

ИДЕОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ВЕКТОРЫ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПРОГРАММЫ

Н.П. Лукина

В последнее десятилетие одним из стратегических направлений исследований становятся идеологические аспекты социальных отношений, которые находятся в зоне пристального внимания философского и социологического дискурса. Понятие «идеология» стало не устранимым из всякого социального анализа и приложимым к любым формам жизни социума и человеческого духа. Лейтмотивом работ таких исследователей информационного общества, как З. Бжезинский, Б. Брюс-Бриггс, Э. Винер, Г. Кан, является осознание необходимости его идеологического обоснования. Судьба современного западного общества ставится ими в зависимость от создания новой эффективной идеологической доктрины, способной обеспечить его духовное единство, сплоченность и стать мотивирующей и объединяющей силой, формирующей общественное самосознание, направляющей поведение человека. Построение прогнозов будущей социальной реальности стало смещаться в последнее время на закономерности развития самого человека, на модификацию его поведения и тех фундаментальных ценностей, которые наполняют смыслом человеческую жизнь.

В статье сделана попытка анализа проблемы влияния идеологии на становление информационного общества. Конкретной задачей ставится определение статуса идеологии в структуре информационного общества и ее воздействия на динамику его развития. Пересмотреть само понятие идеологии заставляет также приход новой эпохи, легитимирующей себя в качестве «постидеологической».

Действительно, конец XX в. засвидетельствовал крушение большинства идеологий, что позволило артикулировать тезис о «конце идеологии» и породило настроения антиидеологизма. Эта идея, озвученная в свое время К. Мангеймом и актуализированная в 60-е годы прошлого века Д. Беллом, вступает, однако, в противоречие с утверждением Ф. Ницше о «вечности» идеологии, поскольку коренится в психологических и ценностных предпосылках индивида. Идеологию невоз-

можно устранить, как невозможно устранить оценочные суждения. Устойчивость архетипа идеологии в общественном сознании и в социально-исторической практике принято видеть в том, что она есть в принципе религиозно-мотивированная, секуляризированная система ориентаций. Идеология разворачивает конфликт между идеологическим движением и миром как конфликт между должным и сущим. Идеология, подобно древним мифам о происхождении сущего, обладает в сознании ее воспринимающих объясняющей силой, но обращенной, по мнению А. Глюксмана, не к прошлому, а к желаемому будущему. Идеология ищет опору не в обществе, а в трансцендентном по отношению к обществу духовном принципе. Эxpлицитyя идеологию в контексте социальной мифологии, Ф. Ницше сформулировал закон «вечного возвращения», согласно которому смерть одной из форм культуры сопровождается рождением новой. В истории культуры то или иное событие проходит по линии усложнения, распада на множество составляющих его компонентов, превращения компонентов в самостоятельные культурные феномены и исчезновения их первоначальной целостности. Идеология как часть культуры не исчезает, а демонстрирует смену одних ее форм другими. Так, идеология раннего модерна, претендовавшая на универсальность, трансформировалась в плюралистические формы социальной идентификации в эпоху позднего модерна. Кроме того, на исходе XX столетия произошла синхронизация идеологии, познания, критики и других духовных и предметных практик, что свидетельствует об их своеобразном социокультурном синтезе. Таким образом, идея деидеологизации бессмысленна, и речь должна идти не о конце идеологии, а о разрушении ее специализированных форм, об исчерпанности некоторых идейных течений.

В качестве особой практики идеология институализируется в Новое время, когда происходит становление массового социального субъекта, а рациональность приобретает ключевой статус. Одним из первых термин «идеология» ввел французский философ Д. де Траси в XVIII в., обозначая им науку о создании, выражении и распространении идей. Чтобы программировать сознание человека, идеология должна была взять под контроль две главные сферы духовной деятельности – познание и общение.

