



УДК 008.001.14

*А.В. Костина*

## **ГЛОБАЛЬНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: ПРОТИВОРЕЧИЯ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ**

**Аннотация.** Рассматриваются проблемы информационного общества, обладающего совокупностью противоречий, которые связаны с самим производственным ресурсом – знанием и информацией. Отмечается, что доступность информации означает лишь открытость ее в свободном доступе, но не предполагает доступности ее содержания. Напротив, доступ к смыслу информации достаточно избирателен. Анализируются противоречия и в социальной сфере, где активизируется процесс экономической поляризации и идет процесс расслоения общества, и по ценностному принципу, разделяющему материалистические и постматериалистические ценности. Подчеркивается, что процессы персонализации сочетаются с процессами продолжающейся массовизации.

**Ключевые слова:** информационное общество, демассификация, персонализация, постэкономические ценности, цифровое неравенство, глобализация

Информационное общество выступает как тип общественной системы, которая является не только более перспективной и оптимально организованной с точки зрения технологического развития, но и в большей степени гуманно ориентированной. Вместе с тем, культура информационного общества отличается целым рядом глубинных противоречий, которые связаны с самой его природой.

1. *Основой информационного общества являются знание и информация – так это было определено уже в концепции Д. Белла, что определило и основные векторы содержательной трансформации индустриализма – ведущее значение интеллектуальных технологий и качественно*

*новый способ организации технологической сферы, реорганизация культурной сферы и ее переориентация на интеллектуальные приоритеты, формирование индустрии знания.*

Однако стало очевидно: несмотря на то, что в информационном обществе все аспекты развития личности – образование, профессиональный рост, экономическая деятельность, реализация политической активности, сфера досуга – могут осуществляться в информационной сфере, информация остается зачастую закрытой для большинства, не имеющего привилегированного положения и права на интеллектуальную собственность. В то же время класс собственников информации (авторы программ и корпорации, выкупающие у них интеллектуальные права) препятствует внедрению и распространению прогрессивных информационных технологий и распространяя собственные разработки в качестве стандарта. Монополизация информационной сферы, по мнению Р. Столлмэна, приводит к снижению качества информационной продукции или информационных услуг. В тот момент, когда создание и распространение информации, характерное для периода доминирования книжной культуры, было связано в единое целое, концепция авторских прав и запрета на копирование была действенной, так как она «ограничивала только крупных производителей книг, не отбирая свободу у читателей копировать книги вручную»<sup>1</sup>. В информационную же эру многие законы (в том числе, широко известный американский «Акт об авторских правах в цифровом тысячелетии» – Digital Millennium Copyright Act, DMCA) способствуют не развитию информационного общества, а служат интересам крупных корпораций, источником прибыли которых является доход от продажи информации.

В то же время, информация, связанная с частной жизнью человека, по мнению исследователей, может распространяться только с согласия его самого. Так, канадский ученый Д. Брин считает, что наличие современных технологий позволяет осуществлять доступ к приватной информации и запретить доступ к ней не только невозможно, но и не верно по существу. Автор предлагает решение проблемы, связанное с взаимной прозрачностью: каждый желающий получить информацию, должен предоставить аналогичную информацию о себе<sup>2</sup>. Причем, по убеждению Т. Лири, информация должна быть размещена в свободном доступе – причем, даже такая, как файлы ФБР, досье ЦРУ, диалоги, ведущиеся в Белом Доме, «пусть все, что правительство делает, будет прозрачно, видимо всем и каждому»<sup>3</sup>.

*2. Одной из особенностей культуры информационного общества является изменение структуры производства (от товаров – к услугам), что влияет на социальную структуру и особенности личности.*

Что касается и такой существенной особенности постиндустриальных обществ, как приоритет сферы услуг и сокращение производственной сферы, в том числе, предприятий, где уровень массовизации, т. е. концентрации рабочей силы, достаточно велик, то вслед за М. Кастельсом можно сослаться на исследования Коэна и Зисмана. Они утверждают, что многие услуги «зависят от прямых связей с промышленным производством и что промышленная деятельность (отличная от промышленной занятости) является критически важной для производительности и

конкурентоспособности экономики»<sup>4</sup>. Это позволяет различать в качестве равноправных две модели экономического развития: «модель экономики услуг», представляемую Соединенными Штатами, Соединенным Королевством и Канадой и «модель индустриального производства», наглядно демонстрируемую Японией и в значительной мере Германией. Но даже в США, делающих ставку на экономические прибыли в сфере услуг, от добавленной стоимости промышленных фирм поступает 24% ВВП, а другие 25% ВВП – от услуг, непосредственно связанных с промышленностью. Таким образом, постиндустриальную экономику можно рассматривать как существенно более развитую индустриальную экономику, а демассификация производства, констатируемая теоретиками постиндустриализма, есть лишь тенденция, не перерастающая, возможно, пока временно, в закономерность.

Кроме того, здесь необходимо более точно определиться со значением самого термина «услуга», так как попытки раскрыть его содержание посредством выделения некоторых внутренне присущих им характеристик, таких, как «неосвязаемость» в противоположность «материальности» товаров, лишаются своего значения в рамках информационной эволюции. Четкая граница между товарами и услугами становится невозможной в таких сферах, как компьютерное программное обеспечение, видеопроизводство, проектирование микроэлектроники, сельское хозяйство, основанное на биотехнологии и т.д., а также многих других критически важных процессах, характерных для развитых экономик, где неизбежно объединяется информационное содержание с материальной поддержкой продукта<sup>5</sup>. Общество услуг не перестает являться при этом обществом развитых технологий и индустриального производства.

*3. Культура информационного общества характеризуется тем, что здесь становятся широкой практикой такие формы коммуникации людей (их символом стал «электронный коттедж» Э. Тоффлера), которые не связаны личными контактами сферы потребления товаров и услуг – это касается и производственной сферы, и сферы досуга.*

Однако можно отметить, что многие тенденции развития общества, основанного на знании и информации, еще не стали широкой практикой. И это не позволяет говорить о них как о преобладающих, очевидных и доминирующих. Так, по наблюдениям Кастельса, рост работы через телекоммуникации (teleworking) является «самым обычным допущением, касающимся воздействия информационной технологии на большие города, и последней надеждой плановиков городского транспорта, почти готовых смириться с неизбежностью мегапробок». Автор не без юмора отмечает, что «имеется больше людей, исследующих работу через телекоммуникации, чем фактически работающих»<sup>6</sup>.

