

УДК 161.111

В.В. Буряк

СТРАТЕГИИ КУЛЬТУР В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Актуальность данной работы заключается в определении места и общей диспозиции культурных практик в условиях интенсификации внедрения информационных технологий. Основная *проблема* рассматриваемая в статье - выявление предпосылок и условий существования культурной деятельности в массмедийном пространстве. *Предмет исследования* – механизм действия культурных практик в процессе трансформации информационного общества. *Цель работы* заключается в выявлении перспектив взаимодействия культурных практик в современном высокотехнологическом обществе. Предполагается решение таких задач: описание технологических условий конфигурирования культур, определение роли медиапространства и «виртуальной реальности» в формировании культурных практик, выявление тенденций конкуренции медиастратегий и проектов массовой культуры.

КУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО В УСЛОВИЯХ СОКРАЩЕНИЯ ДИСТАНЦИЙ

Бесспорно, что наиболее значимым фактором современного развития во всех многочисленных его измерениях является глобализация. Учитывая многозначность и дискуссионность данного явления, можно признать устойчивые и очевидные проявления этого экстенсивного планетарного события. Для простоты и ясности определим глобализацию как *непрерывный, многовекторный процесс унификации экономических, правовых, политических норм и действий, стандартизации новых технологий, коммерческой эксплуатации культурных стереотипов массовой популярной культуры*. Инициатором и основным актором глобализации являются постиндустриальные страны. Созданные ими способы деятельности и их продукты (вещи, технологии и услуги) затем продвигаются в другие регионы мира. Степень рецепции культурного продукта, в том числе, зависит от степени консервативности автохтонной культуры. Например, в мусульманских странах гораздо выше протестная реакция на культурную экспансию западного типа культурных стереотипов, хотя и в этом культурном регионе есть существенные отличия восприятия и принятия. Неудивительно, что при развёртывании этого сложного процесса, одновременно, возрастает стихийное или организованное протестное движение, именуемое «антиглобализмом», что указывает на неоднозначную реакцию на происходящие процессы унификации и технологизации общества и культуры.

Пока что глобализационные процессы не обрели ясной формы, но очевидно, что глобализация носит комплексный и многоуровневый характер, степень её эффективность во многом находится в прямой зависимости от финансовых и технологических инструментов используемых при этом. Это прежде всего - новые технологии, финансово-экономические международные структуры, военно-

политические блоки и союзы и транс-национальные корпорации. Можно сказать, что глобализация это не утопия, не гипотеза, не теория, это – крупномасштабная геополитика, геоэкономическая стратегия и идеология. Сегодня процесс *глобализации* продвинулся настолько далеко, что становится очевидным невозможность реализации каких-нибудь иных сколько-нибудь значимых равновесных проектов в обозримом будущем. Гиперскорость тотальной экспансии, которая присуща экономическим, технологическим, политическим стратегиям основанным на глобальном мышлении, вызывает беспокойство и озабоченность фактически во всех интеллектуальных кругах научной, гуманитарной и политической элиты. [1, 2.]

Отметим, что глобализация происходит в условиях дальнейшего развития информационного общества. Такая ситуация, с одной стороны, упрощает и ускоряет экономические и политические процессы унификации человеческой деятельности, с другой стороны, скорости создаваемые в информационных сетях делают труднопредсказуемым глобальное позиционирование региональных культур по отношению к гипотетической глобальной культуре. Предполагаемое доминирование определённого типа культуры, называемой условно «глобальной культурой», основано на тотальной информационной инфраструктуре, фундированной спутниковой связью, цифровым телевидением, сотовой «мобилизацией», и Интернет. Глобализация инициирует планетарную ассимиляцию унифицированных информационных технологий, на которых базируется современная система массовой коммуникации и информации.