После произошедшей в XX в. очередной научно-технической революции в интеллектуальный дискурс прочно вошли понятия «информация» и «информационное общество». Информация, наряду с материей и энергией, стала рассматриваться как одна из трех не сводимых друг к другу субстанций, из которых состоит окружающий мир. Информационное общество определяется как общество, манипулирующее идеями,

образами, интеллектом, знаниями. Соответственно данному определению возрос исследовательский интерес к изучению состоящих из «чистой информации» символических реальностей, то есть тех, которые задаются системой знаков, текстом. Актуализировался также вопрос о влиянии различных символических реальностей на сознание человека как личности и как члена социума, на формирование его персональной картины мира.

В современной цивилизации сознание выполняет рационально-рефлексивную функцию и реализуется, прежде всего, в форме науки. М. Хайдеггер, указывая на специфические особенности мироотношения науки Нового времени, сформулировал концепцию «картины мира». В целом сущность Нового времени он усматривал в том, что мир становится образом. «Картина мира», считает М. Хайдеггер, есть артикулируемая человеком и прозрачная для его сознания, в силу этой артикулируемости, опредмеченная, объективируемая в знаковой или наглядно-образной форме модель реальности. Поскольку концептуальная «картина мира» имеет вербальное выражение, то ее изучение возможно на языковой модели личности в дискурсе словоупотребления. По М. Хайдеггеру, «картина мира» означает не усиленную копию, а то, что слышится в обороте речи, мы составляем себе картину чего-либо... Сущее в целом теперь берется так, что оно только тогда становится сущим, когда поставлено представляющим и устанавливающим его человеком» [13, с. 102–103].

Идеология есть интегрированная мировоззренческая модель мира, сложившаяся в ходе систематического редуцирования сложности окружающей действительности. Под редукцией мы понимаем сведение к единому знаменателю множества противоречивых элементов к одному или нескольким базовым элементам. Благодаря редукции достигается компактность идеологии, ее простота и доступность для человека определенной ценностной ориентации. Таким образом, идеология предстает как метадоктрина, схема-образец, направленная на объединение различных мировоззренческих моделей мира с целью сплочения социума вокруг определенных ценностей.

Современная философская проблематика образа мира гносеологически фундирована и исходит из следующих методологических посылок:

1. Познание реальности осуществляется субъектом в ходе ее репрезентирования или построения моделей.
2. В процессе познания реальности у субъекта формируется образ мира – структура, в которой закрепляются все его когнитивные достижения.

3. Индивид активен в ходе формирования субъективного образа мира, становление которого происходит в процессе взаимодействия субъекта с окружающей средой, но сложившийся образ мира целиком опосредует дальнейшее взаимодействие субъекта с миром, определяет его типичные формы интерпретации событий и поведения.

4. Образ мира формируется субъектом на базе онтогенетически априорных форм познания, которые выработались в ходе эволюционного развития человека как биологического вида.

5. Образ мира есть иерархическая система когнитивных репрезентаций. Когнитивные репрезентации представляют собой гипотезы, так или иначе интерпретирующие реальность. Адекватность таких гипотез не определяет напрямую их выбор субъектом. Неадекватные гипотезы исключаются из употребления в результате негативного опыта их апробирования. Когнитивная репрезентация представляет собой иерархическую систему персональных конструкторов – элементарных единиц анализа отношений сходства – различия событий.

6. Мира как такового для субъекта не существует. Выделение для исследования некоторой области реальности и взаимодействие с ней при помощи данных органов чувств и других когнитивных механизмов позволяют получать только субъективную информацию о реальности, которая принципиально неполна и изначально наделена субъективными значениями. Таким образом, значения изначально входят в образ мира, а не вносятся субъектом в ходе анализа перцептивной информации.