Ссылаясь на исследование данной проблемы Квортрупом, автор приводит данные, которые позволяют среди работников через телекоммуникации выделить три категории: а) людей, которые заменяют работу, ранее выполнявшуюся в традиционной производственной обстановке, работой дома (telecommuters); б) «самозанятых лиц, работающих on-line из дома»; в) «лиц, берущих на дом из своего офиса дополнительную работу». Из них первая категория охватывает между 1 и 2% общей

рабочей силы, причем, как показало национальное обследование 1991 г., проведенное в США, менее половины из них пользовались компьютерами, а остальные работали с телефоном, пером и бумагой. Большие планы здесь связываются с двумя другими категориями, которые становятся все более перспективными и открывают возможности дезагрегации труда и формирования виртуальных деловых сетей, что подразумевает диверсификацию рабочих мест, особенно для самого динамичного профессионального сегмента населения<sup>7</sup>.

Не изменяют принципиальным образом социокультурной реальности и многие виды деятельности, выполняемые on-line, в том числе, телемагазины, которые, скорее, заменяют традиционные каталоги заказов по почте, банковские операции с помощью телекоммуникаций, которым в большинстве случаев предпочитается продажа финансового продукта путем персонализированных отношений, медицинские услуги в реальном времени. Несмотря на весьма широкие возможности сетевых коммуникаций, используются они достаточно ограниченно, в противовес сфере электронных развлечений, продолжающих выступать в качестве одной из наиболее прибыльных отраслей экономики.

*4. Общепринятым является тезис о том, что основными характеристиками культуры информационного общества выступают такие его черты как демассификация, персонализация, индивидуализация.*

Между тем, практика показывает, что тенденции демассификации и в постиндустриальном, и в информационном обществе, несмотря на их ощутимость, все-таки остаются поверхностными, а тенденции к унификации усиливаются. Более явно эти тенденции проявляют себя в развитых общественных системах, которые можно с достаточным основанием характеризовать как постиндустриальные и информационные, и достаточно слабо – в системах с индустриальной экономикой, в рамках которых утилитарные стимулы все еще остаются доминирующими, а формирующаяся постматериалистическая общественная система ценностей пока сосуществует с проявляющей себя даже более явно традиционной материалистической. Естественно, по мере удовлетворения экономических потребностей, они перестают играть в системе ценностей главенствующую роль, а на первый план выходят такие проблемы, как «необходимость сочетать безопасность и свободу, справедливость и ответственность»<sup>8</sup>.

Вместе с тем, говоря о формировании персонализированного субъекта и демассифицированной культуры, необходимо осознавать отсутствие непосредственной корреляции между уровнем материального благосостояния и формированием новой мотивационной системы. Удовлетворение насущных потребностей создает лишь потенциальную возможность приобщения к ним человека, но вовсе не означает немедленного и автоматического использования этих открывающихся возможностей и тем более – активного формирования новой иерархии ценностных ориентиров в масштабах всей общественной системы<sup>9</sup>. Кроме того, ценностная система является достаточно инертным образованием, слабо подверженным каким-либо модификациям; усвоенные ценности редко поддаются трансформации, и для утверждения новых ценностных приоритетов

необходима целая совокупность условий – как экономических, так и социокультурных, в том числе, возможность пользоваться всеми материальными благами с рождения, что и позволяет говорить о распространении постматериалистических предпочтений в соответствии с замещением старых поколений новыми<sup>10</sup>.

Кроме того, необходимо отметить, что те процессы, которые многие из теоретиков постиндустриализма и постмодернизма обозначают как персонализацию личности, в реальности выступают в качестве процессов индивидуализации не процессов творчества, а процессов потребления. И в этом случае огромный выбор товаров, услуг и способов осуществления активности задается властными структурами, а потребление органично вписывается как в схему раскрепощения и персонализации личности, так и в процедуры тотального управления этим человеком и его потребностями. При этом протестное поведение и тяга к самовыражению, по мнению А. Турена<sup>11</sup>, подменяет ее творческое развитие.

Подобная активность в процессе потребления задается извне, а подлинная свобода самовыражения подменяется как свободой выбора, комбинаций, так и – опять же заданной изначально – свободой критики, отторжения, игнорирования установленных извне ценностей, образцов деятельности, формул развлечения и досуга. Одним из механизмов подобной персонализации становится «обольщение», трактуемое как особая стратегия, пронизывающая все уровни общества, где и политика, и экономика, и сфера услуг, и образование ориентируются на «свободу выбора» и «индивидуальные предпочтения». Эта деятельность, задаваемая властными институтами, отнюдь не является творчеством, но выступает как одна из современных стратегий формирования сознания, где, однако, жесткие ее формы сменяются мягкими, управление – соблазном, а на смену «дисциплинарному и воинствующему индивидуализму» приходит «индивидуализм на выбор – гедонистический и психологический, считающий главной целью личные достижения человека»<sup>12</sup>.

*5. Одним из тезисов информационной теории является утверждение о том, что в обществе, основанном на знаниях и информации, объективно происходит количественный рост управленческих, профессиональных и технических страт, представляющих собой ядро новой структуры.*

Между тем, анализ социальной структуры общества знания свидетельствует о том, что эта тенденция не является единственной. Процесс активного развития сферы, связанной со сложными технологиями, сопровождается ростом неквалифицированных занятий в сфере услуг на нижних ступенях социальной лестницы. Причем, по абсолютной численности эти рабочие места составляют существенную долю и постиндустриального и информационного социального организма, образуя вместе с расширяющейся интеллектуальной и управленческой элитой поляризирующуюся социальную структуру взаимодействия между составляющими которой достаточно напряженны и противоречивы.

