

1. Асаул, В., Михайлова, А.О. Обеспечение информационной безопасности в условиях формирования цифровой экономики / В. Асаул, А.О. Михайлова // Теория и практика сервиса : экономика, социальная сфера, технологии. – №4 – 2018 – С. 5–9.
2. Брялина, Г.И., Косякина, А.И., Коломиец, А.Р., Шпакова, А.А.: Экономические отношения в условиях цифровой трансформации : сборник тезисов выступлений / Г.И. Брялина, А.И. Косякина, А.Р. Коломиец, А.А. Шпакова. – М. : Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2019. – 1046 с.
3. Журавлёва, Е.Ю. Информационно-коммуникационные технологии в контексте современного развития / Журавлёва Е.Ю. // Учебные материалы по философии. Режим доступа: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=3647. Дата доступа: 2020.
4. Кульков, В. Цифровая экономика: надежды и иллюзия / В. Кульков // Философия хозяйства Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://philh.ru/index.php/arkhiv-materialov/teksty/289-v-m-kulkov-tsifrovaya-ekonomika-nadezhdy-i-illyuzii>. – Дата доступа: 2017.
5. Кумылганова, И.А. Гуманитарные вызовы медиа цифровой эпохи / Кумылганова И.А. // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38267/1/journ_staff_2016_29.pdf. Дата доступа : 2018.

И.Я. Мацевич-Духан, докторант
irina.matsevich@mail.ru

Институт философии НАН Беларуси (Минск)

И.Я. Мацевич-Духан. ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ И СИНГУЛЯРИЗАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ СУБЪЕКТОВ

В раскрытии специфических черт современной социальной реальности особое место занимает идея самореализации творческого индивида. Важную роль в этом контексте играет концепт *индивидуализации*. Он во многом определяет развитие современного публичного пространства. Индивидуализация – процесс всё возрастающего обоснования собственной жизни с помощью ценности личной *автономии*. Вместе с тем появляется страх перед аномией, страх утратить общественные связи между ценностными системами, хотя аномизация не является следствием автономизации.

Немецкий социолог Х. Йоас обосновывает преимущества использования понятия индивидуализма для диагностирования характерного для общества конца XX в. состояния. Конфликт между утилитаристским и экспрессивным

индивидуализмом обусловлен историческими обстоятельствами. Сам конфликт вторичен по отношению к всеобъемлющей креативности, укоренённой в индивиде. Здесь Х. Йоас истолковывает суть всеобъемлющей креативности в терминах гуманистической психологии Абрахама Маслоу, различая между первичной (высвобождение воображения и фантазии), вторичной (рациональное производство нового) и интегрированной креативностью (переоценка первичной креативности исходя из вторичной). В понятии интегрированной креативности «открытость самоартикуляции» соединяется с «ответственностью самоконтроля» [1, р. 255]. Современная теория действия, с точки зрения Х. Йоаса, должна акцентировать роль *интегрированной креативности* в обществе. Приход *автономной личности* в этом случае не должен быть достигнут ценой морального регресса. Хотя немецкий социолог не отрицает факт существования коммерческой креативности в формах «подавленной креативности» [1, р. 255].

Однако не все социологи соглашались с такой точкой зрения и утверждают, что общество позднего модерна характеризуется всё в большей степени не столько процессами *индивидуализации*, сколько *сингуляризации* [2, S. 181–272]. А. Реквитц выделил два основных недостатка понятия индивидуализма: во-первых, оно является слишком многозначным; во-вторых, оно характеризует преимущественно людей. Однако сущее сингулярностей включает в себя вместе с индивидами и коллективами также и неодушевлённые объекты, пространства и времена. Если прежде сингулярность казалась чем-то анти- или предсоциальным, то уже «в позднем модерне сингулярности являются тем, вокруг чего вращается социальное» [2, S. 13].

Сегодняшний всё возрастающий интерес социальной теории к понятию *сингулярности* во многом инспирирован работами американского специалиста по культурной антропологии Игоря Копытоффа, французского социолога Люсьена Карпика, а также оказавшегося под их влиянием немецкого социолога А. Реквитца. Для последнего *сингулярность* – «сущее, которое в рамках социальных практик воспринимается и оценивается, производится и используется как единственное в своём роде» [2, S. 50–51].

