

ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕЗОНАНС В СОЦИАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

В.И. Игнатьев

Новосибирский государственный
технический университет

ignat@fgo.nstu.ru

Автор проверяет гипотезу о разломе социального пространства. Анализируется механизм, выявляются характеристики и этапы этого разлома. Выделены агенты, формирующие страты виртуального социального пространства. Выявлен эффект информационного резонанса. Показана связь между резким ростом объемов информации и интенсивности информационных потоков и образованием разлома социального пространства на основе переструктурирования системы социального взаимодействия и превращения ее в систему актуального и виртуального социального действия.

Ключевые слова: информационный резонанс, актуальное и виртуальное социальное действие, виртуальное социальное пространство, виртуальная страта, агенты разлома социального пространства.

Глобальные масштабы и комплексный характер кризисных явлений последнего времени породил обостренный интерес к поиску новых подходов к объяснению природы этих процессов. Традиционное объяснение теориями цикличности, длинных волн, дисбаланса спроса и предложения, заговорами международных спекулянтов, борьбой национальных элит, ростом влияния ТНК – уже не могут удовлетворить исследователей. Впервые в истории кризисов не удается не только точно предсказать их время и источник, но и обнаружить силы и субъекты уже в период самого хода и спада. Социальная реальность не поддается пониманию в эпоху, когда, казалось бы, сформировался развитый инструментарий социальных наук и накоплен огромный опыт анализа неустойчивости социальных процессов. И дело не только в неумении применять теории. Дело, на мой взгляд, за-

ключается в радикальной трансформации структуры самого социума. Представляется, что мы имеем дело с глобальным сдвигом, суть которого – *разлом социального пространства*¹. Человечество, сформировавшись во второй половине XX века как глобальная целостность, в начале XXI века стало терять свою целостность.

Исходной категорией в данной статье является «социальное пространство». В социологии категория социальное пространство служит для фиксации организованности социальной жизни, что в социологическом видении трактуется как упорядоченное взаимодействие некоторого множе-

¹ Ignatyev V. The Virtual Social Action: Social World System Collapse or New Social Order? // Future Moves. Markets, Politics, and Publics in Global and Comparative Perspective. – XVII World Congress of Sociology, Gothenburg, Sweden, 11–17 July, 2010. – P. 47–48.

ства индивидов-акторов. Традиция такой интерпретации социального пространства была заложена Ф. Ратцелем, Г. Зиммелем, Э. Дюркгеймом, Р. Парком, П. Сорокиным, П. Бурдьё, М. Кастельсом и другими. Единство и целостность социального пространства как системы интеракций основано на разделении труда, солидарности в той же степени, как и на противоречии групповых интересов, социальных конфликтах, политических кризисах, войнах и революциях. Единство и борьба противоположностей не раскалывает социальное пространство, поскольку лежит в основе его целостности. В результате разрешения социальных конфликтов социальное пространство не раскалывается, а трансформируется. Новая форма социальной жизни, только мыслимая до разрешения конфликта как новая «картина реальности», становится после трансформации системой актуальных и господствующих практик. Наличие этих двух структур социального пространства – мыслимого и действительного (актуального) – не фиксировалось в известных нам концепциях социального пространства. Так, у Г. Зиммеля понятие социального пространства связывается со взаимодействием между людьми. Единое пространство делится на части – отдельные пространства, каждое из которых уникально². По П. Сорокину, социальное пространство – это совокупность связей между группами и положений их и индивидов в группах³. По П. Бурдьё, пространство – совокупность действующих свойств, взаиморазмещение свойств. Поэтому пространство есть взаимодействие.

² Simmel G. Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung // G. Simmel Gesamtausgabe. Bd 11. Frankfurt a. M.; Suhrkamp. – P. 689–690.

³ Сорокин П.А. Система социологии. – Т. 2. – 1920.