Соотношение между этими странами по уровню дохода начиная с 80–90-х гг. XX в. радикально изменилось и начало устойчиво определяться уровнем образования. Если в 1960-е гг., когда доминировали индустриальные тенденции, реальный доход, к примеру, американцев практически не был связан с образовательным уровнем, то в 1980-е гг. – различие в заработках между людьми с незаконченным средним образованием и выпускниками колледжей исчислялось 49%, а в 1990-е гг. – приблизилось к 90%. Именно образовательный уровень в большой степени начинает определять и социальный статус. Статистика показывает, что состав экономической элиты (филиппинский исследователь Р. Версола называет этот класс «сословием киберлордов»<sup>13</sup>) развитых стран за последнее столетие существенно трансформировался. Если в начале XX в. руководители крупных компаний принадлежали, по преимуществу, к состоятельным фамильным кланам, и их уровень образования на 70% ограничивался пределами средней школы, то уже к 1970-м гг. – присутствие представителей финансовой аристократии в структурах экономического управления сократилось до 5,5%, общий же уровень профессиональной подготовки вырос до 95% имеющих высшее образование и 65% имеющих ученые степени<sup>14</sup>.

Таким образом, сегодня можно констатировать вполне осязаемое имущественное расслоение по признаку образования, где причиной существующих в настоящее время классовых различий становится именно образовательный уровень<sup>15</sup>. Несмотря на то, что стоимость образовательных услуг в частных университетах в высокоразвитых странах с 1970-х по 1990-е гг. выросла почти в пять раз, инвестиции в образование остаются самой прибыльной сферой размещения капитала, «способной окупить себя в 10-кратном размере, принося в среднем 30 процентов годового дохода в течение 30 лет»<sup>16</sup>. Увеличение производственной сферы, требующей квалифицированной рабочей силы, приводит сегодня к интенсификации конкуренции и в секторе массового индустриального производства, и в сфере примитивных услуг, где постоянно сокращается число рабочих мест.

*6. Исследователи убеждены в том, что социальное неравенство в сетевом обществе станет не таким заметным фактором развития, а сетевое пространство будет способствовать утверждению принципов социальной справедливости.*

Однако сегодня очевидно, что неравенство социальное сопровождается виртуальным неравенством. Вопреки прогнозам исследователей информационного общества, в виртуальных сообществах намечается формирование двух очень разных популяций: «малого меньшинства жителей электронной деревни», «первопоселенцев электронного пограничья», и «бродячей толпы», для которой случайные вылазки в различные сети равносильны исследованию «нескольких, хотя и эфемерных, существований»<sup>17</sup>. И если для первых специфичен язык компьютерной коммуникации как нового средства, предполагающего неформальность, спонтанность и анонимность и стимулирующего новую форму «оральности», выраженную электронным текстом, то для вторых, к примеру, e-mail представляет собой реванш письменности, возвращение к типографскому мышлению и восстановление конструируемого рационального дискурса.

Кроме того, здесь необходимо учитывать, что компьютерная коммуникация специфична, по преимуществу, для образованной и экономически обеспеченной части населения наиболее развитых стран, чаще всего, в больших, наиболее высокоразвитых метрополисах, в глобальном масштабе выступающей в качестве элиты. «Обследования владельцев персональных компьютеров показывают, что они материально обеспечены выше среднего, заняты полную неделю и одиноки, реже – на пенсии или ушли в отставку. Большинство из них (как и среди пользователей BBS) – мужчины. Что касается пользователей Интернета, обследование, проведенное на национальной выборке в США, показало, что 67% пользователей – мужчины и свыше половины из них принадлежат к возрастной категории 18–34 года. Их семейный доход – 50–75 тыс. долл., среди занятых наиболее часто отмечаются сфера образования, торговля и инженерные профессии»<sup>18</sup>. Эта часть общества, которая проявляет способность выбирать свои мультинаправленные цепи коммуникации и проявляет глубокий интерес к использованию мультимедиа для доступа к информации, политической деятельности и образованию. Подобные элиты составляют свое собственное сообщество, формируя символически замкнутые общины, и определяют свое сообщество как пространственно ограниченную межличностную сетевую субкультуру. Именно пространство информационных потоков, состоящее из персональных микросетей, образованных элитой, является тем источником, откуда посредством глобального множества взаимодействий в пространстве потоков ее интересы передаются в функциональные макросети.

Элита информационного общества отнюдь не виртуальна – ее пространства, где сконцентрированы доминирующие функции и откуда возможны мобильные перемещения к иным культурным комплексам искусства и развлечений, тщательно изолированы. Они венчают вершину более низких «социопро пространственных иерархий», каждая из которых подобным же образом стремится к изоляции от общества путем «последовательной иерархической сегрегации». Пространством пребывания элиты, имеющей открытый доступ к информации, становится глобальное цифровое пространство, и именно этот факт определяет культурную универсальность этой субкультуры, нацеленной на «унификацию символического окружения», гомогенизацию стиля жизни, нивелирование культурных границ. Узкий круг корпоративной элиты добивается гомогенности пространства своей культуры: это универсальные, изолированные пространства «международных отелей, убранство которых, от дизайна комнат до цвета полотенец, должно создавать ощущение принадлежности к внутреннему кругу и абстрагирования от окружающего мира, а потому повсюду делается одинаковым», «комнат отдыха для VIP-персон в аэропортах, предназначенных для поддержания дистанции между собой и обществом на магистралях пространства потоков»; это универсальная система обслуживания поездок с услугами секретарей, взаимными приглашениями и приемами гостей, где соблюдаются одинаковые ритуалы. Универсальными становятся формы жизни: «регулярное пользование тренажерными залами, джоггинг; обязательная диета – лососина-гриль и зеленый салат, заменяемые в Японии национальными аналогами – удоном и сашими; стены цвета “светлой замши”, создающие в

интерьере атмосферу уюта; вездесущие компьютеры с жидкокристаллическими мониторами; сочетание деловых костюмов и спортивной одежды; стиль “унисекс” в одежде и т.п.»<sup>19</sup>. Символы этой специфической глобальной, интернациональной культуры, игнорирующей культурное разнообразие, создают определенную идентичность, связанную с принадлежностью к структурам управления информационной экономикой.