Исходя из этого, «образ мира представляет собой некоторую модель, которая, будучи построена на основании субъективного опыта, в дальнейшем сама опосредует восприятие этого опыта. Противоречивые данные некоторым образом согласуются в непротиворечивый образ... Особый интерес представляет ...концепция Д. Деннета о том, что сознание – это не поле и не фильтр, а особого рода деятельность психики, связанная с интерпретацией информации, поступающей в мозг из внешнего мира и от самого организма. Каждая такая интерпретация гипотетична и может мгновенно сменяться другой, более соответствующей реальной ситуации. В качестве факта сознания субъекту презентуется та гипотетическая интерпретация, которая одерживает верх над другими» [2, с. 60].

Итак, идеология в настоящее время должна искать опору не только в социальной, но и в когнитивной сфере. Эффекты виртуальной реальности, получившие широкое распространение благодаря развитию и совершенствованию информационных технологий, представляют собой гипертрофированные эффекты виртуализации реальности, свойствен-

ные естественному процессу познания реальности человеком благодаря связи познания с реальными условиями существования человека в мире.

Философы по-разному оценивают воздействие виртуально-символических реальностей на сознание человека и формируемый им в процессе познания образ мира. Так, В. Бибихин полагает, что «научное» многословие расплеснулось по миру и напивается собой «каналы» информации. Удобство многословия достигло «небывалой степени». Смысл удобства в том, пишет В. Бибихин, что «мы всегда опасно близки к тому, чтобы заскользить по удобной расположенной в сознании плоскости рассуждений, соображений, сравнений... и начать перечисление картин мира, какие они были и каких их не было и какие они еще могут быть и какие будут, – до полной уверенности, что ни мы себя не понимаем, ни кто бы то ни было нас уже не поймет и никогда не захочет понять». Здесь фиксируется различие знания и сознания. Сознание – лучший способ, позволяющий отключиться от нашего же собственного явного знания, способ знать и одновременно полужнать, знать и не совсем окончательно знать. Знание трезво, сурово, обязательно, оно велит. Любое сознание – способ разбавить знание, сделать его не слишком нас касающимся [5, с. 55–56]. Однако знание и сознание не только различны, но и взаимосвязаны. По отношению к идеологии можно предположить, что ее стержнем служит определенная идея, развивающаяся в интеллектуальной среде и формирующая интеллектуальные движения, которые в свою очередь воздействуют на общественное и индивидуальное сознание. Универсальная цель любой идеологии есть воздействие на общественное сознание, а через него на поведенческую структуру общества. По Р. Мертону, знание – это «психическая продукция», которая имеет две базы: социальную и культурную, а картина каждой созданной человеком ситуации определяет образ его поведения в данной ситуации. Главный вопрос для каждого состоит в том, чтобы понять, с какой степенью объективности человек участвует в «творчестве мира».

В современной философской литературе утвердилось представление о том, что идеология принадлежит к специфическому способу познания – духовно-практическому «освоению» мира, поскольку включает в себя недоказуемые мировоззренческие и мифологические положения и основывается на эмоциональных (трансрациональных) структурах человеческого сознания и подсознания. Здесь мы имеем дело с мотивом экспликации идеологии как доминирования аффективных порывов с попыткой трактовать подсознательные импульсы как рассудочные. Иначе говоря, идеология в поле познавательных проблем должна исследоваться через мифы, символы, стереотипы, веру, эмоции, экспектации (ожи-

дания). Таким образом, идеология эксплицируется сегодня в западной философии и социологии, опираясь на понятия архетипа бессознательного, власти, массовости, инстинкта, телесности, фантазма. Идеология предстает как целостная организованность явных или неявных, но всегда несомненных, то есть самопонятных установок, ценностей, стереотипов, норм, идей, через которые субъект интерпретирует все сферы жизни и коммуникации, а также свои действия в этих сферах.

В качестве примера может быть использована одна из современных интерпретаций идеологии, принадлежащая С. Жижке, для которого идеология не просто «ложное сознание», иллюзорная репрезентация действительности. Скорее, сама действительность должна пониматься как идеологическая. Идеологической является социальная действительность, само существование которой предполагает не-знание со стороны субъектов этой действительности, не-знание, которое является существенным для нашей действительности. Идеология претендует на познание мира в его «непостижимости», на переживание осмысленности мира. В идеологии присутствует интенция познать мир рационально, но она сопряжена с догадкой, что в этом мире есть нечто трансрациональное, неподотчетное разуму. Идеология дает опору индивиду в виде «большого Другого», институционализированного символического порядка, с которым индивид должен себя соотносить [8, с. 28].

