

УДК 316.772.5

DOI 10.23683/2227-8656.2017.6.14



**NET-МЫШЛЕНИЕ:
НОВЫЕ РЕАЛИИ
ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭРЫ**

**NET-THINKING:
NEW REALITY
OF INFORMATION AGE**

Курбатов Владимир Иванович

Доктор философских наук,
профессор кафедры гуманитарных
дисциплин филиала
Московского государственного
университета технологий и управления
им. К.Г. Разумовского,
г. Ростов-на-Дону,
e-mail: kurbashy@list.ru

Vladimir I. Kurbatov

Doctor of Philosophical
Sciences,
Professor,
K.G. Razumovsky Moscow
State University of Technology
and Management (branch),
Rostov-on-Don,
e-mail: kurbashy@list.ru

Коммуникативно-информационное взаимодействие в виртуальной реальности сформировало особый вид мышления – виртуальное сетевое мышление – и виртуальный психотип пользователя. Спецификой деятельности человека стали информационно-коммуникативное взаимодействие, поиск, оценка, получение, передача, переработка, сохранение и приумножение информации, проявляющееся в общественной деятельности, политике, бизнесе, науке, культуре, образовании и в различных социальных практиках. Эти новые формы получения, передачи, хранения, переработки и использования информации можно характеризовать как сетевое мышление, которому присущи совершенно новые качества. Это новое качество является спецификой человека нового типа, которого принято называть Homo informaticus.

The global communicative and information interaction in virtual reality forms new type of thinking, called communicative and information interaction search of information. The specificity of human activity involves the information and communication interaction, search, evaluation, receiving, transferring, processing, preserving and multiplying the information, manifested in public activities, politics, business, science, culture, education and various social practices. These new forms of receiving, transmitting, storing, processing and using information can be characterized as network thinking, which has completely new qualities. This new quality is the specific character of a new type of person, who is usually called Homo informaticus.

Ключевые слова: глобальное коммуникативно-информационное взаимодействие, информационная среда, информационная культура, информационная ценность, информационный трансформер, информационно-цифровой фантом, информационное отчуждение, цифровое неравенство, мышление, виртуальная реальность, виртуальное сетевое мышление, знаково-символическое мышление, мышление, опосредованное компьютерной коммуникацией, визуальное мышление, клиповое мышление, виртуальная личность, сетевое мышление.

Keywords: global communicative and information interaction, virtual reality, information culture, value of information, information transformer, information-digital fantom, information estrangement, information inequality, thinking, virtual reality, virtual network thinking, sign and symbolic thinking, thinking, computer mediated communication, visual thinking, video clip thinking, Net-thinking.

Введение

Человеческое мышление в обычном смысле его понимания – это мышление человека, поэтому оно персонифицировано, субъектно и индивидуально. И хотя мышление человека зиждется на глобально-общих и универсальных принципах и законах доказательности, корректности, непротиворечивости и семантической осмысленности, тем не менее оно окрашено особенностями личностной воспроизводимости, психотипа, характера и другими личностными характеристиками. Net-мышление и, если можно так сказать, сетевая логика имеют другую специфику.

Прежде всего, надо отдать себе отчет в том, кто является субъектом этого нового типа мышления, что это за личность? Это не личность в общепринятом смысле слова. Это актер или агент глобального информационно-коммуникационного взаимодействия, которое осуществляется в информационной сети посредством этой сети и способом подключения к данной сети. Более того, этот актер или агент, мышление которого является специфическим, что называется, по определению, и существует только в этой информационной сети. Вне этой информационной среды и помимо ее не может существовать такого агента или актора.

Означает ли это то, что такой субъект есть лишь информационный фантом и ему не присущи никакие признаки реалистичности? В некотором роде – да, поскольку фантомом и является сама реальность этого агента. Это виртуальная реальность. Поэтому и сам актер или агент также является виртуальным фантомом, и он реален в той же самой степени, насколько она реальна, среда его проявления и существования, информационная среда. Но это несколько иная реальность, нежели та, которая существовала до информационной эпохи.