Оно представляет собой поле, т. е. взаимозависимость, систему. «Узлы» этой системы – сети; есть позиции, рожденные в итоге схождения нескольких свойств. Так образуются социальные статусы – *topos* и роли как совокупности действий. Социальное пространство – это структуры рядоположенных социальных позиций⁴. В своих исследованиях информационного общества М. Кастельс обнаружил перемены в организации социального пространства, которые он назвал пространством потоков: это материальная форма поддержки процессов и функций, доминирующих в информационном обществе. Это пространство основано на цепях электронных импульсов, состоит из узлов и коммуникационных центров и поддерживается пространственной организацией доминирующих менеджерских элит⁵.

Существующее описание социального пространства сводится к демонстрации механизмов, на основе которых «движутся» индивиды и занимают позиции в этом пространстве согласно шаблонам, предлагаемым им обществом. В поле исследования отсутствует картина (модель) генезиса этих шаблонов как образцов и направлений движения. Образцы есть составные части, фрагменты некоторого мыслимого образа, проекта общества, следование которому означает жизнь индивида в обществе. Однако эта картина – видимость, иллюзия, искаженное описание скрытого за образами, мифами и ложными знаниями действительного существования общества. Я пред-

⁴ Bourdieu P. Espace social et genese des classes // Actes de la recherche en sciences sociales. – № 52/53, 1984. – P. 3–14.

⁵ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. / Пер. с англ. под науч. ред. О. Шкаратана. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – С. 386.

лагаю различить и отделить видимость социальной жизни как *социальную реальность* от *социальной действительности* как действительного, фактического, практического ее содержания, скрытого от наблюдателя, живущего в мире повседневного опыта, формирующего картину «здорового смысла»⁶. *Социальная реальность* – это социальный мир, в котором непосредственно живут люди и мир, который они видят таким, каков он на картине социальной реальности. На картине социальной реальности представлены в неразрывном единстве наблюдаемые явления социальной жизни и мысли-образы, объясняющие единство этих явлений. Это мир желаемого, ожидаемого, мифического, отдаленно напоминающий его основу – социальную действительность. В этом мире люди – творцы и конструкторы разнообразных социальных форм, большинство из которых не могут состояться, так как они противоречат социальной действительности. Поэтому мир социальной реальности – это вероятностный, неустойчивый, эфемерный мир. Наиболее подходящее для него определение – «виртуальная реальность». Тогда как социальная действительность, как имеющая место быть, это мир актуальной, т. е. действительно состоявшейся социальной жизни. Определим ее как «актуальную социальность».

Всю историю человечества социальная реальность выступала оболочкой, за которой от людей скрывалась социальная действительность. Но это было органичное единство формы и содержания, обеспечивавшее целостность социального пространства. Тем самым социальное пространство

⁶ Игнатъев В.И., Кузин С.А. Реальность как иллюзия действительности: к диагнозу состояния института образования // *Философия образования*. – № 3 (32), 2010. – С 57–65.

я предлагаю определить как единство социальной реальности и социальной действительности (внешнее и внутреннее) и как способ подчиненности его виртуального действия действию актуальному. Всегда виртуальное было посредником, включенным в действие, подчиненным ему, не равным практическому действию. Наступает информационная эпоха, и отношение между виртуальным и актуальным заменяется на равный баланс. На мой взгляд, произошла трансформация базовой «клетки» системы действия, она превратилась в систему актуального и виртуального действия⁷.

Виртуальное в действии субъекта я рассматриваю не просто как мысленное (мысль) и мыслимое субъектом (действие, направленное на мысль), а мысль (наблюдение) о том, как он действует.

Актуальное в действии (actuality in action) – это то, что может быть различено и соотнесено с мыслью-действием как событием действия, которое осмысливается действующим субъектом⁸.

В чем причина такой радикальной трансформации системы действия?

