

### ЧЕЛОВЕК ПУТЕШЕСТВУЮЩИЙ КАК ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ<sup>1</sup>

*Дрягалов Вячеслав Сергеевич, ведущий специалист Гуманитарного института, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, Астрахань, ул. Татищева 20а, e-mail: helios82@yandex.ru.*

*Алексеева Дарья Александровна, кандидат философских наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 119571, Россия, г. Москва, проспект Вернадского, 82, e-mail: daralex@mail.ru.*

В статье анализируются ряд авторских концепций, посвящённых проблеме становления и развития информационного общества. Отдельный акцент сделан на рассмотрении понятий «информация» и «образ». Через призму информационного общества рассматривается современная фаза деятельности Человека Путешествующего – одного из культурных феноменов XX века.

**Ключевые слова:** информационное общество, Человек Путешествующий, туризм, информация, массмедиа, постмодерн

### HOMO VIAJANTE AS THE PHENOMENON OF INFORMATION SOCIETY: THEORETICAL ASPECT

*Dryagalov Vyacheslav S., leading expert of Humanitarian institute, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatischev st., e-mail: dc\_mail@bk.ru.*

*Alekseeva Darya A., Ph.D. (Philosophy), Associate Professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 119571, Russia, Moscow, 82 Vernadsky Ave., e-mail: daralex@mail.ru.*

The article provides analysis the theoretical aspects of the appearance and development of the information society. Special emphasis is placed on the consideration of the concepts of «information» and «image». Through the prism of the information society discusses the current phase of the activity a Person Travelling - one of the cultural phenomena of the twentieth century.

**Keywords:** information society, people travelling, tourism, information, mass media, postmodern

XX век с его стремлением к тотальной технологизации, массовому производству и всеобщей информатизации породил множество интересных культурных феноменов, изучение которых является необходимым для понимания трансформационных процессов, наблюдающихся в современном обществе. Одним из важнейших явлений XX века является феномен туризма – совершенно новое для своего времени представление о перемещении и отдыхе, базирующееся на идее классического путешествия. Гедонистическая функция путешествия в туризме возводится в абсолют, и именно на этом фоне появляется на свет глобальный туризм – новая фаза в развитии Человека Путешествующего. Постепенно дополняются и развиваются новые направления туристической активности. В частности, в конце прошлого века для вечно го-

---

<sup>1</sup> Статья опубликована при поддержке фонда РГНФ Проект № 12-33-01272.

лодного до новых эмоций, свежих впечатлений и неосвоенных визуальных пространств Человека Путешествующего стали доступны туристические поездки на космические станции и путешествия по виртуальным цифровым пространствам. Если первое направление пока доступно для очень ограниченного количества желающих в силу своей специфичности и дороговизны, то второе направление уже имеет многочисленную армию пользователей. Правда, следует отметить, что речь пока что идёт о компьютерных играх, социальных сетях, видео- и фотохостингах. Более сложные системы виртуальной реальности, позволяющие погружаться в цифровые миры, активно разрабатываются, но всё ещё малодоступны<sup>1</sup>.

Человек Путешествующий – житель цифрового мегаполиса, что не мешает ему называть окружающее его пространство «глобальной деревней»<sup>2</sup>. Отсюда – такое количество потребляемой информации, с которой приходится сталкиваться человеку эпохи «информационного общества». Однако большинство пользователей, несмотря на информационные перегрузки, уже не представляют себе жизни без Интернета. Вот как описывает один из известных футуристов опыт общения своей дочери-подростка с информационными виртуальными сетями. «Сытая по горло домашними заданиями, она много часов подряд блуждает по лабиринтам Сети, тихо млея от исследования поп-культуры. Она терпеть не может запоминать даты и имена скучнейших политических деятелей, зато охотно выучила от "А" до "Я" досье экзотических покимонов. Она не любит уроков географии, но ждет не дождется электронной почты из Японии» [8, с. 47].

Возрастающая роль информации и информационных систем, массмедийных коммуникаций и, как следствие, информатизация наиболее развитых обществ – исторический факт, лежащий в основе концепций «информационного общества» Е. Масуда, Д. Белла, А. Тоффлера, М. Маклюэна, А. Бюлля и учений постмодернистов Ж.-Ф. Лиотара, Ж. Дерриды, Ж. Бодрийяра и др.

