

МАНУЭЛЬ КАСТЕЛЬС: СТРАТЕГИЯ ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭПОХИ

Кириллова Наталья Борисовна

*Д. культурологии, профессор, Уральский федеральный
университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург)
urfo@bk.ru*

MANUEL CASTELS: STRATEGY OF THE INTERNET CULTURE OF THE INFORMATION AGE

N. Kirillova

Summary: 2021 marks the 20th anniversary of the publication of the monograph «Galaxy Internet: Reflections on the Internet, Business and Society» by the famous American sociologist, analyst of the information age and network society Manuel Castells, which immediately became a scientific bestseller, popular in many countries of the world. Castells wrote his book in the initial period of the Internet civilization, which caused enormous changes in various spheres of society: politics, business, culture. The analysis of the new socio-cultural human environment conducted by the scientist, far from direct prophecies and forecasts, remains as relevant and in demand, logically continuing the problems of many fundamental studies of media communications and media culture of the information age, previously presented in the works of V. Benjamin, R. Barth, J. Baudrillard, G.M. McLuhan, E. Toffler, etc. Analyzing and generalizing socio-cultural, philosophical and communicative concepts of M. The author substantiates the emergence and development of new alternative cultures existing in the Galaxy of the Internet, in social networks, in the modern communication and digital space and predicts their prospects.

Keywords: Manuel Castels, information age, media communications, media culture, «Galaxy Internet», virtual reality, Internet culture.

Аннотация: В 2021 году исполнилось 20 лет со дня выхода монографии «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» известного американского социолога, аналитика информационной эпохи и сетевого общества Мануэля Кастельса, ставшей сразу научным бестселлером, популярным во многих странах мира. Свою книгу Кастельс писал в начальный период интернет-цивилизации, вызвавшей колоссальные изменения в разных сферах жизнедеятельности общества: политике, бизнесе, культуре. Анализ новой социокультурной среды обитания человека, проведенный ученым, далекий от прямых пророчеств и прогнозов, остается по-прежнему актуальным и востребованным, логически продолжая проблематику многих фундаментальных исследований медиакоммуникаций и медиакультуры информационной эпохи, ранее представленную в трудах В. Беньямина, Р. Барта, Ж. Бодрийяра, Г.М. Маклюэна, Э. Тоффлера и др. Анализируя и обобщая социокультурные, философские и коммуникативные концепции М. Кастельса, автор обосновывает появление и развитие новых альтернативных культур, бытующих в Галактике Интернета, в социальных сетях, в современном коммуникационно-цифровом пространстве и прогнозирует их перспективы.

Ключевые слова: Мануэль Кастельс, информационная эпоха, медиакоммуникации, медиакультура, «Галактика Интернет», виртуальная реальность, интернет-культура.

Введение

Современную эпоху принято называть информационной, обусловленной формированием глобальной медиасреды, основанной на новейших цифровых технологиях, что доказывает ее воздействие на все сферы социально-культурной деятельности. Сегодня никто не будет оспаривать американского футуролога и социолога Э. Тоффлера, который определил в конце XX века новые параметры устройства общества, «базирующиеся не на богатстве или насилии, а на интеллекте и знании, которые дает информация» [17, с. 8].

Известно, что каждая эпоха порождает новые лидирующие формы культуры, которые наиболее эффективно удовлетворяют интересы и потребности человека, то есть оказываются наиболее действенными как с точки зрения выполнения своих социальных функций, так и с точки зрения взаимопонимания и консолидации членов общества. И в этой связи, вслед за Ю.М. Лотманом, мож-

но констатировать, что «культура – это явление социальное» [11, с. 5].

Особый смысл в информационную эпоху приобрел термин «медиа» (от лат. *medium* – средство, посредник), введенный канадским социологом Г.М. Маклюэном, который стал использоваться для обозначения средств массовой коммуникации (*mass media*). А концепт «медиакультура», ставший феноменом информационной эпохи, дал возможность Маклюэну пересмотреть историю и теорию культуры, используя новую терминологию [12].

Немалую роль в исследовании данного феномена в мировой медианауке в разные периоды сыграли также труды таких теоретиков, как Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, Н. Больц, Ж. Деррида, Ж. Делёз, Г. Маркузе, М. Кастельс, Н. Луман, Л. Манович и др.