Таким образом, идеологическая рефлексивность, претендуя на рациональность, укрепляется и легитимизируется в постиндустриальный период с характерным для него высоким престижем науки. В своих основах идеология пытается отвечать массовым ожиданиям как теоретического, так и утилитарного сознания. В указанном смысле идеология не может позволить себе быть эзотеричной как наука, но в то же время она противопоставляет себя догме, верованиям. Идеология, ничего не продуцируя самостоятельно, осуществляет рационализацию представлений, порожденных повседневностью. Она комбинирует, систематизирует эти представления, прибегая к использованию философской, научной и другой специализированной терминологии и логико-методологических средств, но оперирует ими формально. Эксплуатация научного арсенала сообщает результатам идеологической рефлексии видимость строгой логической консеквентности (последовательности) и тем самым теоретичности. Идеологические конструкты (идеологемы) представляют собой рафинированные систематизированные разработки, и эта утонченная системность в совокупности с научной терминологией оказывает суггестивное воздействие на сознание, готовое в любой системности видеть синоним строгости и научности. Идеология предстает в качестве неотъемлемой части социальной рациональности, которая

обустраивает собственную «экзистенциальную» территорию за счет других практик, приспосабливаясь к чужим дискурсам. Поэтому главная социальная опасность идеологии заключается в нарастании «рациональности без разума» (Ч. Р. Миллс), иначе – в использовании рациональных средств для достижения иррациональных целей. Близость идеологии к философским системам позволяет ей играть роль мировоззрения, редуцированного до прагматических целей, ассоциирующихся с практиками социальной инженерии и технологии. Так, в условиях перехода к информационной цивилизации коммуникативные технологии эффективно используются как средства идеологического воздействия в рекламе и связях с общественностью. Отечественный исследователь указанных процессов Г. Почепцов замечает, что в идеале подобные методы воздействия должны стремиться к тому, чтобы резко снизить рациональность решения потребителя. Это достигается либо путем подключения к эмоциональной сфере, которая слабо поддается опровержению со стороны сферы рациональной, либо стремлением вывести человека на автоматизм его реакций, когда рациональная сфера также отключена, но уже по другой причине. Принимая сообщения гедонистического плана, мы на другом уровне получаем сообщение идеологического плана, которое носит фоновый характер. А на фоновое сообщение невозможно отвечать рационально [14, с. 128–129].

Идеология возникает в результате распада мифа и функционирует как один из вариантов рефлексивной практики, представляя собой противоречивый синтез рационального и нерационального.

Идеологию невозможно понять вне контекста культуры и общества. Однако общество не имеет дела с идеологией напрямую, она воздействует на социум опосредованно. В обществе как качественно определенной и функционирующей целостности идеология предстает органической частью культуры и выполняет одну из своих базовых функций – самоописания и самоидентификации общества через особый способ символизации мира. Динамика развития идеологии раскрывает отношение ее символических форм с практическими смысловыми структурами. Являясь способом освоения мира, идеология предстает в качестве интерпретирующей инстанции, пользующейся схемами символизации и коммуникации.

На базе мифологии как целостного и нерасчлененного общественного сознания развивается не только религия, но и политика, право, идеология – все они несут на себе мифологические черты. Отождествление идеологии с мифологическим или религиозным сознанием происходит на том основании, что в них присутствует элемент веры, закрытой для скептического анализа.

Сущность мифологизма на рубеже XX–XXI вв. исследователь мифа Е.М. Мелетинский видел в следующем:

1. Миф как тотальный способ мышления специфичен для архаических культур, но в качестве «уровня» может присутствовать в самых разных культурах.

