

А. Ю. Русаков

Проблемы современной культуры в информационном обществе

Статья посвящена проблемам современной культуры и их актуализации в рамках проблемного поля заданного теоретико-прогностическим концептом информационного общества. В материале рассматриваются различные точки зрения на то влияние, которое оказывает процесс развития информационно-коммуникативных технологий на современную культуру. Затронуты проблемы унификации культурного пространства в условиях возрастающей мощи информационных технологий.

Ключевые слова: культура, информационное общество, информационно-коммуникативные технологии

Arcady Rusakov

Problems of modern culture in information society

Article is devoted to problems of modern culture and their actualisation in connection with a theoretical contraction of an information society. In a material the various points of view on that influence which renders development of information-communicative technologies on modern culture are considered. Problems of unification of cultural space in the conditions of an increasing power of an information technology are mentioned.

Keywords: culture, information society, information and communication technologies

Адекватное осмысление процессов, которые происходят в современной культуре, невозможно вне рамок проблемного поля, заданного теоретико-прогностическим концептом «информационного общества».

Согласно adeptам «информационного общества», информация социальна по своей природе. Социальная организация в значительной мере – это организация информации. В рамках такой парадигмы человеческая личность сводится к заключенной в ней сумме информации. Она становится возможной при осуществлении определенных форм обмена информацией между членами общества. Рассматривая общественное развитие как «смену стадий», сторонники теории информационного общества связывают его становление с доминированием «четвертого», информационного сектора экономики, следующего за сельским хозяйством, промышленностью и экономикой услуг. При этом утверждается, что капитал и труд как основа индустриального общества уступают место информации и знанию в информационном обществе.

Ни один из философов, писавших о данной проблеме в рамках этого подхода, не сомневался в радикальном обновлении всей жизни человечества в рамках этой новой формации, но большинство из них анализировало проблему односторонне, что вылилось в слишком радужные пророчества. К adeptам информационного общества, провозгласившим возникновение нового типа общества, можно причислить таких теоретиков, как Д. Белл, М. Кастельс, М. Постер, Ж. Бодрийяр, и др.

В отличие от них сложилась и другая группа ученых: Ф. Уэбстер, Э. Гидденс, Ю. Хабермас, Г. Шиллер и др., которая полагает, что информация действительно играет ключевую роль в современном обществе, но считает, что формы и функции современного информационного обмена и взаимодействия подчиняются давно установившимся принципам и практикам.

Рассмотрим некоторые изменения, которые действительно произошли в обществе за последнее время в культурной сфере. Благодаря современным информационно-коммуникативным технологиям (далее по тексту – ИКТ) появляется возможность беспрепятственного обмена знаками, символами, идеями между гражданами разных стран, регионов, а также между представителями отдельных социальных групп, культур, цивилизаций. В результате развития ИКТ произошел стремительный рост информационного обмена, и последствия этого взлета весьма противоречивы. С одной стороны, у жителей отдаленных уголков планеты появляется реальная возможность приобщиться к мировым достижениям в сфере культуры, больше, а главное – оперативнее узнать о новых открытиях в сфере науки и техники, получить возможность через систему дистанционного образования необходимые знания, повысить свою квалификацию. Сегодня информационные сети и, прежде всего Интернет, позволяют совершать интернет-путешествия, посещать публичные библиотеки разных стран, знакомиться с традициями и подробно из-

учать артефакты других культур, что ведет к взаимопроникновению культур, воспитывает уважительное и более толерантное отношение друг к другу представителей разных народов.

С другой стороны, интенсивный информационный обмен приводит к унификации культурного пространства, к противоречивым последствиям в рамках массовой культуры, к феномену культурной экспансии и соответственно сопротивлению по отношению к этому виду экспансии, защите своих культурных традиций, самобытности, что порой проявляется в форме фундаменталистских тенденций. Активный информационный обмен в значительной мере влияет на неравномерное распределение в мире научных и культурных центров. Возникает много противоречивых оценок по вопросу качества потребляемой информации. Эта противоречивость потребовала объяснений, что и нашло отражение в трудах современных философов.

Ж. Лиотар и Г. Шиллер полагали, что основной причиной появления «информационного мусора» является факт превращения информации в товар. Ж. Лиотар использует такой термин, как перформативность. Это означает, что информацию создают, анализируют, собирают только тогда, когда она полезна. По его мнению, стремление к перформативности вызывает снижение качества информации и даже отмирание некоторых видов высшей формы информации – знаний, которые данным качеством не обладают. Поэтому уровень знаний в областях, имеющих прагматическую направленность (финансы, менеджмент), растет, а в менее востребованных (философия, эстетика), которые не соответствуют критерию перформативности, – падает.

Г. Шиллер еще в далекие 1970-е гг. утверждал, что при анализе социальных последствий применения «новых информационных технологий основную проблему можно сформулировать с помощью хорошо известных понятий; нужно только спросить, кому эти технологии выгодны и в чьих руках сохраняется контроль над их применением»¹.

Превращение информации в товар приводит к тому, что товарные отношения неизбежно распространяются на сферу культуры. Организационные принципы предприятия переносятся в сферу культуры, где и появляются «Фабрики грез», «Фабрики звезд», и т. п. организационные структуры, выпускающие продукцию по принципу – «план по валу». Здесь можно говорить о некоем соблюдении баланса интересов создателей информации и потребителей ее – массовой аудитории. Данная аудитория любит смотреть бесконечные сериалы, спортивные зрелища,

певцов эстрады, – вообще развлекаться и вроде бы получает то, что желает. Однако при внимательном анализе мы увидим, что на самом деле здесь реализуется принцип: «развлекая поучай», а точнее «развлекая продавай». Основная масса развлекательной продукции доступна только на рыночных условиях. Эта продукция в свою очередь является средством маркетинга товаров, прежде всего американского производства. Без информационного сопровождения восхваляющего американский образ жизни в виде телевизионных программ, голливудских фильмов, новостного вещания через спутники вряд ли можно было в мировом масштабе продавать «Кока-колу», «Мальборо», «Майкрософт» и завлечь половину мира в закулочные «Макдональдс». Основная цель такого культурмаркетинга в странах Европы, Азии, Африки в том, чтобы в этих странах открыть рынки и позволить американским корпорациям захватить максимальную долю мирового рынка².