Вторая «популяция», состоящая из «включенных во взаимодействие», будет снабжаться первой «заранее упакованными вариантами выбора», среди которых наряду с межличностным общением по электронной почте и политикой (в том числе, электронным голосованием) традиционно будут присутствовать развлечения во все более изощренных формах – «от садистских видеоигр до бесконечных спортивных матчей», от виртуальной реальности до компьютеризованной сексуальной стимуляции<sup>20</sup>. Характерно, что эти социальные слои, остающиеся основными носителями национальных культур, через мир массовых коммуникаций и массовую культуру аналогичным образом унифицируются. Однако в отличие от мировой информационной элиты, осознанно стремящейся к самоизоляции и гомогенности, вторая часть общества вынуждена принимать эти унифицирующие стратегии через потребление универсальной продукции, в том числе, культурной, а также посредством приобщения к новым коммуникационным технологиям.

*7. Объективно доминирование информации является сущностной чертой информационного общества. Информация становится источником стоимости, так как продукция, сконцентрировавшая воплощение могучего интеллекта, знаний и умений, имеет более высокий имидж, чем основанная на расточительном использовании энергетических ресурсов, а группа людей, ее производящих – интеллектуальной элитой общества. «Интеллектуальный капитал», который становится теоретической категорией<sup>21</sup>, новым источником богатства организаций, а корпорации, сделавшие своим приоритетом полное использование творческого потенциала своих работников, как показывает статистика инвестиций в материальные и нематериальные активы, приводимая Т. Стюартом<sup>22</sup>, становятся наиболее успешными.*

Между тем, в будущем, как прогнозирует японский исследователь Т. Сакайя<sup>23</sup>, может сложиться ситуация, при которой продукция «будет насыщена знанием в гораздо большей степени, чем этого требуют ее функции, только лишь ради формирования впечатления о более высоком уровне воплощенного в ней интеллектуального потенциала». Это приведет к тому, что выпускаемые товары будут обладать функциями избыточными, по отношению к их основному назначению, такими, в которых покупатель почти не нуждается и которые он навряд ли когда-нибудь применит. Кроме того, необходимо помнить, что реализация такой продукции требует качественной рекламы. Но реклама расширяет объем созданной знанием стоимости, которую содержит определенное благо или услуга. Поэтому подобная стоимость начинает обладать способностью к независимому существованию. Процессы превращения информации и знаний в основное условие хозяйственного успеха, а индивидуальных способностей человека – в новый вид капитала П. Пильцер<sup>24</sup> обозначает понятием «экономическая алхимия». В теоретическом плане, как



отмечает Т. Сакайя, предоставляет бесконечные возможности для экономического роста, в практическом же приводит к виртуализации стоимости, отрывающейся от материальных ее эквивалентов и приобретающей символический характер.

Характерно, что создание интеллектуальных продуктов приведет к разрастанию той сферы, которая их производит, что вызовет рост числа занятых в этой сфере. Т. Сакайя прогнозирует, что производство подобной продукции будет разработано настолько, чтобы позволить занимать в этой сфере не только лиц высокопрофессиональных, но и тех, кто обладает невысоким уровнем образования – например, позволить создавать программное обеспечение и заниматься дизайном людям, имеющим весьма ограниченные навыки компьютерного пользователя. Иными словами, большая часть создаваемой знанием стоимости будет производиться на массовой основе и состоять из продукции, создаваемой людьми, не обладающими неординарным интеллектом.

*8. Информационное общество исследователи часто называют «хорошим» или «справедливым» (Дж.К. Гэлбрейт), не имея при этом в виду стремления к равенству в распределении доходов. Авторы отмечают, что желание не просто иметь деньги, а превзойти других в процессе их зарабатывания, представляет собой критерий наивысших социальных достижений и важнейший источник общественного престижа. Это, конечно, не уменьшает потребности в осознании необходимости контролировать распределение доходов.*

Однако современная рыночная экономика, как отмечает Дж.К. Гэлбрейт<sup>25</sup>, распределяет материальные блага и доходы в высшей степени неравномерно, что не только вызывает негативные социальные последствия, но и мешает ее собственному нормальному функционированию. Автор, ссылаясь на данные Федеральной резервной системы, показывает, что в США 40% национального достояния страны в 1989 г. принадлежало богатейшим семьям, которые составляли 1% населения; совокупная доля 20% самых богатых американцев составляла 80%. На 20% наименее обеспеченных граждан США приходилось лишь 5,7% совокупного дохода после уплаты налогов; доля процентов наиболее обеспеченных составляла 55%. К 1992 г. в распоряжении верхних 5% населения находилось приблизительно 18% совокупного дохода, и в последние годы эта доля значительно возросла на фоне сокращения доли наименее обеспеченных американцев. Автор убежден в том, что с таким положением справедливое общество мириться не должно. В интеллектуальном плане не может оно согласиться и с доводами в защиту подобного неравенства. Хотя, как отмечает исследователь, «никто особо не скрывает тот факт, что соответствующая экономическая и социальная доктрина подчинена корыстным целям и служит интересам денежных мешков»<sup>26</sup>.

*9. Доминирующая стратегия в обогащении культуры, связанная с потенциалом новых коммуникационных технологий, может позитивно влиять на развитие человеческих ресурсов и выступать в качестве системы духовного и интеллектуального развития.*

Между тем, очевидно, что ведущий вектор развития в Сети направлен не на области здравоохранения и образования, а на разработку гигантской системы электронных развлечений («видео по заказу», тематических парков (theme parks), виртуальной реальности), привлекающей

наибольшие инвестиции. Так, в Соединенных Штатах отрасль индустрии развлечений была в середине 1990-х гг. наиболее стремительно растущей: покупатели тратили свыше 350 млрд долл. в год, а занятость в этой сфере достигла 5 млн человек, возрастая на 12% ежегодно. В Японии в 1992 г. на развлечения приходилось 85,7% объема продаж, тогда как на образование – только 5%<sup>27</sup>. При этом даже весьма специфические особенности национальных культур – такие, как стремление к совместному проведению досуга и, в частности, хоровое пение в барах, «абсорбируются» миром электронных коммуникаций, что, в частности, иллюстрирует повсеместное распространение по всей Азии караоке, где исполнитель поглощается машиной, почти физически внедряясь в мультимедиа-систему, и становится частью музыкального гипертекста. Характерно, что продвижение караоке в индустрии развлечений сопровождалось обустройством специализированных залов (от менее 2000 в 1989 г. до более 107 000 в 1992 г.) и почти тотальным участием, к примеру, японцев (в 1992 г. – около 52%, в том числе 79% всех девушек подросткового возраста) в этой технизированной забаве.