Данную новую реальность в популярной и исследовательской литературе называют глобальной информационной средой, глобальной паутиной или сетью, виртуальной реальностью, информационным миром, а акторов и агентов этой новой реальности – не иначе как Homo informaticus [1]. Для экспликации специфики сетевого мышления рассмотрим то, какие ему присущи отличительные признаки.

Агентами и акторами этой новой реальности являются виртуальные личности, для которых характерно формирование нового типа коммуникации – виртуальной коммуникации, нового типа мышления – сетевого мышления, или Net-мышления, нового типа психики – психики интернет-пользователей и новых качеств интернет-психики. Все указанные качества виртуальной личности представляются нам взаимосвязанными и производными от новой формы социального взаимодействия – глобального виртуального информационного взаимодействия.

Результаты

Пользователи информационных ресурсов, виртуальные личности в Интернете анонимны, что, естественно, сказывается на характеристиках виртуального мышления. Но эта анонимность особого рода, ибо «аноним» буквально означает «без имени». Акторы глобального информационно-коммуникационного взаимодействия скрываются под так называемыми никами, что служит им информационными псевдонимами, которые деперсонифицированы. Поэтому информационная анонимность – это не безымянность, а выражение информационной надындивидуальности.

Надындивидуальность как информационное имя актора сетевого информационного взаимодействия выражается в так называемом феномене смыслового информационного резонанса. Последний есть пространственное место встречи виртуальных индивидуальностей в надындивидуальном контакте. Указанное место встречи есть виртуальное пересечение множества векторов, точка виртуального пространства, которое имеет бесчисленное множество информационных входов. Это множество информационных входов связано с множеством подключений к сети, к ее конкретному информационному ресурсу, с множеством информационных контактов, которые порождают множество новых смысловых резонансов [2].

Информационная анонимность и надындивидуальность сетевого взаимодействия и, соответственно, сетевого мышления есть выражение информационно-цифровой универсальности. По сути, анонимная и надындивидуальная информационно-цифровая универсальность есть выражение нового формата мышления, вернее, мышления нового типа,

за которым исследователями зарезервировано название «искусственный интеллект» [3]. Конечно, мы не беремся утверждать, что «кликанье» в чатах и форумах есть выражение такого нового качества, как искусственный интеллект, над разрешением проблемы которого бьются многие выдающиеся умы исследователей. Просто одним из характерологических свойств искусственного интеллекта является его универсальность, равно как и то, что одним из параметров информационной анонимности и надындивидуальности коммуникационного взаимодействия в глобальной информационной сети является цифровая универсальность.

Следующая черта сетевого мышления – его символизм, который связан с тем, что сетевое мышление имеет символический характер. Символизм является сутью интернет-коммуникации, в которой происходит обмен символами и образами, под которыми подразумеваются некие смыслы. Виртуальное мышление как символизм на уровне сленга является знаком того, что объекты и процессы этого взаимодействия принадлежат виртуальной реальности и не принадлежат объективной реальности. Этот знак (символ) имеет только лишь указательный смысл: он указывает на различие реальностей, но не эксплицирует их, поскольку сам по себе не наполнен конкретным содержанием, кроме отрицательного свойства типа «не принадлежит объективной реальности».

Знаковый (сленговый) символизм сетевого мышления есть прямое проявление надындивидуальности и, соответственно, универсальности нового типа мышления. И природа данного символизма заключается в тех информационных ресурсах и информационных средствах, с помощью которых осуществляется информационно-коммуникационное взаимодействие и в чем выражается сетевое мышление, т. е. что является его реальным бытием.

Если обычным образом трактуемого человеческого мышления материальным его бытием, а равно и основным средством выражения, является язык, то сетевое мышление в этом плане не отличается от него. Его материальным бытием и средством его выражения тоже является язык как набор символов и знаков, только этими символами и знаками являются цифры. Цифровой способ кодирования и декодирования информации характеризует и характер символизма языка сетевого мышления [4].