Одной из ключевых фигур в процессе переосмысления бытия культуры XX в., создателем соответствующе-

го концептуального языка считается Вальтер Беньямин. Он еще в 1930-х гг. обозначил суть проблем, с которыми столкнулись, с одной стороны, гуманитарная наука, а с другой – практическая сфера культуры, в которой наиболее знаменательным событием стали возможности технического репродуцирования, исчезновение онтологических и социальных границ между копией и оригиналом, разрушение «ауры» произведения. Более того, репродукционная техника вывела репродуцируемый предмет из сферы традиции, заменила его уникальное существование массовым – вместо индивидуального восприятия культура стала предлагать все более разнообразные и изощренные формы массового потребления [3, с. 36].

И все же одним из первых медиатеоретиков по праву считается Герберт Маршалл Маклюэн, создатель уникальной культуртипологии. Посвятив свои работы анализу коммуникативных каналов в культуре, он исследовал повседневную жизнь человека в информационном обществе – мире, созданном новейшими средствами массовой коммуникации. Маклюэн воспринимал технические новации как метафоры: «Все средства коммуникации – действующие метафоры»; «Язык медиа, как и любой другой язык, – это технология»; «Лишь художнику дано право быть антенной нации»; «Быть художником – значит управлять метафорами». Таков манифест Маклюэна, ставший стержнем главной его работы «Понимание медиа: Внешние расширения человека» [12, с. 135].

Роль медиа – в объекте внимания и книги Ролана Барта «Мифологии». Вместо термина «медиа» Барт использует термин «современные мифы», однако в его понимании миф теряет функцию толкования и приобретает способность маскировки идеологии. Бартовские мифы служат не разрешению, не изживанию противоречий, а их «натурализации» [2, с. 233-234]. По Барту «миф» и «медиа» – это синонимы, так как оба по-своему интерпретируют реальность.

Информационный взрыв рубежа XX–XXI вв., связанный с новыми информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), привел к появлению иного типа реальности – виртуальной, пространство которой стало новой социокультурной средой обитания человека. Понимание «виртуальности» как инобытия и ее осмысление предпринималось еще в античности. А в конце 1990-х гг. понятия «виртуальная реальность», «киберпространство», «виртуализация культуры» и др. стали настолько модными трендами, что сегодня без них трудно представить социокультурную сферу – будь то теоретические исследования или реальная жизнедеятельность.

Массовая одержимость «экранами» виртуальной

реальности привела к критическому отношению к ИКТ. Многие исследователи вслед за французскими постструктуралистами, в частности, Жаном Бодрийяром, стали воспринимать новые медиа как «симулякры» физической реальности [4, с. 5-7], оказывающие негативное воздействие на жизнедеятельность индивида или, по методу Р. Барта, как «семиотическую систему мифологизации реальности» [2, с. 271].

Точки над *i* в данном вопросе расставил Мануэль Кастельс сначала в своем трехтомном труде «Информационная эпоха: Экономика, общество и культура» написанном в 1996-2000 гг. [5], а затем в монографии «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе», изданной в 2001 г. [6], а в 2004 переведенной на русский язык [7]¹.

Материалы и методы исследования

Поскольку работа носит междисциплинарный характер, то она объединяет в себе общетеоретические, культурологические и социологические методы, позволяя автору рассматривать весь комплекс взаимосвязей между медиасферой, включая Интернет-пространство, обществом и личностью и множественностью траекторий духовного бытия человека как объекта и субъекта интернет-культуры.

Среди общетеоретических подходов к исследованию автор использует методы анализа, синтеза и обобщения. *Культурно-исторический метод* дал возможность, опираясь на монографию М. Кастельса, рассмотреть Интернет-пространство как особое культурное пространство и источник социального развития, в процессе которого индивид осваивает социокультурный опыт.

Метод социально-аналитический, используемый М. Кастельсом в своем исследовании, помог проследить процесс интернетизации общественного и индивидуального сознания в постиндустриальную эпоху и влияние Интернета на образование и жизнедеятельность человека.

Результаты исследования

Монография «Галактика Интернет: Размышление об Интернете, бизнесе и обществе» [6], написанная 20 лет назад, стала не просто академическим изданием, а научным бестселлером, т.е. своеобразной вехой в истории культуры и современной информационной цивилизации. Автор статьи в ряде своих работ рассказал о вкладе Мануэля Кастельса в медианауку [8, 9, 10], хотя специального анализа проблемы интернет-культуры, исследование которой было проведено М. Кастельсом, автор

¹ Здесь и далее цитирование идет по русскоязычному изданию книги «Галактика Интернет».