10. *В информационном обществе наиболее эффективным является сетевой способ коммуникации. Доминирование именно тех информационных систем, которые в большей степени отвечают эффективности экономического и социального управления, определяется объективной логикой развития капитала, основу которой составляет стремление к экономической эффективности. Преобразование в цифровой формат любой информации – в том числе, той, которая прежде не поддавалась кодификации – осязательной, обонятельной, вкусовой – выступает как, безусловно, наиболее оптимальный и универсальный способ ее трансляции. Причем, сами способы, как кодирования, так и декодирования информации, передаваемой по техническим каналам связи, становятся все более пластичными и разнообразными, по образному выражению Маклюэна, стремящимися «обойти язык»<sup>28</sup>, что позволяет сопоставить их с древнейшими способами формализации, подобными наскальным рисункам, пластическим танцам, графическим символам. И этот «медиалингвистический фон» современного общения придает коммуникативному дискурсу характер полифоничности.*

Однако сегодня становится очевидным, что в границах разных культурных миров информационная эффективность, коммуникационная насыщенность, рациональность, индивидуализм, право личности на внимание к ее своеобразию обладают не тождественной ценностной значимостью, но определяются целой совокупностью исторически складывающихся факторов. Многие культурные сообщества в современном мире ориентируются на традиционные способы коммуникации отнюдь не в виду «невключенности» в процессы информатизации, но по причине несоответствия последних логике их культурного развития.

Переход к цифровому способу кодификации информации и восприятие принципов функционирования сетевой культуры в качестве доминирующих, конечно, не означает элиминирования книжной культуры и культуры устного слова, которые, подвергаясь трансформации, тем не менее, сохраняют свои основополагающие качества. Более того – и это

представляется чрезвычайно важным – ценностно окрашенная информация об истории (чаще – мифологии) данного народа, о его героях, о значительных событиях, воспринимаемых как Первособытия, когда человек мог жить не индивидуальным, а родовым чувством, когда, как отмечал М. Элиаде, «каждый герой повторял архетипическое действие, каждая война возобновляла борьбу между добром и злом, каждая новая социальная несправедливость отождествлялась со страданиями спасителя»<sup>29</sup> – эта информация предстает, преимущественно, в типичной, архаической форме устного повествования.

Точно так же, линейное письмо, воплотившее в себе принципы рационализма и историзма, по-прежнему является основой национальной культуры. Именно национальный литературный язык и национальная литература становятся основой своеобразного синтеза этнокультурного наследия и общих для цивилизации идей и ценностей. Посредством письменности, «в качестве нации каждый народ, не утрачивая своей изначальной этнической идентичности, подключается к ценностям более высокого порядка, объединяющим его с другими народами в границах общей для них цивилизации»<sup>30</sup>.

Сетевая же культура, где само сообщение выступает как «раскодировка среды, поскольку медиасистема настолько гибка, что адаптирована для послания любого сообщения любой аудитории»<sup>31</sup>, полностью соответствует культуре того типа, который складывается в условиях глобализации. Главным отличием этого способа кодификации информации является его способность приводить различные сообщения к единому формату, нивелируя их различия и усиливая их общность. Электронный способ передачи информации, функционирующей в Сети с ее особым пространством-временем, ставит под вопрос и такой основополагающий принцип культурной преемственности, как традиция. Таким образом, сама кодификационная система выступает в качестве носителя смысла, а средство сообщения – самим сообщением. Это концептуальное положение М. Маклюэна, высказанное им в то время, когда сетевые технологии были проектом, подтверждается современной практикой функционирования Сети, где послание принимает на себя функции структуризации среды.

Именно поэтому наиболее естественным состоянием современной культуры представляется органичное сочетание различных способов кодификации реальности, соответствующих специфике определенных культурных миров. И стремление оптимизировать эти культурные миры через перенос содержащейся в них информации из одной знаковой системы в другую, возможно, и более совершенную, может разрушить своеобразие каждой из них. Вспомним, что даже письменность, эффективная с точки зрения количественной фиксации информации, Сократом (как можно судить по диалогу Платона «Федр»<sup>32</sup>) отвергалась как обеспечивающая «мнимую, а не истинную мудрость», а общество, основанное на письменности – как беспмятное и аномальное, в противовес бесписьменному с его твердой коллективной памятью.

11. *Информационное общество преодолевает как индустриальный этап общественного развития, который был основан на инновациях и научно-технической революции, так и*

*предыдущий доиндустриальный, основанный на традиции. Сегодня, по мнению Р. Инглегарта, традиции – религиозные, социальные и сексуальные – приходят в упадок. Такая ситуация обусловлена тремя факторами – ощущением безопасности, уменьшающим потребность в любых абсолютах, снижением социетарных функций базовых заповедей, когнитивным несоответствием образов традиционных религий современному миру, которому соответствует образ не пастыря или агнца, а образ компьютера<sup>33</sup>.*

Однако историчность как использование знания о прошлом как «средство разрыва с ним» или, в крайнем случае, поддержку лишь того, что «может быть оправдано на принципиальной основе»<sup>34</sup> сменяется новыми взаимоотношениями пространства и времени, уже не упорядоченными историчностью. Современное развитие, связанное, в значительной степени, с «последствиями модернити», может означать даже возрождение религии в той или иной форме. Но определенно можно прогнозировать фиксацию и воспроизведение некоторых аспектов жизни, что напоминало бы свойства традиции. Такая фиксация обеспечила бы основание для чувства онтологической безопасности, подкрепленного знанием о социальном универсуме, подвластном человеческому контролю<sup>35</sup>. Если в границах индустриального общества было очевидно, что мир движется от традиции к эпохе модернити, то сегодня, как утверждает А. Этциони, такой взгляд многим представляется «оптимистическим до наивности»<sup>36</sup>. Множится число людей, мечтающих о возвращении к традициям. Такие устремления, по убеждению исследователя, направлены на поиск сочетания элементов традиции (порядок, основывающийся на устоявшихся ценностях) с элементами современности (хорошо защищенная автономия). Соответственно, это влечет за собой «поиск сбалансированности между универсальным характером прав и общим благом», т. е. сбалансированности между личностью и обществом.