Глобальный информационный обмен и взаимодействие посредством глобальных информационных сетей требуют универсальных средств оперирования с различными контентными. Цифровой язык сетевого мышления есть наиболее подходящее средство для универсаль-

ной коммуникации: он абстрактен, символичен, надындивидуален, лишен национальных признаков и особенностей, имеет однозначную семантическую интерпретацию, является бесконечно емким по своим выразительным возможностям и к тому же технологически адекватен для применения в различных сферах и областях.

Цифровые средства проявления сетевого мышления человека типа Homo informaticus характеризуют его сетевые атрибуты: цифровой облик, цифровую репутацию, цифровую грамотность, цифровую компетентность, цифровую культуру и цифровой имидж, посредством которых формируется информация о нем в Интернете. В данных цифровых атрибутах проявляются статусные параметры актора и агента информационно-коммуникационного взаимодействия и обмена, такие как местоположение, IP-адрес, финансовое состояние, формы доступа к информационным ресурсам, особенности образования, характера, склонностей, личностная и профессиональная самореализация и т.д. По сути, данные цифровые атрибуты – это информационный портрет актора [5].

Человеческое мышление, основанное на языке и проявляющееся посредством языка, по крайней мере языка, основанного на алфавите, т. е. на знаках и символах, упорядоченные комбинации которых семантически интерпретируются, в отличие от языков, основанных на образах (иероглифических языков), соответствующую смысловую интерпретацию получает в текстах и контекстах своего использования. Такие интерпретации являются в логическом смысле аналитическими: из букв алфавита (символов и знаков) складываются слоги, из слогов – слова, из слов – предложения, из предложений – текст, а из текстов – текст текстов, т. е. контекст.

Осмысливая информацию, читатель движется от слова к слову, от предложения к предложению и так до окончания текста и до завершения контекста. Тогда в этом плане логика – согласованность, непротиворечивость, обоснованность и корректность связи одних семантически осмысленных лексических форм с другими формами, где окончательный вывод о логичности повествования и дискурса мы делаем, завершив движение по тексту и контексту.

Из этого можно сделать вывод о том, что обычно трактуемое человеческое мышление текстуально. Проще говоря, логика живет в тексте (дискурсе), степенях его осмысленности, смысловой связанности его частей, корректности выводов и заключений, которые задаются уже логикой самого языка, который логичен своими правилами грамматики, фонетики, пунктуации, синтаксиса и семантики.

Сетевая логика агента глобального информационно-коммуникационного взаимодействия типа *Homo informaticus* имеет другую природу. Это не логика текста, а логика гипертекста. Гипертекстуальность – эта особенность электронных текстов, которые являются формой информационного обмена в глобальном информационном пространстве. Суть гипертекста (в отличие от обычного текста) в том, что он, прежде всего, содержит систему ссылок на свои собственные и чужие тексты. Это означает, что носитель информации – гипертекст является не закрытым, а принципиально открытым текстом.

Гипертекстуальность характеризуется как предельная искусственность, моделируемость виртуального пространства, отсутствие телесности. Гипертекст по сути это новый способ мышления в языковом отражении, но языком этого отражения является всеобщий и универсальный цифровой язык. Гипертекст способен к многочисленной трансформации, передвижке, к интерпретации его содержания многими способами. Гиперссылки обеспечивают возможность структурировать информацию «ломтями», связанными и в то же время относительно независимыми друг от друга.

Гипертекстовое мышление виртуальной личности имеет еще одну характерную черту. Она определяется феноменом человеко-машинных текстов и (пост)текстов. Человеко-машинные тексты как фактор информационного обмена в информационном пространстве могут быть представлены как своеобразный «интеллектуальный робот». Он способен создавать человеко-машинные тексты, формировать так называемые квазиосмысленные тексты.

Итак, гипертекст есть способ представления информации, совокупность блоков информации, между которыми установлена система связей. Он дает возможность переходить от одного блока информации к другому, варьируя последовательность ее обработки, использования, хранения и передачи.

