

ПРОИЗВОДСТВО ЛЮДЕЙ В ВИРТУАЛИЗИРОВАННОМ МИРЕ

Современная индустрия «практик» производит то, что не может быть продано - отчуждено в процессе продажи, тем не менее, это создает культурное пространство для товарного производства. В статье речь идёт об экономическом моменте виртуализации социальных процессов как виртуализации процесса производства субъективности.

Ключевые слова: виртуализация, производство практик, субъективность, стоимость.

Актуальность. Развитие целых отраслей по формированию образа жизни, отделённых от производства вещей в пространстве и времени, ставит ряд вопросов перед науками об обществе. *Современная индустрия «практик» производит то, что не может быть продано - отчуждено в процессе продажи.* Стало быть, продукт этого производства не обладают меновой стоимостью, а только потребительной стоимостью, то есть *не являются товаром.* Нельзя продать, то есть обменять на деньги желание, мысль, поведенческую установку или чувство человека, его образ жизни, нельзя отделить их от индивидуальности, которая ими обладает. Тем не менее, производство этих аффектов, желаний, мыслей, и «практик» строго просчитано и выверено как в связи с издержками этого производства, так и с тем полезным эффектом, той потребительной стоимостью, который оно приносит. Это ставит ряд новых проблем перед гуманитарными науками в целом и перед социальной философией в частности.

Степень разработки проблемы является недостаточной, поскольку виртуализацию часто понимают довольно узко. Она заключается вовсе не в использовании современных компьютерных технологий. Виртуализация социальных процессов состоит в том, что капитал, как общественное отношение ведет к выходу производства за пределы товарной логики и, тем не менее, этот *выход* остается в этой логике, являясь условием того, чтобы товарное производство и воспроизводство капитала вообще было возможным.

Проблема и цель статьи состоит в том, чтобы раскрыть *экономический момент* виртуализации социальных процессов как виртуализации процесса производства субъективности.

Совокупный *доход от такого непосредственного производства человека определяется* прямо или косвенно процентом с продаж тех или иных других товаров, а *не общественно-необходимым рабочим временем затраченным на это производство.* Огромнейший доход приносят те сферы общественного производства, продукт которых непосредственно не продаётся индивиду как потребителю, но зато делает его таким, например, производство разнообразнейшего контента

Непосредственное производство человека, продукт которого не обладает меновой стоимостью, тем не менее, создает социокультурное пространство товарного производства, так как позволяет товарам обладать потребительной стоимостью, создавая потребности. Сами человеческие потребности и чувства, сам человек, таким образом, обладает потребительной стоимостью, не только его рабочая сила, но он сам, пусть даже и исключительно как потребитель. Таким образом, капитал как самовозрастающая стоимость двойко потребляет человека: как рабочую силу и как потребителя.

Но он должен для этого сначала его произвести, тем самым он способствует созданию технологий (в широком смысле слова) непосредственного нетоварного производства, пусть даже и весьма ограничено. Но в этой связи возникает проблема, которую в общем можно сформулировать так: как развитие такого производства относится к развитию (развитию в том смысле этого слова, который в него вкладывает диалектическая традиция) производства товаров, обладающих стоимостью? Каким образом, и при каких условиях можно использовать эти технологии для выведения производства человека из-под логики

производства вещей, в которую так же вписывается использование этих технологий для производства людей под вещи?

Важнейшим моментом производства образа жизни является использование и развитие технологий, которые позволяют анализировать, планировать, и производить определённую деятельность людей. На лицо частичная практическая освоенность социальных процессов. Такие технологии, начиная от BigData, как инструмента учёта и контроля, до разнообразнейших маркетинговых стратегий, которые предполагают не просто воздействие на индивида, чтобы он что-то покупал, и даже не просто формируют образ жизни, который предполагает определенное поведение потребителя-покупателя, а и дальнейшую работу самих индивидов в свое «свободное» время на продуцирование тех или иных паттернов поведения – факт.

Но именно поэтому важно учитывать, что такое *частичное освоение социальной формы движения на уровне отдельных процессов* жизнедеятельности (при чем всё более дробных), тем не менее, *не ведет к освоению, то есть сознательному управлению развитием общества как целого*. Глядя на современные глобальные процессы, на надвигающуюся мировую войну, становится очевидным, что такое частичное освоение, на выходе лишь усиливают стихийность и неподконтрольность человеку действия законов общественного развития, ускоряют и усиливают те неизбежные тенденции, которые связаны с реализацией этих законов.

