

УДК 008(075.8)

Б.Г. Нуржанов

Постмодернизм и «сетевое общество» Кастеллса

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

Аннотация. В статье проводится сравнительный анализ популярной сегодня теории сетевого общества Мануэла Кастеллса и постмодернистской теории. Хотя сам Кастеллс негативно относится к термину «постмодернизм», его анализ современного общества является вполне постмодернистским. Рассматриваются такие вопросы современной культуры, как урбанизм, информатизация, консьюмеризм, стиль жизни, юппи-класс и др. Постмодернистская теория и методология позволяют лучше понять произошедшие в обществе и культуре изменения.

Ключевые слова: урбанизм, постмодернизм, информационный город, информатизация, консьюмеризм, стиль жизни, юппи-класс.

В конце XX в. широкое признание получила теория сетевого общества Мануэла Кастеллса, которая является поздним вариантом теории информационного общества. Она интересна еще и тем, что представляет собой сочетание одновременно информационных, сетевых и урбанистических теорий общества. Урбанизм или урбанистические теории общества представляют собой широкую ветвь современных теорий общества, отличную как от информационных, так и от коммуникативных или медийных теорий. На примере теории Кастеллса можно показать близость постмодернистских идей урбанистическим и информационным (Кастеллс проводит различие между понятиями «информационное общество» и «информациональное общество», считая только последнее современным). Предварительно заметим, что постмодернизм уделяет исключительное внимание процессам урбанизма, и можно сказать, что урбанистическая проблематика стала неотъемлемой частью постмодернистских теорий. Речь идет не просто об архитектуре или теории архитектуры, а о более широкой социальной сфере с более широким охватом проблем функционирования современного города, включаемых в постмодернистский анализ. Урбанизм, говоря обобщенно, интересуется постмодернизм по трем основным параметрам: как наиболее

полная и «чистая» пространственная практика, как политический институт, реализующий через эту практику импульсы власти, и как пространство тотального консьюмеризма. Примечательно, что Кастеллс, негативно относящийся к термину «постмодернизм», проводит анализ «информационного города», мало чем отличающийся методологически от постмодернистского.

Не имея возможности рассмотреть эту теорию подробнее, мы рассмотрим только те ее аспекты, которые сближают ее с постмодернизмом. Как марксист (постмарксист) Кастеллс исходит из марксовской парадигмы анализа общества. Он считает, что если предшествующее (до 1970-х гг.) общество определялось капиталистическим способом производства, то современное определяется информационным способом развития. Оно отличается от предшествующего тем, что благодаря технологическим инновациям современное производство определяется информационными факторами генерирования, обработки и передачи информации. Его позицию можно определить как «технологический детерминизм», поскольку технологию он рассматривает как автономную по отношению к производству и другим социальным сферам область, но решающим образом влияющую на них. В отличие от классического марксизма, считавшего, что все социальные

изменения определяются способом производства, Кастеллс утверждает, что они определяются технологическими инновациями, включая и сам способ производства. И в центре современных технологий лежат процессы, связанные с обращением с информацией.

Кризис, который испытал капитализм в начале 1970-х гг., был преодолен, согласно Кастеллсу, благодаря реструктуризации и информатизации производства; эти сферы, информация и производство, хотя и не связаны друг с другом логически, но совпали исторически. Но без информатизации реструктуризация капитализма не была бы столь успешной. Без нее невозможна была бы интернационализация рынка, она значительно повысила производительность труда, существенно обновила товарный ассортимент, создала более гибкие производственные формы, снизила цены, особенно на информационные товары и услуги. Он вводит важное понятие «информационные потоки», которые, благодаря развитию информационных технологий, делают информацию решающим фактором экономических и социальных изменений. Информационный менеджмент выдвигается в число приоритетных профессий и средств управления информационными потоками. Слоган «кто владеет информацией, тот владеет миром» рождается из этих трансформаций. Здесь Кастеллс рассматривает такие вопросы, как сжатие пространства, глобализацию мира и др.