Обычный текст есть линейная последовательность знаков и символов, которые упорядочены правилами, о которых речь шла выше. Текст – это выражение динамики движения информации. Мы уже определились с тем, каков язык, соответственно, каков текст (форма выражения в языке динамики движения информации), такова и природа осмысления этого текста, выявления его связности, осмысленности, обоснованности и непротиворечивости, т.е. такова и логика, таково и мышление. И если текст имеет линейную природу, то и логика эта также линейная.

Линейными логичного мышления является и его аналитичность (последовательный переход от слова к слову, от предложения к предложению), его системная последовательная интерпретация и его дискретность (отдельные лексические формулы, отдельные смысловые блоки, отдельные логические посылки и отдельные логические выводы и заключения). Это было замечено еще В. Бушем, который, анализируя работу мозга и процессы мышления, предложил при хранении информации в вычислительной машине использовать ассоциативные связи между отдельными документами и их фрагментами [6]. Итак, гипертекст есть способ представления информации, совокупность блоков информации, между которыми установлена система связей. Он дает возможность переходить от одного блока информации к другому, варьируя последовательность ее обработки, использования, хранения и передачи.

Обычный текст есть линейная последовательность знаков и символов, которые упорядочены правилами, о которых речь шла выше. Текст – это выражение динамики движения информации. Мы уже определились с тем, каков язык, соответственно, каков текст (форма выражения в языке динамики движения информации), такова и природа осмысления этого текста, выявления его связности, осмысленности, обоснованности и непротиворечивости, т.е. такова и логика, таково и мышление. И если текст имеет линейную природу, то и логика эта также линейная.

Выводы

Современное представление о гипертексте говорит о том, что в смысловом поле гипертекста нет линейных последовательностей знаков и символов, а есть сеть, которая представляет множество связанных между собой узлов. Узел в этой сети формируется вокруг некоторого отдельного смысла (поискового слова), который связан со всеми другими узлами сетевыми связями. Гипертекст – это глобальная разветвленная сеть (бесконечное множество узлов), в которой инициируется движение информации в соответствии с замыслом пользователя (поисковым словом), которое реализуется в многовекторном (а не линейном) процессе коммуникации.

Проще говоря, если в обычном тексте пользователь движется от начала текста до его конца, последовательно снимая информацию с каждого дискретного смыслового блока, то в гипертексте движение одновременно осуществляется от данного узла во все стороны (что, естественно, зависит от компетентности пользователя, специфики и возможностей его технических средств и каналов коммуникации).

Отсюда можно сделать вывод, что и текст, и гипертекст – это некая материальная (лексическая, смысловая) матрица мышления, а значит, какова матрица, таково и мышление. В случае линейного текста мы имеем дело с линейным мышлением, в случае гипертекста – с нелинейным мышлением, которое можно было бы в рабочем порядке назвать многовекторным или объемным.

В любом случае гипертекст – это смысловое поле создания и получения многовекторной гипермедийной информации, которое одновременно является множественностью текстов (цифровой информации), моделью сетевого мышления, в которой актер выступает и как пользователь этой модели, и как одновременно ее творец (ибо порождает новые векторы поиска информации в виде движения от одного узла к другому), а также выступает формой авторской коммуникации (каналом продвижения личностных или социальных смыслов) [7].

Сетевое мышление тесно связано с такой характеристикой сознания виртуальной личности, как полифоничность. Полифоничность – новый феномен, отличающийся от монологичности текста (дискурса) и диалогичности живых обсуждений. Полифоничность как новый феномен сознания виртуальной личности связана со множественностью интерпретаций информационных контентов и с интерактивностью коммуникативного процесса в информационном пространстве.

Другим основанием полифоничности является распределенность сознания виртуальной личности в информационном пространстве. Виртуальная личность благодаря анонимности имеет возможность одновременного занятия разных виртуально пространственных и личностных позиций, т. е. может одновременно участвовать в разных ветвях форума (разных форумах), порой отстаивая разные, в том числе и противоположные, тезисы. Крайним выражением этого эффекта распределенности сознания виртуальной личности является расщепление виртуальной личности, расщепление ее сознания и мышления.