представляет впервые.

Отмечая особенность Интернета в период его появления, социолог подчеркивает, что даже в стадии своего первоначального существования он не подвергался жесткой цензуре, будучи закрытой сетью, коммуникации в которой были доступны только узкому кругу военных, студентов и преподавателей. В новом тысячелетии интернет-пространство каждой страны в той или иной степени подвластно ее законодательству, в число норм которого входит и контроль над нелегальным распространением запрещенных товаров. Однако полностью «подконтрольным» Интернет не может быть изначально по своей технологической природе.

В книге «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» М. Кастельс называет Интернет «универсальным социальным пространством свободной коммуникации», а также «ключевой технологией информационной эпохи», считая его воплощением «культуры свободы и личного творчества» [7, с. 3-4]. Как его использовать, каково его наполнение – все это зависит от воли самих пользователей. В культуре Интернета Кастельс выделяет четыре равноценных субкультур: культура техноэлиты, культура хакеров, культура обывателей и культура предпринимателей, из которых «самыми свободными» социолог называет техноэлиту, то есть разработчиков [7, с. 55-57]. Можно поспорить с мнением автора, но совершенно очевидно, что Интернет как «технология свободной коммуникации» для ее осуществления требует специальных навыков. Чем шире их арсенал, тем свободнее доступ к информации.

Специфику новой интернет-культуры Кастельс вслед за исследователями, такими как Packer R. и Jordan K. [15], определяет как новую модель коммуникации на основе одновременного осуществления следующих пяти процессов: 1. *Интеграции*: комбинированием художественных форм и технологий с образованием гибридной формы выразительности; 2. *Интерактивности*: способности пользователя манипулировать и непосредственно воздействовать на его восприятие медиа, а также общаться через медиа с другими людьми; 3. *Гипермедиальности*: связывание отдельных элементов медиа друг с другом для создания шлейфа индивидуальных ассоциаций; 4. *Погружения*: опыт симуляции модели трехмерного окружения; 5. *Повествовательности*: эстетические и формальные стратегии нелинейных форм повествования и репрезентации [7, с. 234-235].

Называя интернет-культуру «культурой виртуальной реальности», Кастельс подчеркивает, что она является виртуальной, «поскольку строится, главным образом, на виртуальных процессах коммуникации, управляемых электроникой». Вместе с тем «она является реальной (а не воображаемой), потому что это наша фундаменталь-

ная действительность, физическая основа, с опорой на которую мы планируем свою жизнь, создаем свои системы представительства, участвуем в трудовом процессе, отыскиваем нужную информацию, формируем свое мнение... Эта виртуальность и есть наша реальность. Вот что отличает культуру информационной эпохи: именно через виртуальность мы в основном и производим наше творение смысла» [7, с. 237].

Используя материалы первых социологических исследований Интернета, Кастельс поднимает вопрос о социальной реальности в виртуальном пространстве Интернета, доказывая, что Интернет является «материальной основой сетевого индивидуализма» [7, с. 156] ибо, как констатирует социолог, «в Интернете вы будете тем, кем или чем вы себя назовете, поскольку именно на основе этого ожидания со временем создается сеть социального взаимодействия» [7, с. 157]. Более того, по мнению Кастельса, «сетевой индивидуализм является социальной структурой, а не собранием изолированных индивидуумов... Благодаря гибкости и коммуникационным возможностям Интернета онлайн-социальное взаимодействие играет все возрастающую роль в общественной организации в целом» [7, с. 158].

Автора данной статьи как культуролога и медиамеджера привлекает и отношение социолога к роли Интернета в вопросах демократии и информационной политики. Хотя за несколько лет до этого Кастельс дал негативный ответ на данный вопрос [5, Vol. 2, с. 195]. Его вывод в «Галактике Интернет» еще более жесткий «... использование Интернета ведет к углублению кризиса политической легитимности в результате предоставления более широкой стартовой площадки для политики скандалов. Проблема здесь не в Интернете, а в характере той политики, которой следует наше общество» [7, с. 186].