⁷ Впервые как концепт эта система была зафиксирована мною в книге «Системно-генетическая динамика социума» (2007) и как концепция изложена в книге «Социальная система как информационное взаимодействие» (2009) Подробнее см.: Игнатъев В.И. Системно-генетическая динамика социума: монография / В.И. Игнатъев. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2007. – 296 с.; Игнатъев В.И. Социальная система как информационное взаимодействие: коллективная монография / В.И. Игнатъев, Т.В. Владимирова, А.Н. Степанова: Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2009. – 308 с.

⁸ Игнатъев В.И., Степанова А.Н. Виртуальное социальное действие и трансформация повседневных практик // *Вестник Московского университета*. Сер. 18. Социология и политология. – № 3. – С. 91–104.

С середины XX века происходит экспоненциальный рост информации. Он породил эффект, который можно назвать *информационным резонансом*⁹. В чем его суть? Рост объема информации ведет к возникновению процесса самопорождения символического, воображаемого социального мира («социальной реальности») к самопорождению независимых от социальной действительности ее новых возможных форм. Воображаемый мир начал идти впереди действительности, картины реальности становятся все более сложными и не соответствующими действительности. Из «материала» постоянно растущих образов рождаются и новые образцы возможных социальных практик, провоцирующие их конкуренцию с устоявшимися формами социальной действительности. Так актуальное социальное действие приходит в противоречие и столкновение с виртуальным действием. Мир-система виртуальных действий начинает отрываться от системы актуальное-виртуальное и начинает свою собственную жизнь. Происходит формирование альтернативного, параллельного социального пространства, возникают новые – антиинституциональные нормы. Устойчивый и нарастающий избыток информации порождает аномия – переизбыток моделей для выбора ролевого поведения¹⁰. Информация как ресурс готова выполнить функцию индивидуально-средства целедостижения, позволяет актору ориентироваться не на другого, а на создаваемый им самим нормативный

порядок. Перманентная и нарастающая аномия спровоцирована ростом информационных потоков. Наступает *информационный резонанс*. В этом случае практика актора обусловлена не социально, а индивидуально. Возникает новое – виртуальное – социальное. Источником социальных норм и контроля становится особое – *параллельное социальное пространство*, которое можно обозначить как «виртуал». Виртуальное пространство становится автономным, перестает быть посредником внутри системы социального взаимодействия.

Виртуальное превращается из социальной реальности (как воображаемого, фантастического социального мира) в особую, другую социальную действительность. Свидетельством появления этой «другой» действительности стали феномены, обнаруженные Ж. Бодрийяром и названные им симулякрами¹¹. Симулякр – это беспорядочное взаимодействие людей и вещей, обусловленное нарастанием информационного потока. Бытие личности оказывается симулятивным псевдоподобием. Симулякр – знак или неполная актуализация явлений эмпирической действительности – продукт тотальной экспансии информации. Практики посредством симулякров кажутся человеку альтернативой традиционному порядку.

Таким образом, информационный резонанс представляет собой «волну», трансформирующую социальное пространство: растет дифференциация и умножение количества мыслимых (воображаемых) миров социальной реальности, превращающихся в действительные миры; возрастает аномия и полиориентации акторов; возни-

⁹ Ignatyev V. Указ. соч. – P. 47–48.

¹⁰ Giddens A. *The Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives* / A. Giddens. – London, 2002; Lash S. *Critique of Information* / S. Lash. – London, Thousand Oaks (Ca.): Sage Publications, 2002.

¹¹ Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000.

кают «зоны резонанса» – страты альтернативных социальных миров (пространств); растут конфликты и дезинтеграция традиционного пространства социальной действительности. Возникает эффект, который я предлагаю назвать *пространственный разлом*.

Волна информационного резонанса порождает и четыре стадии разлома социального пространства:

1) стадия накопления критической массы социальной информации (рис. 1);

2) стадия скачка в росте информации и появление зон информационного резонанса (рис. 2);

3) стадия конфликта, дезинтегрирующей социальную действительность, и роста виртуальных страт и их агентов – акторов разлома (рис. 3);

4) стадия дифференциации (распада) социального пространства на множество (рис. 4).