В этом контексте следует прояснить отличие логики особенного от логики сингулярностей. В рамках ситуации *модерна* особенное работает в связке с общим и постоянно отсылает к нему для прояснения своей сути. В эпоху *позднего модерна* особенное воспринимается как единственное в своём роде, уникальное, подлежащее сертификации вне противопоставления его общему.

А. Реквитц исследует типы социальной логики, сформированные на протяжении XIX–XXI вв. различными формами экономических взаимоотношений. В индустриальном обществе доминировала «экономика индустриального общего» [2, S. 15], в постиндустриальном обществе 1970-х гг. – «экономика культурного особенного» [2, S. 113]. Но с 1980-х гг. в

обществе позднего модерна она постепенно перерождается в «креативную экономику сингулярностей» [2, S. 111].

Для раскрытия специфики социальной логики сингулярностей в XXI в. А. Реквитц проводит генеалогический анализ феномена социальной сингулярности и демонстрирует, каким образом он выходит за рамки оппозиции общее-особенное. «Революция аутентичности» [2, S. 19] среди представителей сегодняшнего среднего класса порождает новый тип социально-культурного опыта, ориентированного на *единственное* и *исключительное*, характеризующееся своей собственной сложностью и глубиной трактовки, доступной для понимания других, но не сводящейся к языку здравого смысла. При этом следует отметить, что в таком обществе процессы «десингуляризации» [2, S. 14] также имеют место быть, но они остаются зависимыми от процессов сингуляризации, формирующих облик современности.

Многообразие концепций креативного общества демонстрирует формирование нового типа субъекта. Его специфика проявляется в *креативном стиле жизни*, претендующем на универсальную значимость в качестве предельного выражения стремления каждого человека достичь творческой самореализации либо двигаться в её направлении. Его ценность обосновывается через раскрытие ориентации современной личности на производство новых впечатлений и достижение публичного признания. Вместе с распространением признания данного стиля жизни, выделенного и обозначенного в качестве креативного, появляется *мода* на форму жизни, которая с течением времени превращается в череду модных трендов стилизации повседневности в формате одного и того же доминантного стиля жизни.

В теории креативного общества понятие *стиля жизни* постепенно изживает и замещает понятие творческой личности. *Креативный субъект* является отныне не столько личностью, сколько определённой моделью демонстрации стиля жизни, ориентированного на производство и потребление новых ощущений и впечатлений. Понятие *стиля жизни* выступает одновременно в качестве *дескриптивного, аналитического и оценочного* инструмента в познании специфики современного общества на языке предельно эстетизированной социальной теории.

Несмотря на распространение феномена повседневной креативности и появление массовой креативности в бесконечном многообразии форм человеческой деятельности, её партикуляризация и спецификация реализуется в *стиле жизни* креативных сообществ и *стилизации* форм жизни их представителей. Креативный субъект превращается в абонента или актора сети сообществ. Существенный вопрос, который возникает в данном контексте, касается возможности его выхода за рамки креативного сообщества, логики сетевого взаимодействия креативных индустрий. Подобные попытки обоснования существования альтернативных форм субъективации предпринимаются в 2010-е гг. в концепциях «новой

нормальности» (Н. Рубини) и «нормкор» (normcore). Однако они также создают свои сообщества, постепенно вписывающиеся в сетевую логику креативных индустрий.

Каждый сегодня рассматривается в качестве *творческой личности*. Но в то же время она всё чаще изучается сквозь призму логики функционирования креативных индустрий как продукт *креативной среды* в форме *креативщика* (нем. *der Kreative*, англ. *the creative*). Вне логики функционирования креативного сектора едва ли возможно говорить о специфике нового субъекта. Его стиль жизни в определённом социально-культурном пространстве и многообразии временных сообществ конституирует ситуативно обусловленные формы реализации на практике процессов субъективации, индивидуализации и сингуляризации.