Одним из побочных продуктов глобализации может стать именно «глобальная культура», не имеющая «вертикальных» культурных связей, то есть, не связанная с этно-культурными традициями. В новой «глобальной культуре» наиболее устойчивыми и определяющими, экономически эффективными станут «горизонтальные» связи, соединяющие «производителей» культурного продукта и «потребителей» этого продукта. Неотъемлемым качеством «культурной вещи» традиционной культуры всегда была «долговечность», то есть неизменность форм и культурных смыслов скрытых за этими устойчивыми символическими формами. Такие вещи понуждают к трансцендированию через символ и миф.

В пространстве «глобальной культуры» ситуация другая, «культурная вещь» должна быть очень «новой», представлять собой только форму и не содержать смыслов, поскольку рассчитана только на сенсорное восприятие. Такая вещь не должна быть ни экзистенциальной, ни метафизической. Она должна «убивать» волю к трансцендентному. При этом, она изначально спроектирована как «недолговечная», «мгновенная», и чем раньше от неё избавляются и заменяют новой, тем она более востребована. Непрерывный оборот финансовых средств, производимых «вещей» признак глобального капитализма. Этот принцип ещё более действителен в сфере культурного производства. Возрастание скоростей в технологии автоматически переносятся в область культуры и фактически разрушает культурное пространство в «вертикальном» его измерении.

Для проведения демаркации между «традиционной вещью» и «современной вещью» неизбежно возникает проблема «критерия новизны». Чтобы стать

«подлинной вещью», достойной «музеефикации», необходимо, чтобы вещь одновременно содержала бы в себе нечто новое и дистанцировалась от «старого». Борис Гройс полагает, что: «Музейные собрания и вообще вся масса заархивированного и доступного нам сегодня искусства образуют изначальный, собственный контекст каждого нового художественного произведения. Сделать своё произведение видимым на фоне этого контекста означает для художника показать нечто другое, ещё незаархивированное в этом контексте» [3, с. 31.] Другими словами, создание нового это есть художественно-эстетический акт. В контексте глобальной культуры новизна заключается в ином. Новизна вещей в «глобальной культуре» – это «глянцевая» новизна подачи уже имеющегося, будь оно «древним» (пластмассовые фигурки Будды раскрашенные в «кислотные» цвета, «винтажные» потрёпанные джинсы в дорогих бутиках).

Если производство и потребление «материальных» вещей разделено во времени и пространстве, зависит от длительного цикла промышленного производства, не может быть «мгновенным», то производство «вещей» в информационном пространстве (*on line*) может приходить в режиме реального времени. Понятно, что все «*reality show*», сюжеты которого – реальные события, нуждаются в режиссуре и подготовке, однако само действие хотя бы отчасти происходит в онлайн-режиме. Происходит симуляция реальных событий, каждый следующий «шаг» может быть действительно импровизацией. Тем не менее, все «новые» вещи в информационном обществе претендуют на перформативность, которая задана принципом интерактивности, работающим в новых СМИ («мы на связи с нашим корреспондентом в горячей точке...»). Именно цифровые средства связи и Интернет создают иллюзию абсолютного преимущества «горизонтальных» культурных, коммуникативных связей. Кинохроника и «вчерашний» сюжет могут лишь дополнять «новое». Таким образом происходит инфляция «культурных ценностей». Чтобы поддерживать постоянное качество новизны создаются системы рейтингов и интерактивных голосований (подлинность которых невозможно проверить, поскольку «архивы» недоступны), ежедневные, еженедельные и т.д. Создаётся имитация «ипподрома», гонки, азарт, ставки. Количественные критерии (количество продаж, цены, премии) становятся доминирующими в определении качества «культурных вещей».