Нужно отметить, что сетевому мышлению присущи еще многие атрибутивные характеристики, такие как клиповый характер, мозаичность, отрывочность, бессистемность, молекулярность, визуальность и т. д. Они вместе с теми чертами сетевого мышления, которые были рассмотрены выше, составляют *differencia specifica* Net-мышления.

Литература

2. *Castells M.* The Information Age. Economy, Society and Culture. Vol. I. The Rise of the Network Society. Oxford: Black-

References

1. *Castells M.* The Information Age. Economy, Society and Culture. Vol. I. The Rise of the Network Society. Oxford: Black-

well Publishers, 1996. 556 p.; *Chen W., Wellman B.* The Global Digital Divide Within and Between Countries [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ITandSociety.org> (дата обращения: 24.04.2015); *Rheingold H.* The Virtual Community. Perennial, 2000. 346 p.; *Wellman B., Hogan B., Berg K., Boase J., Carrasco J. A., Cote R.* The networked neighborhood. London: Springer, 2006. P. 161–216.

3. *Baym N.* Interpersonal Life Online // Handbook of New Media / L. Lievrouw and S. Livingstone (ed.). London: SAGE, 2002. P. 114–145.

4. *Попов А.С.* Искусственный интеллект и универсальное мышление. М.: Политехника, 2012. 711 с.

5. *Small G.* I-Brain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind / G. Small, G. Vorgan. New York: HarperCollins, 2009. 256 p.

6. *Makimoto T., Manners D.* Digital nomad. Wiley, 1997. 354 p.

7. *Bush V.* As we may think [Электронный ресурс] // Atlantic Monthly. 1945. Vol. 176, No. 1. P. 101–108. URL: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/> (дата обращения: 08.04.2012).

8. *Conklin J.* Hypertext: an Introduction and Survey // Computer. 1987. Vol. 20, № 10; *Nielsen J.* Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond. AP Professional. Boston, 1995.; *Minz S.* Definitions sur l'«hypertexte» [Электронный ресурс]. URL: <http://ir.selihtml.org/introduction/hypertexte/definitions.htm> (дата обращения: 25.04.2012).

well Publishers, 1996. 556 p.; *Chen W., Wellman B.* The Global Digital Divide Within and Between Countries [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.ITandSociety.org> (date of the application: 24.04.2015); *Rheingold H.* The Virtual Community. Perennial, 2000. 346 p.; *Wellman B., Hogan B., Berg K., Boase J., Carrasco J. A., Cote R.* The networked neighborhood. London: Springer, 2006. P. 161–216.

2. *Baym N.* Interpersonal Life Online // Handbook of New Media / L. Lievrouw and S. Livingstone (ed.). London: SAGE, 2002. P. 114–145.

3. *Popov A.S.* Iskusstvennyy intellekt i universal'noe myshlenie. M.: Politekhnik, 2012. 711 p.

4. *Small G.* I-Brain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind / G. Small, G. Vorgan. New York: HarperCollins, 2009. 256 p.

5. *Makimoto T., Manners D.* Digital nomad. Wiley, 1997. 354 p.

6. *Bush V.* As we may think [Elektronnyy resurs] // Atlantic Monthly. 1945. Vol. 176, No. 1. P. 101–108. URL: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/> (date of the application: 08.04.2012).

7. *Conklin J.* Hypertext: an Introduction and Survey. Computer. 1987. Vol. 20, № 10.; *Nielsen J.* Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond. AP Professional. Boston, 1995.; *Minz S.* Definitions sur l'«hypertexte» [Elektronnyy resurs]. URL: <http://ir.selihtml.org/introduction/hypertexte/definitions.htm> (date of the application: 25.04.2012).

Поступила в редакцию

16 октября 2017 г.