Ж. Бодрийяр, напротив, полагает, что поскольку современная культура – это культура знаков, вопросы значения и качества информации нужно искать не в социальном пространстве, а в мире самих знаков. Автор ставшего столь распространенным термина «симулякр» считает, что мы уже безвозвратно канули в пучине мировой символики. Если такие философы как Ю. Хабермас считали, что с помощью правильной коммуникации (дискурса, диалога и других трансакций) мы сможем выправить ситуацию со знаками, сделаем их более аутентичными, то для Ж. Бодрийяра это уже не имеет смысла. По мнению философа, отсутствие аутентичности у знака – это его родовой признак, знаки не выражают действительности, они ее симулируют.

Несмотря на различия подходов Ж. Лиотара и Г. Шиллера с подходом Ж. Бодрийяра их объединяет тот факт, что в сфере культуры информационный продукт далеко не всегда несет семантический смысл, по крайней мере, тот, который был официально декларирован.

Здесь возникает философская проблема истинности знания, которая ставит под сомнение не только концепцию «информационного общества», но и концепцию «общества знаний». Следует отметить, что большинство американских и европейских исследователей, начиная со второй половины 1980-х гг., стало акцентировать внимание на роли и значении не столько информации, сколько знаний, что породило целый спектр новых определений современного общества, среди которых такие, как «knowledge society», «knowledgeable society» и т. п. На этапе перехода к информационному обществу на первый план выдвигаются уже не проблемы

дальнейшей технизации общества, как это считалось еще несколько лет назад, а проблемы его интеллектуализации, создания и внедрения новых социальных технологий, основанных на эффективном использовании главного стратегического ресурса общества – знаний.

Информационное общество возникает там, где главным становится управление не материальными объектами, а символами, идеями, образами, интеллектом и где большинство работающих занято производством, хранением и реализацией информации, особенно ее высшей формы – знания. Именно обработанная информация как знание имеет практическое значение для социума. Она изменяет общество на каждом структурном уровне его организации. Умение добывать, накапливать и использовать информацию – условие развития социума, а понятие информационного общества указывает на принцип, вокруг которого организована эта социальная форма – информация и знания.

Некоторые из критиков концепции информационного общества считают, что именно возросшая роль знания может служить чуть ли не единственным достойным аргументом в пользу данной концепции. Так, Ф. Уэбстер по этому поводу пишет: «Теоретическое знание вряд ли может быть признано чем-то по-настоящему новым, однако можно утверждать, что его значение возросло и что оно распространилось настолько, что становится определяющей чертой современной жизни»³.

В то же время сегодня можно наблюдать сокращение финансирования сугубо гуманитарных исследований в пользу исследований практической направленности, что непосредственно связано с тенденцией превращения информации в товар. Крупные корпорации сегодня играют все большую роль в определении характера и направленности исследований. Объем так называемой «корпоративной науки» сегодня сопоставим с «университетской наукой», что влияет на систему высшего образования. «Университетская наука» все больше вынуждена приспосабливаться к перформативным критериям, делать упор на прикладные дисциплины (деловое администрирование, связи с общественностью, маркетинг, право, информатика) и сокращать финансирование в таких областях, как история древних цивилизаций, философия, филология и т. п.

Это ведет к тому, что гуманистические

аспекты образования все меньше оказываются в центре внимания. Ж. Лиотар в связи с этим пишет, что сегодня уже «никто не ждет, что из школы выйдут более достойные граждане, из нее выходят лишь более квалифицированные люди, которые работают более производительно; единственное, что дает образование, – шанс получать большую зарплату»⁴. Знания, таким образом, все более включаются в систему товарных отношений. Это ставит под сомнение мысль Д. Белла о приоритетном положении теоретического знания для организации процессов принятия решений и направления изменений, предполагающее первенство теории над эмпиризмом, а также ведущей роли ученого в этих изменениях.

В целом можно говорить, что на сегодняшний день техническое развитие средств связи и обработки информации оказывает противоречивое влияние на современную культуру. Новые возможности, которые получают ИКТ благодаря новым техническим нововведениям, пробуждают оптимизм и одновременно тревогу. Это связано с проблемами унификации культурного пространства и, соответственно, сопротивлением по отношению к этому виду экспансии, защите своих культурных традиций, самобытности, что порой проявляется в радикальных формах, с тем, что идет неравномерное распределение в мире научных и культурных центров. Возникает много противоречивых оценок по вопросу качества потребляемой информации. Радужные прогнозы в ранних работах теоретиков информационного общества постепенно сменились алармистскими настроениями более позднего периода. Настороженность в прогнозах связана с тем, что усиление мощи технической составляющей информационно-коммуникативного воздействия может быть обращено не только во благо человеку.

Примечания

¹ Schiller H. The Mind managers. Boston: Beacon, 1973. P. 175.

² Schiller H. The Context of our work // Societe franç. des seiences de l'inform. et de la communication / Huitjeme congrès national. Lille, 21 may 1992. Lille, 1992. P. 1–6.

³ Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. М. В. Агапова, Н. В. Малыхиной; под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Аспект-Пресс, 2004. С. 42.

⁴ Lyotard J. F. Political Writings. New York: UCL Press, 1993. P. 6.