Наряду с упрощёнными региональными признаками культуры («духовная культура» и «материальная культура») всё более частотным термином становится выражение «виртуальная реальность», как культурное пространство не принадлежащее ни «духовной», ни «материальной» инкарнациям культуры. Существенной особенностью «виртуального» является его принципиальный «антигуманизм», аксиологическая индифферентность. По мнению Жана Бодрийара: «В виртуальном уже нет ценности – здесь царствует простая информативность, пресчитываемость, исчисляемость, отменяющая любые эффекты реального. Виртуальность, похоже, предстаёт перед нами в качестве горизонта реальности, подобного горизонту событий в физике». Виртуальные вещи саморефернтны, они представляют сами себя. С другой стороны это не только сами знаки, и не знаки знаков, не «симулякры», это элементы новой «цифровой вселенной» [4, с. 31]. Мы

вступили в эпоху нового «креационизма». Биотехнологии позволяют прогнозировать «управляемую эволюцию» белковых организмов, нанотехнологии обещают трансформировать неорганическую «природу», информационные технологии уже создали условия и фрагменты новой «неприродной» цифровой реальности. Каковы результаты и риски этих многообещающих технологических проектов пока никто не может сказать. «Нельзя не заметить: сегодня наблюдается ничем не прикрытое влечение к виртуальному и связанным с ним технологиям. И если виртуальное действительно означает исчезновение реальности, то оно вероятно, есть пусть и плохо осознаваемый, но зато смелый, специфический выбор самого человечества: человечество решило клонировать свою телесность и своё имущество в другой, отличной от прежней, вселенной, оно, по существу, отважилось исчезнуть как человеческий род, чтобы увековечить себя в роде искусственном, гораздо более жизнеспособном, гораздо более эффективном. Не в этом ли смысл виртуализации?» [4, с. 32]

В виртуализации мира нельзя винить постиндустриальные страны, компьютерные и медиа-корпорации. Технологии имеют собственные проекты и возможности развития. Основным ресурсом глобализации становятся информационные супермагистралы (*information superhighways*), этот «цифровой Гольфстрим» (*the digital Gulf Stream*) благодаря которому терабайты информации мгновенно «перетекают» из одной точки планеты в другую. Уже сегодня существующая информационная инфраструктура фактически охватывающая весь мир, позволяет оперировать таким понятием как инфосфера(информосфера), «соотносимое с ноосферой, открывающей новую стадию биосферы, на которой разумная деятельность человека становится решающим фактором выживания и развития» [5, с. 74].

КУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В ИНТЕРНЕТ-ЭПОХУ

Развитие техносферы увеличивает количество и эффективность воздействия изобретений в области новых высоких технологических процессов. Наиболее мобильной и динамичной формой технического роста являются информационные технологии, оказывающиеся инфраструктурной основой современной *инфосферы*. Сегодня уже никто не сомневается, что технической, экономической и коммуникативной осью этого общества нового типа является всемирная сеть компьютерно-спутниковых коммуникативно-информативных служб (Internet). Сфера высоких информационных технологий имеет свою специфику, где чисто экономическая составляющая утрачивает определяющее значение, а труд перестает быть основой социальных отношений - доминирующими становятся постматериалистические ценности, в частности гуманитарные. По мере того, как информационные сети и системы оказались связанными на основе Интернета, мобильной связи, телекоммуникаций, возникает становление нового экономического и социального уклада, появление инфосферы, единого информационно-коммуникативного пространства, в том числе и экономического. Границы между регионами, странами и континентами стираются. Поток инвестиций движется туда, где возможна наибольшая прибыль за короткое время работы

капитала. Таково необходимое условие действия процесса глобализации (финансовой, экономической и политической).

В традиционном обществе принципиальным правилом было определение собственного места в обществе посредством установления культурной идентичности. Это происходило через соотнесение коллективных и собственных действий человека в ходе выполнения ритуала. В условиях существования интернет-коммуникации, возможности сохранять свою анонимность под «личной» так называемых «аватар» (текстуально-образных «масок» в ходе онлайн-общения), возможна многоролевая идентификация, позволяющая свободно комбинировать воображаемые варианты существования «Я». Это реализация свободы и одновременно риск потери идентичности [6, 7]. Это существенно влияет не только на индивидуальную идентичность, но пожалуй формирует условия возникновения новой антропологической парадигмы (заслуживает внимания в этой связи литературный и кинематографический жанр «киберпанк»).