Согласно Ж.-Ф. Лиотару, по мере вхождения общества в постиндустриальную эпоху, а культуры – в эпоху постмодерна, «изменяется статус знания». Научное знание теперь функционирует для удовлетворения потребностей информационного общества и несет черты информатизации, «языковых игр» и виртуализации. Французский мыслитель пишет: «Научное знание – это вид дискурса. Поэтому можно сказать, что на протяжении сорока лет так называемые передовые науки и техники имеют дело с языком: фонология и лингвистические теории, проблемы коммуникации и кибернетика, современные алгебры и информатика, вычислительные машины и их языки, проблемы языковых переводов и исследование совместимости машинных языков, проблема сохранения в памяти и банки данных, телематика и разработка "мыслящих" терминалов, парадоксологи – вот явные свидетельства, и список этот не исчерпан. Влияние этих технологических изменений на знание должно быть, судя по всему, значительным. Им отводятся или будут отводиться две фундаментальные функции: исследование и передача сведений» [4, с. 5].

Пытаясь определить теоретический смысл понятия «информационное общество», социологи второй половины XX в. выделяли следующие базовые характеристики социальной организации информационного типа: определяющим фактором общественной жизни является научное знание, вытесняющее ручной и механизированный

---

<sup>1</sup> Амбициозный шлем виртуальной реальности Oculus Rift задерживается. Первоначально планировалось, что разработчики получат комплекты для адаптации своих игр под Oculus Rift уже в декабре, но теперь дев-киты начнут рассылать лишь в марте следующего года. Создатели шлем объясняют задержку тем, что им пришлось пересмотреть дизайн Oculus Rift и внести ряд других важных изменений. Об Oculus Rift стало известно после запуска акции по сбору средств на Kickstarter. Пользователи пожертвовали разработчикам шлема почти 2,5 миллиона долларов.

<sup>2</sup> Использован термин М. Маклюэна.

труд как фактор создания стоимости товаров; информация начинает выполнять функции капитала.

Постмодернистская концепция информатизации общества в эпоху постсовременности развивает указанный тезис. Ж.-Ф. Лиотар полагает, что быстрое увеличение числа информационных машин радикально меняет и природу знания. Знание теперь может стать «...операциональным только при условии его перевода в некие количества информации. Следовательно, мы можем предвидеть, что все неперебиваемое в установленном знании, будет отброшено, а направления новых исследований будут подчиняться условию переводимости возможных результатов на язык машин. "Производители" знания, как и его пользователи, должны и будут должны иметь средства перевода на эти языки того, что одни стремятся изобрести, а другие – усвоить» [4, с. 6]. Отсюда естественно вытекает доминирование информатики.

Можно предположить, что именно в знании эпохи постмодерна пересекаются субъект и объект познания. Информационное знание нивелирует различия субъекта и объекта в познании. Произведенная и интерпретированная информация настолько отдалены от субъекта, его производящего, а затем от субъекта потребляющего, что знание-информация приобретает статус объективированной, самодостаточной и самофункционалирующей субстанции. Такое знание становится главной производительной силой массмедиа. Массмедиа (как субъект) продуцируют и формируют информационные продукты, сообщения, принимаемые реципиентом как относящиеся к знанию. Массмедийная продукция дифференцирована, рассчитана на разные категории населения, мозаична, направлена более на создание симулякров действительности, а не на реалистическое отражение вещей, фактов. В частности, массмедиа начинают формировать образы успешного человека, и туристические поездки во время отпуска по модным направлениям становятся его неотъемлемой частью.

Массмедиа как институт подвергается постмодернизации. В силу этого массмедиа является субъектом постмодернизации, поскольку обилие, разнообразие, динамичность массовой информации способствуют выхолащиванию и фрагментации восприятия реципиента.

Продуцируемое знание в эпоху постмодерна отчуждено от своих пользователей. Более того, оно совершенно не зависит от сознания человека, уровня его культуры и возможностей восприятия этого знания. Меняется и форма отношения производителей и пользователей знания к самому знанию – это стоимостное отношение, при котором знание превращается в товар, средство купли-продажи и обмена. «Знание производится и будет производиться для того, чтобы быть проданным, оно потребляется и будет потребляться, чтобы обрести стоимость в новом продукте, и в обоих этих случаях, чтобы быть обмененным. Оно перестает быть самоцелью и теряет свою "потребительскую стоимость"» [4, с. 6].