Но ближе всего к постмодернистской методологии Кастеллс подходит в своем анализе информационного города. Формирование глобальных городов Кастеллс считает прямым результатом информационного способа развития. Он рассматривает глубокие структурные изменения городской жизни, что дало основание некоторым исследователям назвать информационный город постмодерновым городом. Изменения в социальной структуре информационного города выражаются, прежде всего, в появлении особого класса горожан – уирриес, представителей наиболее преуспевающей части среднего класса, и они, по мнению Кастеллса, представляют, прежде всего, информационных менеджеров. Они не являются большинством городского населения, но именно они являются «ведущим социальным классом», и хотя они не связаны прямо с политической властью, именно они обладают реальной властью

над городом, формируют новое городское, гражданское общество. Их образ жизни, их запросы, вкусы и привычки решающим образом влияют на структуру и жизнь информационного города. Они образованы часто по нескольку раз. В отличие от традиционных городских слоев, локализованных в местах обитания, они представляют «космополитизм новых информационных продюсеров». Их жизнь не только производственная (офисная), но и досуговая проходит в окружении компьютеров, мобильных телефонов, коммуникационных сетей, связывающих их с остальным миром, поскольку их бизнес основан на международных связях. Они часто путешествуют по свету как по делам, так и ради отдыха, для них нет «чужих мест» на планете. Их доходы позволяют посещать рестораны с самой разнообразной кухней, проводить свободное время в сити-центрах и молах, наслаждаться элитными видами отдыха. Они имеют неограниченный доступ к информации любого рода, свободно пользуются ею и используют ее для своих целей. Их слоган – «мысли глобально!».

Культура информационного города – это преимущественно гедонистическая потребительская культура. Девальвация традиционных ценностей и морали, головокружительное стремление к получению максимальных удовольствий от жизни, вихрящаяся эстетика получения интенсивного наслаждения, эротизация эстетического опыта – все это результат пришествия и незаметного захвата власти в городе поколением или классом юппи. «Нестабильность жизни в информационном городе, что-то постоянно стимулируемое инновациями в области культуры, мыслится как решающая черта постмодернового опыта. Ничего постоянного, неприятие всего, полная потеря смысла... Постмодерновый город – это мальстрём изменений: в моде, во мнениях, в символах, в дизайне, даже в архитектуре» [1].

Кастеллс так же, как и многие постмодернисты, пишет о стирании различия между элитарной и массовой культурой как в классовом, так и в образовательном измерении. Связь между профессией, статусом, университетским образованием (Oxbridge) и эстетическими предпочтениями (балет, филармония, театр), которая была естественной и прочной ранее, в информационном городе подрывается. Если раньше все это было презумпцией превосходства культурной

элиты, то сегодня оно осмеивается как старомодное с релятивистских позиций юппи, и значение имеет лишь свободно выбираемый стиль жизни. Культура свелась к стилю жизни. Сознательное смешение различных стилей жизни и эстетических вкусов, классической музыки и рока, оперы и эстрады, футбольного фанатизма и посещения лондонской библиотеки стали выражением этой культуры. «И вкусы и запросы мои – странны, – / Я экзотичен, мягко говоря: / Могу одновременно грызть стаканы – / И Шиллера читать без словаря», – писал Владимир Высоцкий. Эту мысль можно полностью принять как постмодернистскую, с той лишь поправкой, что для экзистенциальной эстетики информационного города это уже не экзотика, а нормальный стиль жизни. Подобное смешение стилей ведет к появлению неслыханных ранее видов эстетической деятельности. Фаина Раневская как-то заметила, что «лесбиянство и гомосексуализм, мазохизм, садизм – это не извращения. Извращений, собственно, только два: хоккей на траве и балет на льду». С этой точки зрения в постмодернистской культуре все стало извращением – женский бокс, футбол и хоккей, косметика для мужчин (почему-то никто еще не придумал юбки для мужчин), одежда «унисекс», скандал как реклама – двигатель популярности, высокая мода (совершенно не «транспортабельная»), кулинарная одержимость и экспериментирование, язык, ставший жаргоном, и многое другое.