С одной стороны, коммуникация и информация, выступающая в качестве новой глобальной тенденции управления, действительно приводит к преодолению национально-государственных границ и размыванию культурной специфики отдельных «локалий». М. Кастельс высказывает серьезную гипотезу о том, что «доминирующие функции организуются в сетевые структуры в пространстве потоков, которое объединяет их по всему миру, одновременно разобщая второстепенные функции и самих людей в ином пространстве, состоящем из локалий, которые все больше и больше разделены и оторваны друг от друга»<sup>37</sup>. Эти усиливающиеся разрывы между культурами, приводящие вместо ожидаемого диалога к конфликту и утрате тождественности, вызывают необходимость поиска иных принципов идентичности. Возрастает количество новых социальных структур, основанных не на культурной общности и даже не на архаической почво-племенной общности, часто остающейся в ситуации тотальной дезинтеграции наиболее мощным объединяющим фактором, но на основе общности жизненных позиций или профессиональных знаний, т. е. общности биографии.

С другой стороны, сегодня о своеобразной реактивации потенциала традиционности свидетельствуют многочисленные факты, связанные с функционированием сетевого пространства

как своеобразного маркера сетевого информационного общества. Это многочисленные сетевые сообщества, это формирование своеобразного искусства, основанного на традиционных формах, получивших название «сетевого фольклора», наконец, это принципиальные формы социальности, аналогичные традиционным. Подобную общность, созданную в Интернет-сети, описали шведские авторы Нордстрем и Риддерстрале. Эта так называемая «деревня фанк», жители которой – граждане разных государств, представители разных этносов, но они нашли друг друга по переписке и, обнаружив, что у них много общего, создали подобную виртуальную деревню. И таких сетевых сообществ сегодня очень много. Они создаются из-за того, что, уходя в эти сообщества, человек получает способность противостоять универсальности глобального мира, он находит там «своих» по интересам, по взглядам и включается в это сообщество, видя в этом возможность собственной реализации – творческой и духовной. При этом каждый член подобной общины выражает те коллективные представления, которые принимаются всеми в качестве образца. Эти структуры поведения, напоминающие те, которые определяли поведение человека в традиционных коллективах, помогают преодолеть современному человеку три «линии разрыва» – между людьми, получающими различное по качеству образование, между поколениями, олицетворяющими традицию и новацию и между теми, кто родился до компьютерной революции и после нее. Преодолеть эти типы фрагментарности можно, объединившись в глобальные «племена» людей, основанные на единстве жизненных позиций.

Информационное общество – это общество, основанное на «доверии», в терминологии Ф. Фукуямы. Чтобы институты нового общества могли действовать более эффективно, они должны во многом опираться на «досовременные» культурные устои, которые и обеспечат их дальнейшее функционирование. «Закон, договор, экономическая целесообразность необходимы, но не достаточны в качестве основы стабильности и благополучия... к ним следует добавить такие понятия, как принципы взаимности, моральные обязательства, долг перед обществом и доверие, которые основаны на традициях и обычаях, а не на рациональном расчете. Все эти понятия в условиях современного общества – не анахронизмы, а необходимые условия его успешного развития»<sup>38</sup>.

*12. Информационное общество, основанное на новейших технологиях, может позволить человечеству создать более эффективную экономику и разрешить многие из глобальных проблем современности.*

Однако, как показывают исследования, применение новых технологий так или иначе направлено на повышение прибыли. При этом, как отмечает А. Гор, неучтенными оказываются потери запасов пресной воды в процессе выращивания зерна в кратчайший срок с применением пестицидов, последствия вырубки тропических лесов в слаборазвитых странах, ущерб от появления дыр в озоновом слое, «прогрызаемым» миллионами тонн хлорофтороуглеродов, а также от излишка двуокиси углерода в атмосфере, возникающего от ежедневно потребляемым миллионам тоннам угля и миллионам баррелей нефти<sup>39</sup>. Согласно статистике, в США 99% сырья, используемого для

производства материальных благ, оказываются на свалке приблизительно через шесть недель после продажи соответствующих товаров<sup>40</sup>.

В своего рода загрязнение окружающей среды превращаются большие объемы неиспользуемой информации. Так, Библиотека Конгресса получает ежегодно только из Индии более 10 тыс. периодических изданий. Такая информация не может быть освоена человеком в полном объеме, она начинает существовать сама по себе, вне человеческого мозга, превращаясь, по меткому выражению А. Гора, из информации в «эксформацию». Автор задается вопросом, насколько необходима информация, представляемая многими исследовательскими программами, как, например, программа «Цель: планета Земля», объем которой во много раз превышает объем информации, имеющейся во всех областях знания вместе взятых. Исследователь обеспокоен опасностью некоторой накапливаемой информации, например, представляющей чертежи атомной бомбы, которые могут попасть в руки людей с фанатичными убеждениями, или досье в кредитных организациях, материалы которых могут стать предметом шантажа. Избыток информации ведет и к кризису образования, так как образование – это процесс переработки знаний, однако сегодня представляется, что «проще генерировать новые факты, чем хранить и использовать те, которыми мы уже обладаем». Информация же не способна заменить знания. Но в них она не успевает превратиться, так как оказывается полностью не осмысленной, и «лавина новых данных захлестывает неторопливый процесс рождения знаний»<sup>41</sup>.