М. Маклюэн, характеризуя «горячие и холодные» средства коммуникации, т.е. культуры высокой и низкой грамотности, отмечал: «В новую электрическую Эпоху Информации и программной продукции сами товары приобретают во все большей степени характер информации, хотя эта тенденция проявляется главным образом в увеличении расходов на рекламу» [5, с. 45].

Следующим важным признаком информационного общества, выделяемого социологами прошлого века, является уровень знания, который в условиях постсовременности обуславливает социальную дифференциацию. «Деление на "имущих" и "неимущих" приобретает принципиально новый характер: привилегированный слой образуют информированные, в ту пору как неинформированные – это "новые бедные". Соответственно, очаг социальных конфликтов перемещается из экономической сферы в сферу культуры. Результатом борьбы и разрешения конфликтов является развитие новых и упадок старых социальных институтов [2, с. 10]. Не столько очаг конфликта перемещается из экономической сферы, в сферу культуры, сколько последняя становится средством разрешения экономических конфликтов. Непривиле-

гированные борются за доступ к разнообразной информации, которая является ресурсом для улучшения их положения в обществе.

Наконец, выделяется еще один важный фактор информационного общества, а именно его новая «интеллектуальная» инфраструктура; компьютерная техника вытесняет механическую. Социальная организация и информационные технологии образуют симбиоз. Общество вступает в «технетронную эру» (З. Бжезинский), когда социальные процессы становятся программируемыми.

Ж.-Ф. Лиотар выделяет еще один фактор, который играет решающую роль в постиндустриальной экономике и в культуре постмодерна: в качестве информационного товара, «необходимого для усиления производительной мощи, знание уже является и будет важнейшей, а может быть, самой значительной ставкой в мировом соперничестве за власть. Так же, как национальные государства боролись за освоение территорий, а затем за распоряжение и эксплуатацию сырьевых ресурсов и дешевой рабочей силы, надо полагать, они будут бороться в будущем за освоение информации» [2, с. 10].

Действительно, в конце XX – начале XXI в. отмечается повышенное внимание политических элит развитых государств к феномену социальной информации. Более того, обладание и управление информационными потоками превратилось в один из решающих факторов завоевания и сохранения власти.

Теоретики информационного общества, однако, отождествляли информацию и знание. Информация в настоящее время играет огромную роль во всех сферах жизнедеятельности, но в условиях постмодерна и теоретических обобщениях постмодернизма информация не является тождественной знанию. Информация больше не является показателем уровня научного знания, самого духа культуры; она подвержена глубоким структурным изменениям и функционально дифференцирована. Ж.-Ф. Лиотар отмечает: «Идея, что знание принадлежит "мозгу" или "духу" общества, а значит Государству, постепенно отживает по мере усиления обратного принципа, согласно которому общество существует и развивается только тогда, когда сообщения, циркулирующие в нем, насыщены информацией и легко декодируются» [4, с. 7–8].

Поскольку информация больше не может рассматриваться тождественно знанию, следует определить, что есть информация. Информация структурируется следующим образом: сообщение, или послание (т.е. message – передаваемый продукт интеллектуальной деятельности человека); интерпретация, или восприятие (т.е. приобретаемое знание); коммуникация (т.е. операция трансляции, передачи сообщения). В постмодерне последняя операция трансляции оказывается главной, определяющей. Информация есть, таким образом, коммуникация, а не знание. Сегодня более информированный человек не тот, кто знает больше других, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций. Главная значимость информации содержится в ее операциональности. Информация определяет и обосновывает поступки и действия человека. Информация через средства массовой коммуникации, согласно М. Маклюэну, «расширяет человека вовне», расширяет «технологические симуляции его сознания» до такой стадии, когда «творческий процесс познания будет коллективно и корпоративно расширен до масштабов всего человеческого общества» [5, с. 3].