Гегелевское понятие *субъективности* (Subjektivität) до сих пор не сходит с авансцены теории познания. Однако смысл его существенно трансформируется в эпоху позднего модерна. Сегодня оно выводит на первый план *духовно-личную* составляющую эволюции человека, *воплощённую* в телесной коммуникации с самим собой и окружающим миром. Речь идёт о *телесности* и *перформативности* человеческой практики, о её потенциально и актуально творческом характере. Теория социальных практик не отказывается от возможности использования понятия субъекта, хотя достаточно часто замещает его понятием *актора*. Последнее в большей степени подчёркивает функционально-сетевой принцип реализации деятельности современного субъекта. Актор не лишается субъективности, но способ её артикуляции и познания существенно меняется в обществе позднего модерна. Задача исследователя в этой ситуации заключается также и в том, чтобы выстроить связующий мостик между реальностью аристотелевского субъекта, гегелевской субъективности, романтической индивидуальности и действительностью сетевого актора в многообразии его сингулярных форм.

Хотя понятие субъекта и было подвержено достаточно резкой критике и серьёзной деконструкции в постструктуралистской и постмодернистской философии, но сегодня оно возрождается в прикладных социально-гуманитарных исследованиях. Оригинальность прочтения природы *субъекта* в прикладных концепциях креативного общества проявляется в сквозной теме *стиля жизни*, объединяющей множество разнородных моделей описания креативной личности. Для того чтобы эксплицировать специфику нового типа личности, конституирующего характер развития окружающей действительности, экономисты, социологи и урбанисты анализируют стиль жизни креативных субъектов и в то же время моделируют его в качестве идеального типа, поддающегося воспроизводству в многообразии индивидуальных прочтений повседневных практик современного человека.

Список источников

1. Joas, H. The creativity of action / H. Joas. – Chicago : University of Chicago Press, 1996. – 336 p.
2. Reckwitz, A. Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne / A. Reckwitz. – Berlin : Suhrkamp, 2018. – 480 S.

И.И. Рифицкая, доцент
irina.rifitskaya@mail.ru
БГЭУ (Минск)

И.И. Рифицкая. ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ МОЛОДЕЖИ

Последние десятилетия наблюдается активное развитие информационно-коммуникационных, компьютерных, электронных, цифровых и интернет-технологий. Современные технологии внедряются во все сферы человеческой жизнедеятельности, в результате кардинально трансформируя наше общество, производство и быт. Сегодня любой современный человек хоть раз в день, для общения, работы или просто поиска нужной информации посещает сети всемирной паутины. Безусловно, интернет имеет огромное значение в современном мире и приносит большую пользу человечеству: как неиссякаемый источник информации, доступный способ приобретения навыков и знаний, как незаменимый помощник в работе и бизнесе, как средство проведения и планирования досуга, как место для знакомств и способ поддержания связи. Интернет облегчает выбор и покупку необходимых товаров и услуг, а также позволяет сэкономить на их приобретении...

Современная молодежь — это «цифровое поколение», чье взросление происходит неразрывно от технологий: многие из них еще в дошкольном возрасте получили доступ к гаджетам и, что самое главное, к Интернету. Они проводят в Сети значительную часть своего времени, как правило, отдавая предпочтение виртуальному миру и общению.

В опросе приняли участие 115 студентов 1 курса УВО «Белорусский государственный университет».

На первый вопрос «Есть ли у вас под рукой свободный доступ в Интернет?» все респонденты (115 человек – 100%) ответили «да». Что говорит о том, что все студенты, принявшие участие в опросе, свободно могут выйти в Интернет, у всех имеется смартфон, который им в этом поможет в любой момент.

На вопрос «Сколько времени Вы проводите в сети Интернет?» 3 человека (2,6 %) проводят в сети 1-2 часа в день, 24 респондента (20,9 %) – 3-4 часа и свыше 4 часов – 88 первокурсников (76,5 %).

Для общения Интернет используют 89 студентов (77,4 %), 107 студентов (93 %) использует Интернет для поиска информации в учебных целях; 37 студентов (32,2%) использует для онлайн-игр. По результатам исследования