Являясь одним из аспектов развития постиндустриального общества, процесс становления информационного общества является составляющей общего процесса социально-экономической эволюции. Инфосфера должна рассматриваться в контексте развития техносферы и шире – ноосферы. Информационное общество главным образом включает в себя технологический и коммуникативный аспекты, в то время как постиндустриальное общество обладает большим логическим объемом, включая в себя также экономический, геополитический, культурный, социальный, образовательный, и другие аспекты. Основой информационного общества становятся компьютеры и сети, позволяющие выполнять огромное число операций в течение короткого интервала времени (сегодня обычный и доступный персональный компьютер с процессором - 4 гигагерц, делает 4 миллиарда операций в секунду), выполнять быструю передачу данных, что значительно ускоряет развитие интеллектуальных технологий, а следовательно и всей экономики.

Наиболее значительным фактором культурной глобализации становится World Wide Web («Всемирная Паутина», «Сеть»). Будучи всего лишь одной из коммуникативных технологий (но наиболее удобных для широкого круга пользователей), базирующихся на «физической» сети Internet (преформой которой была военно-стратегическая коммуникативная система ARPANET), она оказалась наиболее масштабной и быстрорастущих систем массовой интерактивной связи.

Задуманная и реализованная как многофункциональная, высокотехнологичная система многосторонней связи и информации. Интернет оценивается многими исследователями как наиболее эффективное и перспективное оружие глобализации. Первые более или менее успешные испытания в США прошли в 1969 году (ARPANET). Позже, в Женеве, в Европейском Центре Ядерных Исследований (CERN), 17 мая 1991, был запущен первый веб-сервер, созданный на основе гениальной идеи гипертекстовой среды предложенной несколько ранее исследователем центра Тимом Бернесом-Ли (протокол www.) В конце 1991 Интернет включал в себя примерно 5 тыс. сетей, существовавших в 40 странах мира, и обслуживал 700 000 подсоединённых компьютеров, которые использовали 4 миллиона человек. Позднее, в 1994 к Интернету было подсоединено уже 3 200 000

компьютеров. Затем, в течение 1995 и 1996 количество компьютеров, подсоединённых к Интернету удваивалось. К началу 1998 года число компьютеров, подключённых к глобальной сети было – 19,5 млн. В июне 2000 года – 93 млн. При этом необходимо учитывать, что каждым компьютером, подключённым к Сети, пользовались в среднем пять человек, поэтому можно предположить, что реально различными услугами Интернет пользовались к концу 2000 более 400 млн. человек. По различным данным на конец 2002 число пользователей во всём мире выросло до 600 млн. – 650 млн. человек. Сегодня Интернет, по некоторым оценкам охватывает более 1 миллиарда пользователей во всех странах мира. Различия в подсчётах связаны с различными методологиями при проведении статистических исследований (регулярность пользования, количество часов пользования в течение суток, недели, месяца и др.). Известно, что количество пользователей постоянно растёт, спектр пользования расширяется: от частных контактов, бизнеса, развлечения, получения образования и самообразования, до проведения широкомасштабных политических компаний и информационных войн.

Трудно оценить значения, влияние и место глобальной информационной сети в современном обществе. В то же время, нельзя игнорировать «осторожность» и «подозрительность» присущие некоторым теоретикам информационного общества. Интернет, как и все прочие вещи принадлежащие постиндустриальному миру, также находится «под сетью» маркетинговых стратегий. Также, как и всё, что сулит прибыль, а тем более сверхприбыль, Интернет «раскручивается» в средствах массовых коммуникаций, создаются литературные произведения о ней, художественные фильмы («Хакеры», «Сеть», «Матрица», и др.).