\*\*\*

*В заключение хотелось бы показать противоречивость еще одной тенденции развития информационного общества, которая отражается в тезисе, имеющем принципиальное методологическое значение, о естественности последовательной смены стадий общественного развития, где доиндустриальная стадия сменяется индустриальной, а затем – постиндустриальной и/или информационной.*

Пытаясь определить характер и специфику культуры в постиндустриальном и информационном обществе, прежде всего, необходимо учитывать эволюционный, а не революционный характер развития общества. Это, в частности, подтверждает и содержание постиндустриальной теории, где все этапы социального развития, во-первых, преемственны по отношению друг к другу, и, во-вторых, не определяются в четких хронологических границах. Здесь каждый из этапов развития формируется в пределах предшествующего, где новые тенденции «не замещают предшествующие общественные формы как “стадии” общественной эволюции», но «часто сосуществуют, углубляя комплексность общества и природу социальной структуры»<sup>42</sup>, когда новые экономические, социальные и политические формы взаимодействуют с установившимися, приводя к значительному усложнению всей социокультурной системы.

Так, переход к индустриальному обществу от аграрного привел к доминированию индустриального уклада, но не к исчезновению сельского хозяйства. На следующем этапе развития все большее значение приобретают наукоемкие информационные технологии, а индустриальный

сектор существенно сокращает свою долю в валовом национальном продукте. Эта закономерность проявляется достаточно отчетливо на каждом этапе развития общества, что, в частности, позволило М. Кастельсу сделать вывод о том, что качественного различия между обществом индустриальным и постиндустриальным нет: «когда в самых развитых странах занятость в промышленном производстве достигла пика, рост производительности на базе знаний был чертой индустриальной экономики»<sup>43</sup>.

Именно эти складывающиеся новые формы и дают основание предположить, что в рамках старого типа общества создаются предпосылки для перехода к качественно новой деятельности человека, где труд как основа экономического производства постепенно сменяется таким новым видом производственной активности, как творческая деятельность, а отношения между человеком и природой замещаются межличностным общением. Между тем (подчеркнем это еще раз!), даже в рамках информационного общества подобные отношения не выступают в качестве доминирующих, но сосуществуют с продолжающей оставаться актуальной осознанной орудийной деятельностью, осуществляющейся в форме материального производства. По существу, подобной коррекции может быть подвергнута любая из тех тенденций, которые характеризуют изменившийся тип производительных сил и производственных отношений нового типа общества, что и позволяет сделать вывод о том, что формирование новых социальных отношений в информационном обществе является лишь тенденцией, но отнюдь не ведущим процессом.

Таким образом, процесс развития информационного общества весьма сложен и противоречив, многие его особенности пока не до конца проявлены, многие выступают пока лишь как тенденции. Соответственно, и культура информационного общества обладает такими же противоречиями – в ней складывается парадоксальная ситуация: путь научно-технического прогресса, высшим воплощением которого стала эра электронно-сетевых коммуникаций, в значительной степени оказался непосредственно сопряженным с процессом негативного развития социальности, проявляющегося в «отставании человеческого фактора от развития информационных технологий»<sup>44</sup>. Причиной здесь становится даже не различие в уровнях владения информацией, а принципиально иной подход к самой коммуникации. Если для дописменной и письменной эпох целью коммуникации было понимание, спектры которого варьировались от удостоверения общности картины мира до подтверждения осознания законов его развития, то в информационном обществе ведущим становится «метасенсорный» подход к коммуникации, не предполагающей достижение понимания, но апеллирующий к чувствам, эмоциям, где самовыражение становится довлеющей ценностью. И эта потребность в самопрезентации становится сильнее, чем потребность в коммуникации<sup>45</sup>. То есть целью коммуникационного процесса становится не человек, обладающий личностной целостностью, а человек частичный, способный актуализировать отдельные фрагменты своей личности, в зависимости от потребностей коммуникации<sup>46</sup>. Смыслом же коммуникации в сетевом сообществе достаточно часто, как отмечают исследователи<sup>47</sup>, становится эксплозия информации (избыточность, «взрыв» извне), приводящая к ее имплозии -

(внутреннему «взрыву», разрушению), т. е. разрыву коммуникации и информации. Очевидно, что многие особенности социального взаимодействия, заданные информационным обществом, человеку предстоит усваивать в течение достаточно продолжительного времени, и эти новые способы коммуникации, идентификации, выстраивания ценностно-смысловых систем, формирования средств адаптации к повышенной изменчивости внешней среды становятся характеристиками культуры информационного общества.

---

### Литература

- <sup>1</sup> *Столлман Р.* Почему у программ не должно быть хозяев. URL: <http://www.gnu.org.ru>
- <sup>2</sup> *Brin D.* The Transparent Society. Ontario, 1998.
- <sup>3</sup> Цит. по: *Вербицкий М.* Феральные дети двоичных джунглей, или Квантовый компьютер против киберпанка. Сообщение в эхоконференции сети Fidonet.XSU.HACKER от 3 марта 2003 г.
- <sup>4</sup> *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. / под науч. ред О.И. Шкаратана. М., 2000. С. 202.
- <sup>5</sup> Там же. С.203.
- <sup>6</sup> Там же. С.370.
- <sup>7</sup> Там же. С.370.
- <sup>8</sup> *Hicks J.* Wealth and Welfare. Oxford, 1981. P. 138–139.
- <sup>9</sup> См.: *Иноземцев В.Л.* Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Логос, 2000. С. 94.
- <sup>10</sup> *Inglehart R.* Culture Shift in Advanced Industrial Society. Princeton (NJ), 1990. P. 100, 171.
- <sup>11</sup> *Touraine A.* Pourrions-nous vivre ensemble? Egaux et differents. Paris: Editions Fayard, 1997.
- <sup>12</sup> *Луновецки Ж.* Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. М., 2001. С. 318.
- <sup>13</sup> *Verzola R.* Cyberlords: The Rentier Class of the Information Sector.1997. Цит. по: Кагарлицкий Б. Кибер-лорды против бизнес-геррильи // Компьютера. 2002. № 35.
- <sup>14</sup> *Herrnstein R.J., Murray Ch.* The Bell Curve. Intelligence and Class Structure in American Life. N.Y., 1996. P. 58. См.: Иноземцев В.Л. Указ. соч. С. 96.
- <sup>15</sup> *Winslow Ch.D., Bramer W.L.* Future Work. Putting Knowledge to Work in the Knowledge Economy. N.Y., 1994. P. 230; Fukuyama F. The End of History and the Last Man. L. – N.Y., 1992. P. 116.
- <sup>16</sup> *Drucker P.F.* Landmarks of Tomorrow. New Brunswick (US) – L. (UK), 1996. P. 127–128.
- <sup>17</sup> *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. С. 343.
- <sup>18</sup> Там же. С. 340.
- <sup>19</sup> Там же. С. 340.
- <sup>20</sup> Там же. С. 342–347.
- <sup>21</sup> *Edvinsson L., Malone M.S.* Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots. N.Y.: Harper Business, 1997.