2. Мифотворчество использует символический язык, в терминах которого человек всегда моделировал, классифицировал и интерпретировал мир, общество и самого себя.

3. Мифы функционируют как средство социального контроля.

Таким образом, анализ роли мифологических структур в современном массовом сознании, экспликация мифологического способа концептуализации возможны сегодня через выделение особого типа мышления, которое специфично не только для первобытного мышления в целом, но и присуще определенным уровням сознания, особенно массового, во все времена. Оценивать нынешнее значение мифа для идеологии можно исходя из того, что различные исследователи используют слово «миф» в таких уничижительных коннотациях, как ложь, иллюзия, лживая пропаганда, вера, условность, представление ценности в фантастической форме, сакрализованное и догматическое выражение социальных обычаев и ценностей [11].

Итак, важнейший способ информационно-идеологического манипулирования – это конструирование мифов. Наше сознание опирается на идеологическую модель. Постоянное давление, осуществляемое средствами массовой коммуникации и информации, косвенно или напрямую программирует сознание на всех уровнях. Так, французский философ Р. Барт считает современность привилегированным полем для мифологизирования. Он выступает не столько против мифа как части мироощущения, сколько против тех форм, которые принимает использование мифологизмов мышления в современном потребительском обществе с целью «подавления разума». Из орудия первобытного образного мышления миф, по Барту, превращается в инструмент политической демагогии. «Для класса, которому не хватает сил ни для чистого разума, ни для мощного мифа, – пишет Р. Барт, имея в виду средний класс буржуазии, – весьма характерна тяга к иллюзионизму», которую и удовлетворяет миф, так как с его помощью утилитарная функция прикрывается оформлением «под природу». Р. Барт признает, что преодолеть мифологию невозможно, так как в любом естественном языке уже имеется некоторая предрасположенность к мифу. «Всякая семиологическая система есть система ценностей, потребитель же мифов принимает их значение за систему фактов... Буржуазная идеология... отказывается от объяснения вещей... Функция мифа – удалять реальность» [3, с. 96].

По утверждению ряда современных исследователей, в основании идеологии информационного общества лежат проекты неоллиберализма и постмодернизма [4, 7, 9, 12]. В частности, политическое оформление информационного общества связано с неоллиберальной идеологией глобализма, решительно критикуемой многими авторами за ее экономическую одномерность, линейное одностороннее мышление, мировой рыночный авторитаризм [4, с. 223]. Подобные инвективы возникли не сегодня, а были инициированы еще в критических концепциях франкфуртской школы. Так, Г. Маркузе ввел понятие «одномерного человека» – человека, смотрящего на мир через призму «одномерного сознания», сформированного для него средствами массовой информации и подчиненного существующим социальным нормам. Манипулирование сознанием посредством символов, создание управляемой толпы, состоящей из атомизированных, извне ориентированных «одномерных» людей, становится определяющим фактором социальной жизни и квалифицируется как ненасильственное принуждение. «Одномерное сознание» есть результат господства над человеком чуждых ему сил, и его социальная детерминированность препятствует подлинной свободе в познании мира. Продолжая начатую Вальтером Беньямином в рамках франкфуртской школы критику технологической цивилизации, техники как таковой и научного знания, Г. Маркузе видел в этих явлениях не просто средство покорения природы, но и господствующую идеологию современного общества. По его мнению, поздний капитализм уже не нуждается в идеологии, возвышающейся над непосредственным материальным производством. Сам производственный процесс становится новой и чрезвычайно эффективной идеологией и политикой [10].