И, тем не менее, появление таких технологий – в определённых социальных условиях может стать одной из важнейших предпосылок перехода на высшие основания общественного развития. Но в этой связи возникает проблема, которую в общем можно сформулировать так: как развитие такого производства относится к развитию (развитию в том смысле этого слова, который в него вкладывает диалектическая традиция) производства товаров, обладающих стоимостью? Каким образом и при каких условиях можно использовать эти технологии для выведения производства человека из-под логики производства вещей, в которую так же вписывается и производство людей под вещи?

Когда речь идёт о непосредственном производстве человека, в первую очередь, имеется в виду то производство, когда именно люди, а не какое либо другое сырьё, являются материалом труда. В результате труда они преобразуются в людей, но с определёнными социальными органами, определёнными качествами, установками и стереотипами поведения, нужными тем, кто оплачивает это производство. Речь идёт как о производстве потребителя, так и рабочей силы. До определённого возраста это производство - абсолютно кустарное, вынесенное в домашнюю сферу, да и в части функций вообще до конца жизни человека туда вынесенное. Став пригодным уже сырьём, произведенным в семье или в её суррогатных заместителях индивид попадает в различные сферы индустрии человека, где непосредственно становится материалом труда. С одной стороны, в сфере образования человеческого индивида производят как рабочую силу и как лояльного гражданина. С другой стороны, его производят как потребителя и в этом отношении технологии пошли намного дальше, чем образовательные - от общества потребления не просто к обществу переживания, как утверждали западные теоретики, а к обществу *потребления переживания*. Более того семья Джонсов которая давно успела уже стать и идеалом поведения и торговой маркой, не просто подстраивает поведение других семей, но, в нулевых и десятых годах она еще и должна создавать *семьи создающие семьи*.

Дело в том, что человеческие индивиды как действующие определённым образом существа, с определёнными социальными органами, могут быть произведены двояким образом: или опосредованно, то есть *опосредованно вещами*, как побочный продукт их производства и функционирования, или непосредственно, но не с помощью воздействие на каждого индивида по отдельности, а *путём производства коллективов и коллективности* в которой они формируются. В этом смысле, например, страшилки о том, что посредством информационных технологий зомбируют каждого отдельного человека, уже даже не актуальны как фантастика. Жизнь пошла намного дальше. Поскольку производятся коллективы, при чём, интернет, разнообразнейшие коммуникации, и социальные сети здесь является просто технической базой, а не технологией. К идее о коллективе,

разрабатываемой в советской педагогике и философии, подошли совсем с другой стороны, взяли на вооружение и успешно используют в разнообразнейших стратегиях продвижения продуктов, от банальных предметов быта до политической идеологии. Экономика уже превратилась в непосредственную педагогику. При чем, в педагогику коллективов. То, что не освоено по большому счёту в сфере образования, он прекрасно освоил в выросшей и всё более возрастающей другой сфере производства человека.

И тут важна природа производимой коллективности. Ведь характер этой коллективности во многом является определяющим для производства образа жизни. Во многом производство образа жизни полностью совпадает с производством этой коллективности.

Выше не зря была упомянута семья, как место, где человек производится, если так можно выразиться, кустарным способом. Но на создание именно таких кустарных производственных ячеек, семейного типа, именно такой коллективности, где индивиды производятся ремесленно, не с использованием всех достижений современной науки о человеке, передовых технологий работает целая передовая индустрия. Такая коллективность тиражируется через функционирование индивидов в более дробных по сферам жизнедеятельности и в то же время более глобальных частичных коллективах. И даже неуспешность семьи здесь заложена. Неполная семья – это тоже семья, распадающаяся семья – это тоже семья. И даже живущий без семьи в собственном доме отдельный индивид тоже является семьей в хозяйственном плане постольку, поскольку он осуществляет потребление и присвоение в индивидуальных формах. Такие семьи тоже часть индустрии. Идеал потребления-переживания как непосредственного общения членов семьи не должен быть достижим, а запросы удовлетворяются лишь частично, да еще и таким образом, чтобы это формировало новые запросы. При чём, семьи сами их продуцируют. Для чего достаточно лишь запустить процесс. Это необходимое условие существования современной индустрии-человека. Поэтому то тенденция к отмиранию семью как социального института остается только тенденцией.

Индустрия семьи является важнейшим элементом индустрии человека более высокого порядка, в котором налагаются друг на друга различные элементы мнимой коллективности и мнимого События с другими людьми как мнимыхсоБЫТий. И в этом производстве учёт и контроль осуществляется именно в этой событийности и самой этой событийностью. Производство действия подменяется информацией о нём и производство этой информации становится неотъемлемой частью как рабочего так и свободного времени современного индивида. Перепроизводство информации – и затрата огромнейших человеческих ресурсов на это производство, что неразрывно связано с всё усиливающейся бюрократизацией, сфер общественной жизни, связанных с капиталом опосредованно (образование, гос. управление и т.д.), вытекает из этой логики виртуализации. И дело тут даже не в том, как через неё производится и консервируются определённые способы поведения. Бессодержательность формы – это её определённое содержание, как бы странно это ни звучало. И это содержание неразрывно связано со всеми другими моментами виртуализации.