Предвидение разлома социального пространства под влиянием изменения роли и места информации в структуре об-

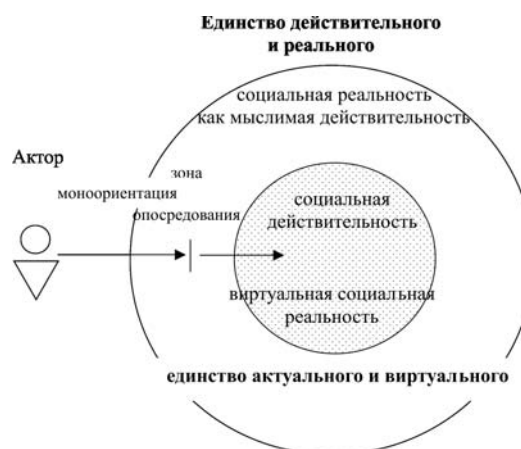


Рис. 1

щества мы находим в книге С. Лэша «Критика информации». Он отмечает, что информационное общество характеризуется нарастающей неопределенностью, но это не отклонение от нормы, а новая норма. Высокоорганизованное производство воплощается в невероятной иррациональности (о чем, например, все чаще свидетельствует неспособность людей предсказать и объяснить кризисы), а само общество ста-

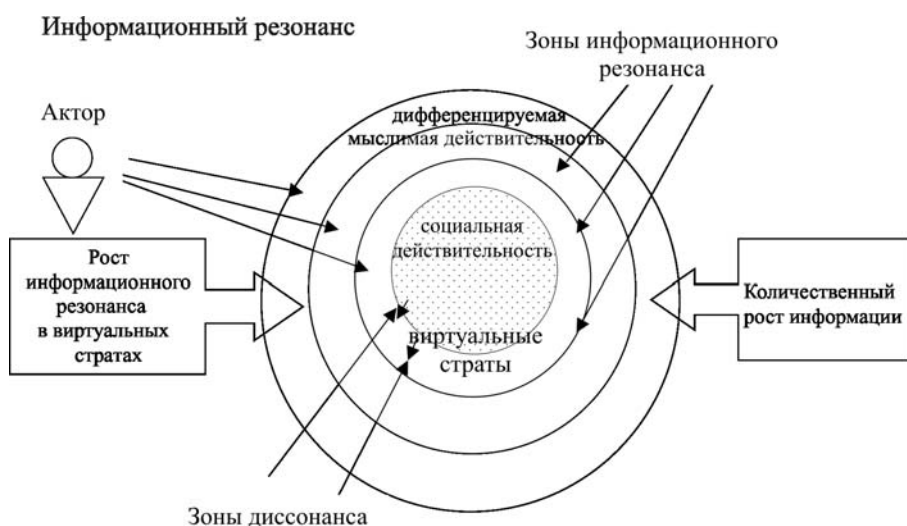


Рис. 2

Разлом социального пространства

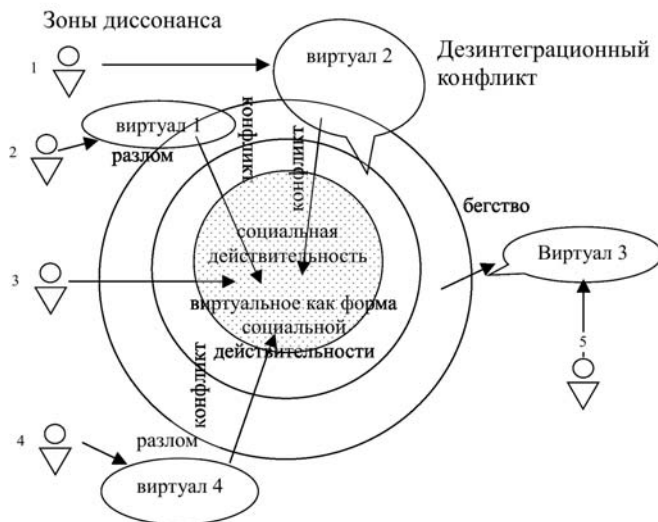


Рис. 3

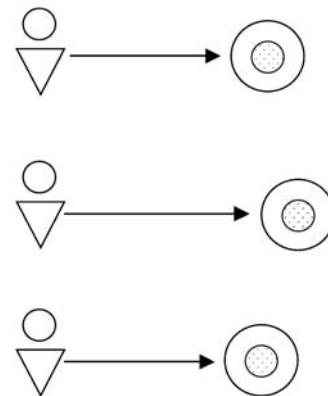


Рис. 4

новится дезинформированным информационным обществом¹². Парадокс: гигантские объемы информации об обществе не позволяют ни лучше понять причины кризисов, ни предсказать их. С. Лэш и предлагает теорию информационного общества назвать «теорией непредвиденных последствий». Устойчивые отношения уступают место постоянному изменению¹³. Общество идет от беспорядка к новому порядку. В основе процессов лежит квазианархическое распространение потоков информации¹⁴. Сами создаваемые людьми образы и смыслы становятся содержанием новой реальности¹⁵. Новая форма культуры и распространения информации становится не столько отражением, сколько продолже-

нием реальности¹⁶. Теперь возникает некая новая единая реальность, не вполне объективная и не вполне субъективная.

Указание на агентов пространственного разлома можно обнаружить в исследованиях Д.В. Иванова, посвященных разработке концепциям виртуализации общества и «глэм-капитализма»¹⁷. Сделанные им интересные наблюдения над акторами современного этапа постиндустриального общества позволяют проинтерпретировать социальные роли этих участников социальной трансформации как роли агентов разлома социального пространства.