Определяя стратегию безопасности в эпоху Интернета Кастельс вводит такое понятие как «ноополитика» в противовес «реальной политике» - термин, предложенный Дж. Аркиллом и Д. Ронфельдтом [1] в связи с возникновением глобальной информационной среды («ноосферы»), охватывающей киберпространство и все остальные медийные системы. Стратегическими терминами по Кастельсу являются также «роение» и «кибервойна» как спектры конфликтов и противоречий эпохи глобализации и цифровизации [7, с. 193].

Интернет-культура, как составная часть медийной культуры, полифункциональна. С одной стороны, как доказал М. Кастельс, она является одной из основ, на которых строится современная глобальная культура: это средство производства, обмена и хранения информации, самое полное, доступное и быстрое; это коммуникатор и посредник, источник познания и релаксации, опережающий в конкуренции печать, радио, телевиде-

ние. С другой стороны, Интернет – это «пространство свободы», трибуна общественного мнения, платформа для творческого самовыражения, то есть инструмент современной социокультурной деятельности.

Реальность, созданная телевидением, отличается от интернет-реальности тем, что в одном случае зритель имеет дело с «имитацией» реальности, а в другом – с «симуляцией». Однако симуляция, как видно из анализа, проведенного М. Кастельсом, предполагает не просто изображение реально существующего объекта, но и создание собственного – «киберреальности». У виртуальной реальности нет образца. Телевидение, что особенно видно сегодня на примере формата реалити-шоу, стремится как можно более правдоподобно и убедительно изобразить настоящий мир. В этом плане виртуальная реальность оказывается более самостоятельной и творчески доступной.

Вопрос оценки влияния социокультурного пространства Интернета на современного человека и общества в целом остается одним из самых актуальных и проблемных. С одной стороны, компьютер и Интернет открывают новые возможности для общения, обучения, проведения досуга. Пользование интернет-ресурсами позволяет значительно сократить физические и экономические расходы. С другой стороны, Интернет, погружая человека в иную реальность, привлекает к иным формам общения, что зачастую негативно влияет на его способность устанавливать контакты и взаимодействовать с объектами мира физического. Во многих технологически развитых странах получил распространение феномен, в Японии названный «хиккомори», а в англоязычных странах – «*neet*». Это целое поколение молодых людей, которым пользование Сетью позволяет проживать жизнь, не выходя из комнаты, – они пользуются исключительно онлайн-магазинами, казино, кинотеатрами, форумами и живут настолько насыщенной электронной жизнью, что в физическом плане становятся настоящими затворниками [16, с. 339–341]. Это одна из актуальных проблем, над решением которой работают представители психологии и медиапедагогики.

Вот почему, предвзято многие негативные проблемы, связанные с развитием Интернета, М. Кастельс в Заключении книги говорит о необходимости развивать способности «к обработке информации и генерации знаний в каждом из нас, в том числе и в каждом ребенке». Под этим исследователь подразумевает «не грамотность в использовании Интернета в его эволюционирующих формах, что самой собой разумеется». Речь идет, как отмечает Кастельс, «об образовании, но в его более широком, фундаментальном смысле, т.е. приобретении интеллектуальной способности к обучению, к тому, чтобы учиться на протяжении всей своей жизни» [7, с. 318].

Появление и изучение Интернет-культуры, благодаря М. Кастельсу, привело к функционированию и триумфу новых медиа, о специфике которых стали писать Л. Манович, Т. Нельсон, И. Сазерленд, У. Рассел Ньюман, Э.Л. Шапиро, Н. Негропonte и др. Развитие новых медиа, основанных на слиянии традиционных средств массовой коммуникации, таких как кино, изображение и музыка, устное и письменное слово с интерактивной мощью компьютерных и коммуникативных технологий, вызвало невиданный эффект. У новых медиа появился синоним – «социальные медиа», т.к. в них стала интегрироваться публичная и частная информация.

Как отмечает Л. Манович, цель появления новых медиа состояла в том, чтобы создать новую среду с новыми свойствами и формами коммуникации, которая позволила бы людям общаться, учиться и творить по-новому. Существуют ли формы, характерные исключительно для информационного общества, учитывая, что компьютерные сети переопределяют само понятие формы? Здесь можно согласиться с Л. Мановичем в том, что «в конечном счете новые формы уже не являются стабильными, определенными, конечными и ограниченными в пространстве и времени – зачастую они варьируются, возникают спонтанно, они размыты, их нельзя наблюдать непосредственно» [13, с. 78]. Более того, взаимодействие человека и компьютера, обработка информации, интернет-коммуникации – это динамические процессы, свидетельствующие о том, что информационные структуры современности достигли таких сверхчеловеческих масштабов, которые индивидуум не в состоянии в полной мере воспринять и познать.