Большой брат может смотреть за тобой, но ему это не нужно. Он может поглядывать лишь изредка потому, что ты сам смотришь за собой и за другими, сам производишь себя под нужды корпораций. Тут экономика лайка еще более антиутопична, чем все известные антиутопии. При чём, что важно, это экономика создания человека как потребительной стоимости для капитала, а не создания стоимости, без которой стоимость как общественное отношение не может воспроизводиться. И тут если уж дальше продолжать образный ряд, скорее уместна аналогия с огромнейшим Шоу Трумана в котором мы все являемся и Труманами, и актёрами, и статистами, и зрителями.

Вывод. В этой ситуации и с этими технологиями может иметь колоссальное значение сочетание двух идей. Уже упомянутой идеи Макеренко о коллективе, которая в современных условиях может быть использована только наполовину. Поскольку в макаренковской формуле «самоуправление + пром. фин. план» [2], заложена не просто идея развития коллектива, а включение каждого его члена в общественную жизнь как действующего по меркам общества как целого, а не частичных и часто мнимых коллективов, в которые включён индивид. Ведь дело не только в том, чтобы создать для всех и каждого формальную

возможность освоения и развития достижений человеческой культуры, а в том, чтобы каждодневная деятельность создавала у каждого человека потребность в их освоении и развитии.

Действие, которое на первый взгляд является частичным должно создавать потребность в развитии человеческой культуры, и таким образом сам становился бы универсальным, трудом по производству сущности человека. Суть дела тут заключается в его общественном масштабе и непосредственной ориентации на общественные производство людей. Та же логика целостности, а вовсе не давно устаревшие технические решения, ценна и в идеях Виктора Михайловича Глушкова [1]. Если мы исходим из того, что общество - это целое, и если мы хотим задавать обществу направление развития, то управляющие системы должны внедряться не только и не столько для увеличения производительности труда в отдельных отраслях, сколько для того, чтобы управлять экономикой в целом.

Казалось бы, всё очень просто, но создается множество социальных препятствий для осуществления дальнейшего движения. На базе тех же технологий производится и потребляется образ жизни, через постоянное тиражирование и ранжирование в основном не просто однородных, а одних и тех же социальных практики, отличающихся друг от друга огромным множеством несущественных, постоянно усовершенствующихся деталей. Этим практикам и будет посвящена следующая статья.

Литература:

1. Глушков. В.М. Макроэкономические модели и принципы построения ОГАС. / Виктор Михайлович Глушков. — Москва: «Статистика», 1975. — 160 с.
2. Макаренко А.С. Флаги на башнях. / Антон Семёнович Макаренко// Макаренко А.С. Собрание сочинений в 8 томах. — Москва: Педагогика, 1983. — 582 с.

Сучасна індустрія «практик» виробляє те, що не може бути продано - відчужене в процесі продажу, проте створює культурний простір для товарного виробництва. У статті йдеться про економічний момент віртуалізації соціальних процесів як віртуалізації процесу виробництва суб'єктивності.

Ключові слова: віртуалізація, виробництво практик, суб'єктивність, вартість.

Products of the industry of activity cannot be sold. However it creates a cultural space for commodity production. In this article we are talking about the economic aspect of virtualization social processes as process of virtualization production of subjectivity.

Keywords: virtualization, production practices, subjectivity, value.

А. А. Гоцалюк,

*канд. істор. наук, доц. кафедри українознавства
Міжрегіональної академії управління персоналом*

ТРАДИЦІЇ МІФОЛОГІЗАЦІЇ ХУДОЖНЬОГО ПРОСТОРУ

У статті розкриваються вітчизняні традиції мистецької міфологізації предметного світу у пейзажному жанрі й живописному натюрморті, позначеними обожненням й поетизацією природи.

Ключові слова: художня культура, художній простір, традиція, міф, міфологізація, пантеїзм, пейзаж, натюрморт.

Національна культура як сукупність традицій, звичаїв, норм, цінностей і правил поведінки, належних певній нації або державі реалізується на суспільно-громадянському, традиційно-побутовому й художньо-мистецькому рівнях. В умовах духовного відродження народу України поглиблюється природна зацікавленість передовсім молоді багатолітніми звичаями і традиціями, національно-історичною тематикою в літературі, музиці, живопису й декоративно-ужитковому мистецтві. У сучасному суспільстві відбувається динамічний