Известная трилогия О. Тоффлера («Футурошок», «Третья волна» и «Сдвиг власти») продолжает начатое Г. Маркузе исследование идеологии развитого индустриального общества и посвящается анализу основных тенденций становления нового информационного этапа цивилизации. Здесь мы имеем дело с опытом введения и обоснования ключевых понятий, необходимых для осмысления происходящих в мире радикальных изменений. Эти изменения не хаотичны и случайны, они имеют четкую, хорошо различимую структуру. «Третья волна» отстаивает положение, согласно которому цивилизация использует определенные процессы и принципы и развивает свою собственную «суперидеологию», чтобы дать объяснение реальности и оправдать свое собственное существование. Связывая трансформацию современного общества прежде всего со знаниями и информацией, О. Тоффлер отмечает: «Мы движемся к свободно организованной, открытой информации... Такая форма хранения и обработки информации указывает на глубокую рево-

люцию в том, как мы мыслим, анализируем, синтезируем и выражаем информацию... А это связано с болезненным сдвигом власти от тех, кто раньше был монопольным распорядителем информации». И далее читаем: «Наиболее значима поддержка средствами информации, прежде всего действиями, чем на словах, идеологии глобализма. Глобализм или по меньшей мере наднационализм – это естественное следствие новой экономики, не учитывающей национальные границы, и в интересах владельцев новых средств информации распространять эту идеологию» [16, с. 177, 344].

Чем дальше развиваются футурологические проекты, тем более заметным становится серьезная обеспокоенность исследователей открывающимися перспективами. Так, алармистская направленность работ британского философа С. Лэша, посвященных отдельным аспектам информационного общества, позволяет сделать вывод о том, что новая социальная реальность характеризуется нарастающей неопределенностью, иррациональностью, дезинформированностью. Причину подобного парадокса автор видит в том, что символом информационного общества становятся не столько блага, воплощающие в себе информацию, сколько сама информация как таковая. Фетишизация информации радикально изменяет современное общество на каждом структурном уровне его организации. В экономике идеология честного труда вытесняется идеологией финансового успеха, тем самым размывая аристотелево понимание экономики как компоненты этики. Традиционная экономическая теория с уходом материального производства теряет статус системообразующей идеологии. Меняется само назначение экономики: она осуществляет экспансию в такие секторы, где создается новый тип сознания, опирающийся на мифологему «экономики духовных предложений» – имиджа, фирменного стиля, идеологии. По мнению А. Бузаева, появляются новые единицы измерения социальной реальности – субкультура, идеология, архетип сознания, основанные не на материальном, а на культурном единстве общества. В этом мире борьба за потребителя и его сознание идет не между товарами и фирмами, а между их имиджами и идеологиями [6, с. 45]. Уникальность современной исторической ситуации состоит в том, что пути развития не только экономики, но и политики, искусства и науки сходятся в едином информационном поле общества, у которого появляется новая мифологическая основа. Информационное общество возвышает не создателей знания, а владельцев их эквивалента – денег и информации. В политической сфере имеет место сдвиг приоритетов от национального к глобальному. В социальной – замещение социального культурным, в результате чего устойчивые отношения уступают место постоянному изменению, а общество

становится все больше похожим на сообщество, которое основано не на нормах, а на ценностях. За указанными процессами лежит квазианархическое, то есть неорганизованное распространение информации. При этом информация легко фальсифицируется, в виртуальном пространстве появляются пустые тексты, облеченные в правильную грамматическую форму. Информационные технологии, актуализированные исключительно как технологии присвоения, способствуют становлению поп-науки, направленной на бессмысленное уплотнение информационной среды обитания человека. Из квазианархии информационного общества вырастает технологический уклад жизни с возрастающей ролью субъективных факторов и предпочтений, с дистанционной культурой как способом жизни-на-расстоянии, с социализацией, возможной только в качестве технологического дополнения. Таким образом, информационное общество, становясь все более индивидуализированным и субъективизированным, в то же время усиливает свои технологические параметры.