В условиях постиндустриальной экономики образы, а не реальные вещи обращаются на рынке. Собственно экономический

¹² Lash S. Critique of Information / S. Lash. – London, Thousand OAKS (Ca.): Sage Publications, 2002. – P. 2.

¹³ Там же, с. 26–27.

¹⁴ Там же, с. 4.

¹⁵ Там же, с. 128.

¹⁶ Там же, с. 180.

¹⁷ Иванов Д.В. Императив виртуализации: Современные теории общественных изменений / Предисл. А.О. Боронаева. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2002; Иванов Д.В. Глэм-капитализм. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2008.

процесс перемещается в офис маркетолога и консультанта, в рекламное агентство и студию масс-медиа. Изменяется структура занятости. Доля занятых в первичном и вторичном секторах экономики снижается, а доля занятых в сфере услуг, в том числе масс-медиа, маркетинге, консалтинге и рекламном бизнесе, – растет. Симуляция вещи в рекламе начинает доминировать над собственно вещью. Возникает симуляция инновации: например, возникает феномен «модельного ряда». Появляются виртуальные производители – новый тип агента рынка. Это производители симулятивных экономических практик («конструкторы образов»). Возникает виртуальный предприниматель, симулирующий инновации – создание все новых образов¹⁸. К новым агентам можно отнести представителей таких массовых профессий, как офисный дизайнер, специалист по корпоративному имиджу, PR-менеджер. Все они участвуют в наращивании цены товаров быстрее, чем их стоимости, тем самым участвуя в виртуализации (симуляции) экономики как создании благ, провоцируя перманентную инфляцию. Поэтому изменились и экономические кризисы: теперь рост цен прямо пропорционален росту товаров, а не наоборот, поскольку в цену товаров включается «виртуальная стоимость».