Безудержный гедонизм и культура консюмеризма блокируют появление чувства вины и угрызений совести. Вопросы «а правильно ли я поступаю?», «зачем я это делаю?» считаются здесь «тиранией смысла» и просто не возникают. Постмодернистская культура симулятивна по своей природе, и нет ничего более искусственного, чем современная городская жизнь. Естественность, оригинальность, подлинность – это то, что напрочь вымыто из этого стиля жизни. Если раньше публичные места города были заняты «серьезными вещами» – тяжелой и легкой промышленностью, производственными предприятиями, солидными культурными учреждениями, «приличными» местами отдыха (парки культуры и отдыха), то сегодня они заняты в основном развлекательными заведениями, среди которых лидируют торгово-развлекательные центры. Города становятся центрами потребительского об-

раза жизни. Самостоятельным и приоритетным видом повседневного культурного досуга становится шопинг (по-русски-то иначе и не скажешь). Если раньше в магазин ходили по мере потребности, за конкретными товарами, то теперь шопинг – это, скорее, удовлетворение эстетической, даже культурной, чем экономической или прагматической потребности. Если раньше ходили за товарами, то теперь – чтобы потратить деньги. Шопинг превращается из средства удовлетворения (других) потребностей в самостоятельный вид культурной деятельности, в цель в себе. Сегодня, как пишет Вебстер, декартовская максима выглядит так: «я покупаю, следовательно, я существую» (I shop, there fore I am).

Кастеллс далек от того, чтобы идеализировать структурные изменения и юппи-класс. Он проводит тщательный анализ того, что происходит при этом с традиционными и «низшими классами» (underclass), как меняется их жизнь, как они все больше изгоняются на маргиналии городской жизни. Юппи могут рассуждать в кругу друзей, пишет он, о воссоединении Германии, положении в Югославии или палестино-израильских перспективах, но не имеют ни малейшего представления об опыте, переживаемом их домработницей или охранником. Все городские публичные места, не только офисы и бизнес-центры, но и места развлечения прямо или косвенно закрывают доступ в них низших классов; секьюрити, видеоконтроль, фейс-контроль и т.д. делают эти места труднодоступными для них.

Пресловутый аморализм современной городской жизни, считает Кастеллс – это не просто «падение нравов», объясняемое бескультурностью или чем-то другим в современной культуре, а результат произошедших сдвигов. Мало обвинять современную культуру или молодежь в аморализме и девальвации ценностей, надо еще вскрыть причины того, почему это произошло. Модернистская педагогика и идеология традиционно видит причину такого аморализма в «плохом воспитании» старшим поколением младшего, в неуважении молодежью традиционных моральных и культурных ценностей. Постмодернизм позволяет (лучше) понять причины этих изменений. «Трудно возразить заключению, что постмодернистские ориентации помогают. Если понятия «истинного», «аутентичного» и «реального» подорваны, то также подорвана

идея интегрированного Я, «настоящего Я», которое определяется связным кредо, принципами и моралью. Поскольку постмодернизм говорит о превосходстве опыта над смыслом, о приоритете децентрированного Я над модернистским понятием аутентичного индивида, то это должно помочь объяснить, как можно не иметь чувства стыда (выраженное в афоризме 1980-х: «Чувство вины – это для слабых!») в отношении собствен-

ного процветания и удовольствий, когда рядом живут те, чья жизнь уныла и несчастна», заключает Франк Вебстер [2].

Литература

- 1 Webster, F. Theories of Information Society. –London: Routledge, 1995. – P. 210.
- 2 Ibid., p. 213.

Б.Г. Нуржанов

Постмодернизм және Кастеллстың «торапты қоғамы»

Мақалада Мануэл Кастеллстың қазіргі күнгі әйгілі желілік қоғам теориясы мен постмодернистік теорияға салыстырмалы сараптама жасалады. Кастеллс «постмодернизм» терминін жақамаса да оның қазіргі қоғамға жасаған анализі толықтай постмодернистік сипатта. Қазіргі мәдениетке тән урбанизм, ақпараттандыру, консьюмеризм, өмір стилі, юппи-класс секілді т.б. ұғымдарды қарастыра келгенде, постмодернистік теория мен әдістемесі қазіргі қоғам мен мәдениетте орын алып отырған өзгерістерді түсінуге мүмкіндік береді.

B. Nurzhanov

Postmodernism and “web society” of Castells

The article presents the comparative analysis of the popular theory of “web society” by Manuel Castells and postmodern theory. Castells himself related negatively to postmodernism but his analysis of contemporary society is quite postmodernistic. There considered such questions of contemporary culture as urbanism, informatisation, consumerism, lifestyle, yuppies and others. Postmodernist theory and methodology let better understand ongoing changes in society and culture.