Сеть раздута за счёт собственной саморекламы. Интернет рекламирует телевидение, а телевидение рекламирует Сеть. Ведущие TV каналы и программы обладают собственными интернет-страницами. Многочисленные эпатажные *real-show* параллельно проходят по TV и Интернету. Эта информационная сфера расширяется и тяготеет к коммуникативно-жанровому синкретизму. Данные тенденции вызывают опасения в среде культурологов, социологов, психологов. Сегодня, первоначальный образ Сети как пространства абсолютной свободы, претерпел значительные трансформации. Аналитиками отмечена проблема цензуры в Сети. При этом высока «стоимость проживания» в Сети, технически возможная «поднадзорность» обитателей Сети спецслужбами (собирается и архивируется около 70% электронной почты, под прикрытием проведения антитеррористических операций) превращают её из первоначально мыслившейся либертарианской утопии в виртуальный сегмент гражданского общества, основанного на принципах паноптизма, прозрачности и ответственности.

Формирование культурных трендов в информационном обществе представляет собой многоуровневый проект. Наличие тотального присутствия массмедиа и их специфического функционирования уравнивает шансы всех «игроков» массмедийного пространства. В отличие от условий существования религии в «техносфере» XIX - начала XX веков, когда «дух техники» вытеснял религиозность на периферию научно-технической цивилизации, в конце XX века сложилась ситуация, когда массмедиа стали нейтральными к содержательной стороне

информационного потока. По мнению Лумана: «В нормальном случае общественная коммуникация не ориентируется ни на науку, ни на право... Массмедиа гарантируют всем функциональным системам настоящее, приемлемое для всего общества...» [8, с.154]. Информационный простор открыт всем типам и формам коммуникации. Культура в течение тысячелетий распространялась с помощью вербальных и визуальных средств, эти формы коммуникации после изобретения книгопечатания уменьшили свой потенциал. В наши дни, благодаря реинкарнации аудио-визуальной культуры, после того как, по выражению Маршала Мак-Люэна, «Галлактика Гуттенберга» уступила свои позиции «Электрической галлактике» традиционная культура получает шанс реализовать наработанные столетиями аудио-визуальные практики в массмедийном пространстве. Очевидно, что слово и образ являются решающей силой в условиях существования «клип-культуры», когда сознание людей эффективней актуализируется с помощью сенсеибельных практик, а не интеллектуальных средств воздействия. Впрочем, многовековой опыт художественной деятельности гармонично сочетает в себе как аудио-визуальные, так и рациональные средства воздействия.

ВЫВОДЫ

В условиях развёртывания информационных технологий традиционная культура теснима агрессивными стратегиями массовой культуры. Ресурсы традиционной и классической культуры должны попытаться дать ответ вызовам массмедийных стратегий коммерциализированной культуры. Стоит задача сохранения позитивных, традиционных элементов деятельности и ценностей, но также и очевидна необходимость выработки адекватных средств для адаптации традиционной культуры к информационному обществу, освоение новых направлений продвижения традиционного «культурного продукта» в условиях расширяющегося медианпространства.

Список литературы

1. Галджиев К. С. Геополитика. М.: Межд. отношения, 1997. – 461 с.
2. Бжезинский З. Выбор. Глобальное господство или глобальное лидерство. М. Междунар. отношения, 2005. – 211 с.
3. Гройс Б. Комментарии к искусству. М.: Изд. «Художественный журнал», 2003. – 461 с.
4. Бодрийяр Ж. Пародии. От фрагмента к фрагменту. Екатеринбург. – У: Фрактория, 2006. – 254 с.
5. Землянова Л. Н. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М.: Изд МГУ, 1999. – 331 с.
6. Якобсон Д. Формирование образа в киберпространстве: *online*-ожидания и *offline*-реальность в «текстовых» виртуальных сообществах. Массовая культура: современные западные исследования. М.: «Прагматика культуры», 2005. – С. 204-220.
7. Рейд Э. Идентичность и кибернетическое тело. Массовая культура: современные западные исследования. М.: «Прагматика культуры», 2005. – С. 177-202.
8. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Практика, 2005. – 283 с.

Получено в редакцию 15.08.2005