Какая опасность кроется в этих процессах? Во-первых, современное общество становится беспрецедентно подвижным, лишенным прочных отношений и основ. Во-вторых, меняется сама природа социальной реальности, ориентированная на приоритет коммуникационных отношений, не на производство, а на движение символов, на игровую составляющую человеческого существования. В-третьих, воспроизводящаяся в средствах массовой информации практика технологического мира разрушает устойчивые представления, на смену которым приходит постоянно изменяющаяся реальность и сопровождающие ее иллюзии. Информационное, технологическое общество становится обществом без центрального субъекта, обществом, в котором власть сосредоточена везде и нигде. Это общество, критика которого невозможна, как невозможно и определение объекта этой критики. В информационном обществе имеет место смешение всех традиционных категорий, ценностей, что в конечном счете дезориентирует человека и подчиняет его действию не-общественных, не-человеческих сил и обстоятельств, в которых скрыта идеология технологического уклада.

Зафиксированные социальные и идеологические сдвиги ассоциируются как зарубежными, так и отечественными исследователями с сетевой логикой и шире – с постмодернистской культурой [9, 12]. Согласно постмодернистской догме, реальность – это дискурсивный продукт, символический вымысел, ошибочно принимаемый нами за автономную материальную сущность. Современный человек, по С. Жижеку, действующий в искусственной цифровой вселенной, которая регулируется определенными правилами, испытывает нехватку исходной плотности жизненного мира. Человеческий субъект в нашей реальности в действи-

тельности находится «не у себя дома». Субъект в постмодернистской версии с неизбежностью децентрирован, и формы децентрированности представлены триадой Реальное – Символическое – Воображаемое. Воображаемое – образ как таковой в своем исконном значении приманки. Символическое – ипостась реального, сведенного к бессмысленной формуле, которую невозможно вернуть к повседневному опыту жизненного мира, соотнести с ним или связать с ним. Реальное – это недостижимая травматическая сущность, по сути пустота, на которую можно смотреть только со стороны, при искажении перспективы. Это означает, что Реальное не является твердым ядром реальности, сопротивляющимся виртуализации. Основной чертой сегодняшней виртуализации нашего жизненного опыта становится рефлексивная дистанция, препятствующая полной вовлеченности субъекта в экзистенциальное пространство. С. Жижек вводит понятие «фундаментального безразличия» позднекапиталистического субъекта, которое вытесняет, скрывает частную жизнь, наполненную эмоциями, и предстает как фантазматический экран, отгораживающий нас от разрушительного опыта реальной жизни. С. Жижек задает правомерный вопрос: а не является ли цифровая идеология киберпространства способом породить самую толщу бытия из цифрового формально-структурного порядка, которая позволяла бы нам удерживать реальный мир с его реальными противоречиями на расстоянии, на соответствующей дистанции? Виртуализация нашей повседневной жизни создает впечатление, что мы живем в искусственно сконструированной вселенной. Реальное, таким образом, есть фантазм, который представляет собой воображаемый сценарий, занимающий место реального. Постмодернистские интенции касаются расширения фантазма до размеров сообщества. По мнению С. Жижека, сегодня идеология киберпространства, наивная вера в киберкоммунизм формируют идею о том, что глобальная мировая сеть, новые медиа непосредственно создадут условия для возникновения нового подлинного сообщества [9].

Постмодернизм как идеология связан со стремлением к мозаичности общества, с его культурным релятивизмом, объективно способствующим разрушению традиционной системы социальных статусов. Постмодернистская эпоха отвергает притязания на истину, которые понимаются в качестве проявления скрытых механизмов власти. Уходящий мир модерна (Нового времени) оставил общество распадающимся на множество новых коллективных форм, без традиционной принадлежности к классу, этнической общности, религии или политической идеологии. Эпоха постмодерна заявила об изменении статуса знания и выдвинула притязания на новый тип рациональности, наиболее полно отвечающий тенденции информатизации общества. По Ф. Лиотару, знание

превратилось в «информационный товар», а наука раскололась на множество непонимающих друг друга языков. Универсальный метадискурс науки стал невозможным, поскольку уже никто не владеет целым. В обществе с размытыми духовными ориентирами постепенно утрачивается доверие к рациональной научной мысли, которая предстает как один из мифов уходящей индустриальной эпохи. Фундаментальная наука с ее поиском объективной истины превращается в фантом. Многообразие научных теорий и концепций оборачивается осознанием мифологической природы любого знания, любой информации.