Биржевой бум на фоне менее интенсивного роста производства, а значит, и доходности акций, можно интерпретировать как автономизацию фондового рынка. Спекуляции на бирже – это торговля имиджем. Возникает «виртуальная корпорация» как агент виртуального социального про-

странства, поскольку существует на основе коммуникационной сети компьютерных технологий. Такая корпорация лишена вертикальной интеграции, центрального офиса, должностной иерархии и атрибутов действительной корпорации. Она есть сеть автономных агентов рынка (IBM, McDonald's, Benetton и др.)

Деньги стали не вещественной заменой товаров, а правом заимствования. Человек предъявляет образ платежеспособности. Деньги персонализируются. Образуется сообщество «виртуально платежеспособных», т. е. наличие денег заменяется образом, возможностью наличия денег. Это типично виртуальный феномен. Этот образ симулируют и частные лица, и функционеры финансовых организаций, и игроки на финансовых биржах. Через образ роста денежной массы они провоцируют расширение реальной денежной массы, не обеспеченной трудом. Банк как деловое сообщество (агент) становится симулянтom платежеспособности. Большая часть его активов – это права заимствования, т. е. виртуальные деньги. Превращение денег в симулякр приводит к тому, что появляются и роли, и их исполнители, и их сообщества – виртуальные плательщики, кредиторы, заемщики, что формирует особую виртуальную страту в виртуальном социальном пространстве. Тем самым финансы как социальный институт разламываются и приходят в противоречие как актуальное и виртуальное социальное пространство.

Наука как деятельность по производству нового знания (открытий) превращается в институт по совершенствованию и применению средств контроля над общественными ресурсами: финансовыми, людскими, статусными, политическими. Размножение научных журналов, ритуальная

¹⁸ Иванов Д.В. Императив виртуализации: Современные теории общественных изменений. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2002. . – С. 162.

практика конференций, борьба за гранты, ранжирование исследовательских коллективов (университетов, лабораторий), отдельных ученых, конкуренция за доминирование социально-престижного имиджа, брендинг заявок на новый исследовательский проект – все это стало привычным и обыденным. Теперь научное сообщество представляет свое существование в «научной реальности» преимущественно через такие практики. Социальные практики в науке становятся *симуляциями* компетентности.

Социальные институты: рынок, фирма, государство, политические партии, университет, наука – перестают быть социальной действительностью и переходят в пространство социальной реальности. Социальные институты как совокупность норм существовали автономно от индивидов и представляли собой «социальную действительность». Теперь же, когда следование нормам и исполнение ролей может быть виртуальным, социальные институты, теряя свою власть над индивидом, становятся образами, но образами «в действии», т. е. превращаются в «виртуальную действительность». «Виртуальная действительность» включает три характеристики: нематериальность воздействия, условность параметров, эфемерность. Эффект следования институциональным нормам достигается путем создания образов – симуляторов реальных вещей и поступков; образы симулируются в зависимости от трактовки их участниками взаимодействия по ситуации¹⁹. Этот разрыв между устойчивостью структуры и действиями, зафиксированный

еще Э. Гидденсом и П. Бурдьё в их концепциях сложного характера поддержания единства действия и структуры, на заре информационной цивилизации способствовал концентрации внимания исследователей на возникновении новой социальной действительности – виртуальной и виртуального пространства.

Агенты виртуального социального пространства дифференцируются по стратам на основе новых признаков – по степени стилизации потребления, знания профессиональной деятельности. Стил – как единство образного ряда – это система образов. Стилизация превращает потребление, знания и профессии в имиджевую систему. Способность создавать и поддерживать имидж становится решающим фактором поддержания статуса. Новые неравенства возникают как следствия конкуренции стилизаций. Эти новые неравенства трансформируют привычную стратификационную структуру. Она становится фрагментарной, многомерной и эфемерной²⁰. Тот, кто успешно манипулирует образами или вовлечен в этот процесс, всегда приобретает относительно высокий социальный статус. В итоге он воспринимает общество прежде всего как поле символических практик.