А еще ранее в своей книге 2001 года «Язык новых медиа» Манович отметил, что компьютер, «как новая универсальная медиамашинка, производит новые дискурсы и новые термины, а, значит, и новый язык» [14].

Более того, появление нового медиаязыка на фоне трансформации информационной среды обитания человека позволило исследователям создать современную информационно-семиотическую теорию культуры, которая «раскрывает новые горизонты культурологии как науки и новые практико-прикладные инструменты и механизмы для социально-культурной практики» [18, с. 8].

Словом, Мануэль Кастельс вольно или невольно, благодаря своим исследованиям, активизировал медианауку XXI века.

Выводы

Подводя итоги, хотелось бы отметить следующее: как бы ни были различны оценки, связанные с отношением к Интернету, к влиянию виртуализации культуры на образ

жизни и мышление человека, сам факт этого воздействия очевиден. Многие из мыслей Мануэля Кастельса остаются актуальными в изучении роли Интернета. У интернет-культуры за последние годы появились свои синонимичные понятия: «виртуальная культура», «киберкультура», «цифровая культура», которые уже давно перестали быть неологизмами. Это доказывает правоту выдающегося исследователя в том, что Интернет – не просто формат обмена информацией, это настоящее поле жизнедеятельности, предоставляющее суррогатные решения

практически всех социально-культурных потребностей человека. Виртуальный мир компьютерной реальности и сети Интернет стал важнейшим фактором культуры XXI века. В отличие от традиционных медиа, Интернет, как и новые медиа (социальные сети), способствует активному самостоятельному выстраиванию индивидуального информационно-коммуникационного поля, что делает его не просто средством хранения и передачи информации, а универсальной платформой социально-культурной деятельности и творческой активности личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Arquilla J., Ronfeldt D. *The Emergence of Noopolitik: Toward an American Information Strategy*. Santa Monica, CA: RAND National Defense Research Institute, 1999.
2. Барт Р. Мифологии / Пер. с франц. С. Зенкина. Москва: Академический проект, 2008. 352 с.
3. Беньямин В. Произведения искусства в эпоху его технической воспроизводимости : Избр. эссе. Москва: Медиум, 1996. 240 с.
4. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. Москва: Академический проект, 2007. 335 с.
5. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. 1. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell. Vol. 1. (1996); Vol. 2 (1997); Vol. 3 (2000).
6. Castells M. *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford University Press, 2001.
7. Кастельс Мануэль Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
8. Кириллова Н.Б. Медиакультура от модерна к постмодерну. Москва: Академический проект, 2005. 448 с.
9. Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика. Москва: Академический проект, 2008. 496 с.
10. Кириллова Н.Б. Медиалогия. Москва: Академический проект, 2015. 424 с.
11. Лотман Ю.М. Об искусстве. Санкт-Петербург: Искусство, 1998. 704 с.
12. Маклюэн Г.М. Пониманием медиа: Внешние расширения человека. Москва-Жуковский: КАНОН-Пресс-Ц, 2003. 464 с.
13. Manovich L.Z. *Media after Software*//Journal of visual Culture, Vol. 12 (1), 2013, P. 30-37.
14. Manovich L. *The Language of New Media*. Cambridge. Massachusetts/London. The MIT Press, 2001. 354 p.
15. Packer R., Jordan K. (ed.) *Multimedia: From Wagner to Virtual Reality*. New York: W.W. Norton, 2001.
16. Тео А.В. Social isolation associated with depression: A case report of hikikomori // Int. J. Soc. Psychiatry. 2013. № 59 (4). P. 339–341.
17. Тоффлер Э. *Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века*. Москва: Изд-во АСТ, 2003. 669 с.
18. Тхагапсоев Х.Г., Астафьева О.Н. и др. *Информационно-семиотическая теория культуры. Введение*. Санкт-Петербург: Астерион, 2020. 208 с.

© Кириллова Наталья Борисовна (urfo@bk.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»