поэтому наращивание быстродействия процессора и объема оперативной памяти практически без остатка конвертируется в совершенствование графики и звучания компьютерных симуляций и не сопровождается ощутимыми функциональными изменениями. Обнаружение социального смысла развития технологий виртуальной реальности с необходимостью приводит социологов к идее использовать понятие виртуальности для объяснения общественных изменений.

Применительно к обществу в целом, виртуализация предстает не как единый процесс, а скорее - как серия разнородных, но направленных сходным образом тенденций в различных сферах жизнедеятельности. Это мож-

но продемонстрировать, описывая симуляцию модернистских практик в избранных для анализа институциональных сферах: экономике, политике, науке, искусстве, семье.

Экономические институты современного общества образуют комплекс норм, определяющих способы постановки и решения проблем создания, распределения и использования богатства. Хозяйственные практики жестко ориентированы на следование этим нормам. Рынок, предпринимательство, корпорация, финансы - все это системы норм, задающих путь к созданию стоимости. В новой, постмодернистской экономике именно эти элементы виртуализируются.

Виртуализация экономики вызывает коммерциализацию киберпространства, где теперь зачастую осуществляется полный цикл сделки и где функционируют виртуальные супермаркеты и виртуальные банки, оперирующие собственной виртуальной валютой.

Симуляция базовых политических практик - идеологии, организации, общественного мнения - ведет к виртуализации институтов массовой демократии - выборов, государства, партий. И эта виртуализация допускает и провоцирует превращение глобальной компьютерной сети Internet в средство/среду политической борьбы. Практически все политические акции и кампании теперь сопровождаются созданием специализированных серверов и web-страниц, посредством которых формируется имидж политика (акции, организации), ведется агитация, осуществляется коммуникация со сторонниками, и др. Интенсивная политизация киберпространства наглядно демонстрирует, что новая политика строится на компенсации дефицита реальных ресурсов и поступков изобилием образов.

Наука сейчас - это не предприятие по поиску истины, а род языковых игр, состязаний в манипулировании моделями научного дискурса.

Институты в сфере искусства образуют комплекс норм, определяющих способы постановки и решения проблем создания и сохранения художественной ценности. В искусстве постмодернизма произведение как таковое становится актом деконструкции как со стороны художника, так и со стороны публики. В эпоху Постмодерн создается не произведение искусства, а скорее образ его.

В модернизированном обществе утверждается "открытый" характер сексуальной самоидентичности. Человек постоянно задает себе и окружающим вопрос "кто я?" в контексте возможных половых ролей. Решение вопроса важно, так как определяет стиль жизни. Сексуальность становится формой самоидентификации, самовыражения и самоутверждения личности. Сексуальность как совокупность биопсихических реакций и переживаний замещается практиками создания, поддержания и варьирования образа сексуальности - сексапильности: одежда, уход за телом, косметика, эротизация поведения.

Институты виртуализируются. Их нынешнее существование вполне адекватно описывается тремя характеристиками виртуальной реальности:

нематериальность воздействия, условность параметров, эфемерность. Эффект следования институциональным нормам достигается за счет образов - симуляций реальных вещей и поступков; образы стилизуются в зависимости от того, как трактуется участниками взаимодействия институциональная принадлежность ситуации взаимодействия; выбор (и борьба за право выбора) институциональной принадлежности превращает каждый отдельный институт в периодически "включаемую" и "выключаемую" среду/контекст взаимодействия.

НАРКОМАНИЯ – БОЛЕЗНЬ, РАЗРУШАЮЩАЯ ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ

*Т.А. Букина, Е.В. Егорова, 3 курс, гуманитарный факультет
Научный руководитель – к.и.н., доцент Т.В. Петухова
Ульяновский государственный технический университет*

***«Если ты смерть – отчего же ты плачешь сама,
Если ты радость – то радость такой не бывает»***

Анна Ахматова

Начиная с 1980–х годов российское общество столкнулось с беспрецедентной по масштабам и последствиям проблемой, которая и сегодня далека не только от своего решения, но и от адекватного осмысления. Злоупотребление наркотиками приняло характер эпидемии. Время идет, а наркомания молодеет. Наркотики уже вышли на улицы наших городов, став одной из составляющих социальной ситуации развития детства и юношества в России. А ведь молодость – это мечта. Это вера. Это тяготение к подвигу. Это лирика и романтика. Это большие планы на будущее. Это начало всех перспектив. А сегодня это все оказывается лишь призрачной иллюзией. У человека в состоянии наркотической зависимости наркотик «может отнять все»: семью, работу, здоровье и жизнь...

Человек, вставший на путь наркомана, растрчивает свои лучшие нравственные качества, становится психически неуравновешенным, слабовольным, теряет друзей, семью, не может приобрести профессию или забывает ту, которой раньше владел, остается без работы. Он неизбежно попадает в поле зрения преступных элементов и часто под психологическим давлением криминальной среды становится преступником, приносит бедну несчастий себе и окружающим.

«Молодые люди стремятся или получить приятные ощущения от приема наркотиков, которые могут быть очень сильны, или, находясь под воздействием наркотиков, отвлечься от неприятных переживаний и отрицательных эмоций» [6, 43]. В первом случае, лишившись возможности принимать наркотики, человек воспринимает действительность «серой»,