Типичными для постмодерна является плюрализм и отсутствие полемики между оппонентами, иными словами, в сознании человека соединяются разные фрагменты культур и идеологий. Глобальные информационные сети образуют новую социальную морфологию, накладывающую свой отпечаток на институты власти, экономику, культуру, повседневную жизнь человека. В постмодернистской культуре, пронизанной сетевой логикой, господствует аудиовизуальный гипертекст, растворяющий субъекта в мире знаков, не центрированных исторически и географически. «Всемирная паутина», стоящая между индивидом и реальностью, берет на себя право интерпретировать события и формировать личностную и цивилизационную идентичность. «Можно утверждать, – полагает Л. Мясникова, – что человек сетевой превращается в одно из программно-аппаратных средств киберпространства, которое открывает доступ к его подсознанию, к внутреннему пространству человеческой личности и представляет широкие возможности целенаправленной манипуляции им, то есть переводит его развитие в сферу электронной несвободы. Сама сеть при этом может рассматриваться как активный психоделик, способный перекоммутировать массовое сознание» [12, с. 11].

Возможна ли критика в информационном обществе как критика идеологии этого общества? Сохраняет ли свое значение критика как инструмент социальной рефлексии? На эти вопросы С. Лэш дает отрицательный ответ. По его мнению, современное общество переживает переход от идеологической критики к критике информационной. Критика идеологии была поставлена К. Марксом в прямую зависимость от экспликации таких феноменов, как «превращенная форма» и «ложное сознание». Применяя эти понятия, К. Маркс сумел интегрировать явления общественного и индивидуального сознания в систему социальной деятельности. В применении к идеологическим отношениям он интерпретировал «ложное сознание» не как индивидуальное заблуждение, а как общественно необходимую видимость отношений, воспроизводящуюся в представлениях субъектов [15, с. 10].

В современном обществе, технологически нацеленном на результат, а не на цели и смыслы, нет места идеологической критике в марксовом понимании. С исчезновением внешней структурированной реальности информационная критика должна быть заключена внутри самой информации. Другими словами, теперь критика не может быть трансцендентной, она должна стать эмпирической. Критика и тексты критической теории становятся элементом всепоглощающей информационализации. Критические тексты превращаются в культурный феномен, в часть глобальной информации и медиа, в объект интеллектуальной собственности, используемый с меньшей, чем прежде, степенью рефлексии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акчурина И.А. Виртуальные миры и человеческое познание // Концепции виртуальных миров и научное познание. СПб.: РХГИ, 2000.
2. Баксанский О.Е., Кучер Е.Н. Современный когнитивный подход к категории «образ мира» // Вопросы философии. 2002. №8.
3. Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000.
4. Бек У. Что такое глобализация? М.: Прогресс – Традиция, 2001.
5. Биbihин В. Мир. Томск: Водолей, 1995.
6. Бузаев А. Что такое «экономика мифов» // Советник. 2000. №5.
7. Бузгалин А.В. Постмодернизм устарел (Закат неолиберализма чреват угрозой про-тоимперии) // Вопросы философии. 2004. №2.
8. Жижек С. Возвышенный объект идеологии. М.: Художественный журнал, 1999.
9. Жижек С. 13 опытов о Ленине. М.: Ad Marginem, 2003.
10. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. М., 2003.
11. Мелетинский Е.М. Поэтика мифа. М.: Восточная литература РАН, 2000.
12. Мясникова Л.А. Экономика постмодерна и отношения собственности // Вопросы философии. 2002. №7.
13. Новая технократическая волна на Западе: Сборник статей: переводы. М.: Прогресс, 1986.
14. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефлбук, 1999.
15. Lash S. Critique of Information; Thousand Oaks (Ca): Sage Publications, 2002.
16. Toffler A. Powershift. Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st century. N.Y., 1990.