

ДУХОВНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Вопреки гуманистическим футурологическим проектам, не перестающим звучать вот уже полстолетия, современное общество по-прежнему остается нацеленным, прежде всего, а порой и исключительно, на модернизацию и рост материального производства со всеми вытекающими отсюда последствиями. Современные информационные технологии последних десятилетий не только не способствовали гуманизации социума, но и, напротив, сами были абсорбированы «новым индустриальным обществом» и подчинены его неумолимой логике, понятие же «информационного общества» отражает скорее идеологические установки, чем качественно новую социальную реальность. В результате по-прежнему актуальным остается философский анализ производства, как материального, так и духовного.

Известно, что материальное производство – это производство не только вещей самих по себе, но и общественных отношений в форме вещи, в чем и усматривают общественную сущность труда. И если раньше производство, ориентированное на рынок и человеческие потребности, так или иначе, было полем актуализации сущности человека, что позволило К. Марксу назвать его «открытой книгой» человеческой психологии, то в наше время ситуация кардинально меняется. Уже Дж. Гэлбрейт (1968), раскрывая механизм «обратной связи», подчеркивал, что речь идет о формировании производителем («техноструктурой») не только рынка и «общего совокупного спроса»¹⁸², но и структур сознания в целом, поскольку речь идет, с одной стороны, об объективных потребностях и интересах, а, с другой стороны, о таких вполне субъективных атрибутах сознания, как цели, установки, мотивы. Иначе говоря, современное производство формирует нужное ему общество, нужные ему общественные отношения, нужную ему структуру социальных ролей, делая это очень успешно через брэнд-ориентированную технологию манипуляции общественным сознанием.

Но человеческая способность изменять свое сознание технологичным способом превращает само сознание в производственную сферу, подчиняющуюся общим законам развития производства. Именно это, а ничто иное отражается в понятии «духовное производство».

Очевидно, что между этими двумя видами общественного производства – материальным и духовным – есть как сходство, так и различие. *Внешнее сходство* заключается в том, что как вещи, так и «идеи» имеют «потребительскую стоимость» и их можно оценивать следующим образом: со стороны их инновационности или связи с существующей традицией; их места в культуре или художественной ценности; наконец со стороны их технологичности. Иначе говоря, «идеи» тоже могут выступать как товар, и их можно, следовательно, продавать. *Сущностное же сходство* заключается в том, что общественное производство, как материальное, так и духовное – есть производство общественных отношений, то есть общества, Человека. О духовном производстве как таковом мы можем говорить только тогда, когда поставим вопрос о том, какую *общественную форму* продукт духовного труда получает в этом процессе, иначе говоря, вопрос об общественном содержании духовного труда.

Внешнее различие материального производства от духовного заключается в том, что общественные отношения в материальном производстве производятся в виде «вещей», а в духовном – в виде «идей». *Сущностное же различие* заключается в том, что духовное производство по сравнению с материальным изначально связано с субъективным фактором, то есть зависит от групповых интересов, а в силу этого существенно увеличивается¹⁸³ опасность виртуализации. Философский анализ современного духовного производства и должен ответить на вопрос, каков механизм, каковы закономерности производства и воспроизводства форм общественного сознания и его уровней.

Надо сказать, что одной из существенных на наш взгляд особенностей современного положения дел является то, что при известном снижении уровня научной и философской рефлексии в социальных науках адекватный анализ

реальных социальных отношений все более заменяется процессом создания виртуальной картины мира. Этот процесс виртуализации общественного сознания не только находит себе обоснование в виртуальных же теориях общества и человека, но и имеет в качестве итога виртуализацию социальных отношений как таковых, в самой социальной действительности, что обусловлено возрастающей ролью в современном обществе СМИ. В результате на место реальных социальных отношений все более становятся социальные отношения виртуальные, создаваемые в конечном итоге идеологами, ангажированными определенными социальными группами.

Одной из важнейших сфер духовно производства является образование. Поскольку в реальном педагогическом процессе реализуется не столько декларируемые теорией или идеологией идеи, сколько такая парадигма образования, которая складывается органически и вырастает из таких детерминант, как культура эпохи в целом, конкретно-историческая социальная структура, менталитет участников процесса, образование, вопреки устоявшемуся мнению, всегда имело некоторую имманентную логику развития и относительно независимое существование, что плохо осознавалось и рефлексировалось научным сообществом. Наличие имманентной логики развития, то есть само существование педагогической идеи как онтологического феномена всегда служило некоторым гарантом против крайностей политики и идеологии: сфера образования, будучи консервативной по своей природе, как бы смягчала завихрения истории, вырабатывая свои ответы на вызовы времени, часто более адекватные, чем ответы политиков.

Современный интерес к образованию, помимо прагматической веры в прогресс посредством просвещения и воспитания, имеет и другую, более существенную сторону. А именно: интерес этот, как и все, что связано с парадигмальными сдвигами в образовании, отражает движение *педагогической идеи*, обусловленное изменениями социальной реальности двух последних десятилетий, а не просто изменение социально-политического заказа. Понятие «педагогическая идея» было

введено в научный оборот М.Л. Лезгиной для обозначения стержня, концептуального начала, сущностного ядра всего процесса образования и воспитания. Это то, что выражает дух педагогики как таковой и обеспечивает её целостность при смене и разнообразии заимствуемых педагогикой из других наук фундаментальных представлений, а также при смене педагогических парадигм. Развертывание педагогической идеи есть способ существования образования, как в теоретической, так и в практической его форме; само же образование в этом случае рассматривается не просто как один из социальных институтов в структуре общества, а как форма бытия социальной реальности, способ человеческой жизнедеятельности, особая форма духовного производства, которое характеризуется, в конечном итоге, типом становящегося мировоззрения.

В современных условиях виртуализации социальной реальности возникает опасность утраты образованием своего стержня, концептуального начала, то есть опасность отчуждения педагогической идеи от самого образования, в результате чего само образование сегодня имеет тенденцию окончательно превратиться в рынок образовательных услуг, на практике объективно виртуализирующий социальную реальность в сфере образования.

Философская рефлексия по поводу современной социальной картины мира может и должна в этих условиях реализовывать свою важнейшую функцию критического анализа, выполняя задачу предотвращения виртуализации продуктов духовного производства, призванных по своей природе отражать социальную реальность, а не продуцировать симулякры, блокирующие возможность такого управления в обществе, которое учитывает ¹⁸⁵ *действительные, реальные* потребности и запросы человека.

Литература

1. Иванов В.Г., Лезгина М.Л. «Информационное общество» как продукт научно-технического прогресса// Credo New. Теоретический журнал № 2, 2005.
2. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М., СПб., 2004.
3. Лезгина, М.Л., В.Г. Иванов. Педагогическая идея как смыслоопределяющее ядро педагогического поиска // Философия образования и творчество. СПб., 2002.