<sup>22</sup> *Stewart T.A.* Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.Y. – L.: Doubleday / Currency, 1977.

<sup>23</sup> *Sakaiya T.* The Knowledge-Value Revolution, or a History of the Future. N.Y.: Kodansha America Ltd., 1992. P. 266.

<sup>24</sup> *Pilzer P.Z.* Unlimited Wealth. The Theory and Practice of Economic Alchemy. N.Y.: Crown Publishers, 1990.

<sup>25</sup> *Galbraith J.K.* The Good Society. The Humane Agenda. Boston-N.Y., 1996.

<sup>26</sup> *Galbraith J.K.* The Good Society. The Humane Agenda. Boston – N.Y., 1996. Цит. по: Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999. С. 233–234.

<sup>27</sup> *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. С. 346.

<sup>28</sup> См.: *McLuhan M.* City as Classroom (with Hutchon K. and McLuhan E.). N.Y., 1977.

<sup>29</sup> *Элиаде М.* Космос и история. М., 1987. С. 135.

<sup>30</sup> *Межуев В.М.* Философия культуры. М., 2003. С. 37.

<sup>31</sup> *Кастельс М., Киселева Э.* Россия и сетевое общество. Аналитическое исследование. [http://www. Socio.ru/wr/oo-1/Castells.htm](http://www.Socio.ru/wr/oo-1/Castells.htm). С. 2.

<sup>32</sup> См.: *Лотман Ю.* Внутри мыслящих миров. Человек–текст–семиосфера–история. М., 1999. С. 352–353.

<sup>33</sup> *Иноземцев В.Л.* За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. М.: Academia; Наука, 1998. С. 249.

<sup>34</sup> *Giddens A.* The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1996. P. 168–169.

<sup>35</sup> *Giddens A.* The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1996. P. 174–178.

<sup>36</sup> *Etzioni A.* The New Golden Rule. Community and Morality in a Democratic Society. N.Y.: Basic Books, a Division of Harper Collins publishers, 1966. P. XVI–XVIII.

<sup>37</sup> *Кастельс М.* Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. М.: Academia, 1999. С. 504.

<sup>38</sup> *Fukuyama F.* Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity. N.Y.: Free Press, 1996. Цит. по: Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999. С. 131.

<sup>39</sup> *Gore A.* Earth in the Balance. Forging a new Common purpose. L.: Earthscan Publications Ltd., 1992.

<sup>40</sup> *Weitzaecker E., vin, Lovins L.H.* Factor Four. Doubling Wealth – Halving Resource Use. L.: Earthscan Publications Ltd., 1997.

<sup>41</sup> *Gore A.* Earth in the Balance. Forging a new Common purpose. L.: Earthscan Publications Ltd., 1992.

<sup>42</sup> *Bell D.* The Third Technological Revolution and Its Possible Socio-Economic Consequences // Dissent. Vol. XXXVI. No2. Spring 1989. P. 167.

<sup>43</sup>Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. С. 202.

<sup>44</sup> Мельянцева В.А. Информационная революция, глобализация и парадоксы современного экономического роста в развитых и развивающихся странах. М., 2000. С. 18.

<sup>45</sup> Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В. Интернет: воздействие на личность. URL: [http:// auditorium.ru/aud/v/index.php](http://auditorium.ru/aud/v/index.php). С. 66.

<sup>46</sup> Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М., 2004. С. 4.

<sup>47</sup> См.: Мальковская И.А. Знак коммуникации. С. 20.

В авторской редакции статья опубликована в сборнике:

Культура глобального информационного общества: противоречия развития /  
отв. ред. А.В. Костина. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010.

© Костина А.В., 2010

*Статья поступила в редакцию 15 июня 2010 года*

**Костина Анна Владимировна,**

доктор философских наук, доктор культурологии, профессор,  
заведующая кафедрой философии, культурологии и политологии  
Московского гуманитарного университета  
действительный член Международной академии наук (Москва)  
e-mail: [anna\\_kostina@inbox.ru](mailto:anna_kostina@inbox.ru)

UDC 008.001.14

**A. Kostina**

## GLOBAL INFORMATION SOCIETY: CONTRADICTIONS IN CULTURAL DEVELOPMENT

**Abstract.** The author addresses the information society issues that are linked to the set of its inherent contradictions related to knowledge and information being the principle productive resource. Accessibility of information means only its availability but does not assume its intelligibility. On the contrary, an access to the meaning of information remains quite selective. The contradictions characteristic of the social sphere are analyzed in their relation to economic polarization of society, the process of value-based splitting up into strata that share materialistic or post-materialistic values, and personalisation processes that are combined with ongoing massovisation.

**Key words:** the information society, demassification, personalisation, posteconomical values, digital inequality, globalisation

***Kostina Anna Vladimirovna,***

Doctor in Philosophy, Doctor in Culturology, Professor,

Head of the Department for Philosophy, Culturology, and Politology  
of the Moscow University for the Humanities (Moscow)

E-mail: [anna\\_kostina@inbox.ru](mailto:anna_kostina@inbox.ru)