В своей работе Д. Иванов определяет информацию как коммуникацию, операцию трансляции символов, побуждающих к созданию виртуальных образов предмета. «Не передача данных о свойствах товара/услуги, т.е. рациональная денотация объекта, а создание его образа, мобилизующего аффективные коннотации, приносит прибыль в современной экономике и стимулирует развитие рекламного бизнеса... Создание образа – это всегда манипулирование знаками, символами, а коммуникации – это потоки символов по определению. То, что выглядит как информационный поток, является процессом создания образа» [2, с. 12]. М. Маклюэн отмечал, что за содержанием сообщения стоит сам сообщающий. Создание образов и символов с помощью коммуникаций в лоне современных информационных технологий создает особого рода виртуальную, симуляционную, реальность («гиперреальность» – Ж. Бодрийяр).

Современное информационное общество базируется на идее максимальной доступности информации «по клику» и стремится к повсеместному внедрению информационных сетей. Но Интернет, по образному определению Б. Стерлинга, всё ещё остаётся «цифровыми джунглями – миром, полным ярких цветов и жучков, штормов и вирусных эпидемий, миром, которому присущи и необыкновенное плодородие, и внезапная смерть, и моментальное разложение» [8, с. 78]. Это мир с неразвитой культурой, традициями и преемственностью, но с богатым воображением, мир избретающий, где трудно определить, что подлинно, а что нет.

Человек Путешествующий как полноправный гражданин информационного общества, достигнув практически всех самых укромных мест на Земле и сохранив их на память в видео- и фотоархивы, теперь осваивает этот «новый дивный мир», попутно изменяя политический, экономический и культурный ландшафт в реальном неиллюзорном мире.

### Список литературы

1. Барт Р. Смерть автора / Р. Барт // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – Москва : Академический проект, 1994.
2. Иванов Д. В. Виртуализация общества / Д. В. Иванов. – Санкт-Петербург : Петербургское востоковедение, 2000. – С. 7–12.
3. Кутырев В. А. Человеческое и иное: борьба миров / В. А. Кутырев. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2009. – С. 156–157.
4. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар. – Москва – Санкт-Петербург : Институт экспериментальной социологии : Алетейя, 1998. – С. 5–8.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – Москва : Гиперборея, 2003. – С. 3–45.
6. Пенн М. Дж. Микротенденции. Маленькие изменения, приводящие к большим переменам / М. Дж. Пенн, К. Э. Залесн. – Москва : АСТ, 2009. – С. 362–363.
7. Романова А. П. Подлинник или симулякр: перспективы развития материального культурного наследия / А. П. Романова, С. Н. Якушенков, С. Д. Дахин // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2011. – № 4 (29). – С. 281–288.
8. Стерлинг Б. Будущее уже началось: Что ждёт каждого из нас в XXI веке? / Б. Стерлинг. – Москва : У-Фактория, 2005. – С. 47.

### References

1. Bart R. Smert avtora // Bart R. Izbrannyye raboty: Semiotika. Poetika. Moscow, Akademicheskii proekt, 1994.
2. Ivanov D. V. Virtualizatsiya obschestva. St. Petersburg, Peterburgskoe vostokovedenie, 2000, pp. 7–12.
3. Kutyrev V. A. Chelovecheskoe i inoe: borba mirov. St. Petersburg, Aleteyya, 2009, pp. 156–157.
4. Liotar Zh.-F. Sostoyanie postmoderna. Moscow, St. Petersburg, Institut eksperimentalnoy sotsiologii, Aleteyya, 1998, pp. 5–8.
5. Maklyuen M. Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka. Moscow, Giperboreya, 2003, pp. 3–45.
6. Penn M. Dzh., Zalesn K. E. Mikrotendentsii. Malenkie izmeneniya, privodyaschie k bolshim peremenam. Moscow, AST, 2009, pp. 362–363.
7. Romanova A. P., Yakushenkov S. N., Dahin S. D. Podlinnik ili simulyakr: perspektivy razvitiya materialnogo kulturnogo naslediya // Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura, 2011, № 4 (29), pp. 281–288.
8. Sterling B. Budushee uzhe nachalos: Chto zhdYot kazhdogo iz nas v XXI veke? Moscow, U-Faktoriya, 2005, pp. 47.