Эти явления новейшего капитализма, названные глэм-капитализмом, я склонен рассматривать как дальнейшее развитие структуры виртуального социального пространства и рост пространственного разлома. На мой взгляд, главные агенты этого слоя структуры виртуального пространства – глэм-капиталисты. Ими выступают держатели авторских и смежных прав (на изобретения, бизнес-идею, текст, музыку, собственное имя и тело). Они контролируют самые малозатратные по первоначально-

¹⁹ Иванов Д.В. Императив виртуализации: Современные теории общественных изменений. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2002. – С. 190.

²⁰ Там же, с. 191.

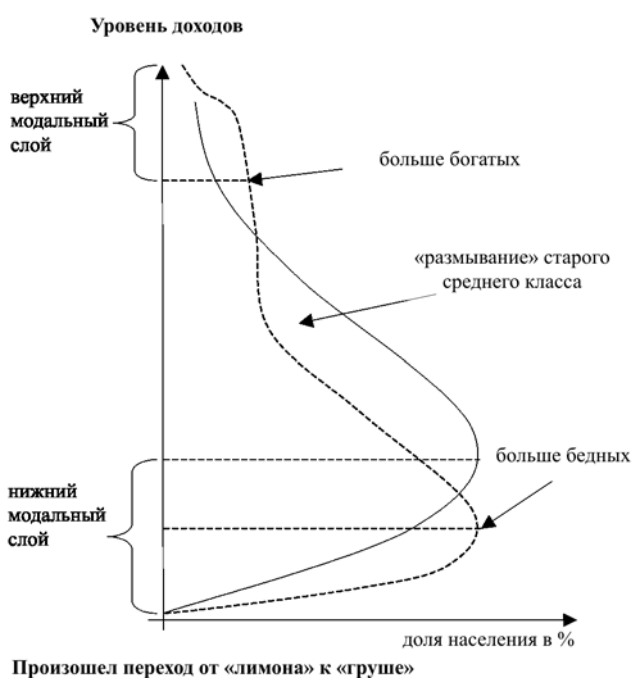
ным инвестициям бренды. Вторым новым слоем – это сверхновые профессионалы – креативные директора, проект-менеджеры, дизайнеры, стилисты, консультанты. Глэм-капиталисты отличаются от традиционных буржуа тем, что они быстро разбогатели и относятся к жизни как к «проекту». Их стиль – интенсивное сверхпотребление. Они постоянно тратят усилия на создание продукта, привлекательного для лидеров консьюмеринга, их статус – место среди таких лидеров²¹.

В ультрасовременном обществе потребление выполняет функцию коммуникации внутри многочисленных, но разрозненных общностей. Возникли сверхновые группы: «креативный класс» и «бобос» (bourgeois bohemians)²². «Креативный класс» сконцентрирован на создании новых форм в чем угодно, имеет независимое мышление, творчески решает проблемы (все художники, писатели, музыканты, ученые, актеры, инженеры, дизайнеры, финансисты, менеджеры, юристы, врачи). Всего это треть совокупной рабочей силы. Эти группы были впервые зафиксированы около 2002 года американскими исследователями²³. Так, Р. Флорида обнаружил повышенную концентрацию «креативного класса» там, где живут звезды шоу-бизнеса, профессиональные спортсмены, топ-менеджеры и

²¹ Иванов Д.В. Глэм-капитализм. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2008. – С. 88–89.

²² Brooks D. Bobos in Paradise: The New Upper-Class and how They got There. – New York: Simon and Schuster, 2000.

²³ Florida R. The Rise of The Creative Class. New York, 2002.



профессионалы в высокотехнологичных компаниях.

«Бобос» – это богемная буржуазия. Теперь богема сравнялась по статусу с традиционной буржуазией. В «бобос» попадают, когда звезда шоу-бизнеса становится продюсером, владельцем сетей клубов и ресторанов. В 1990-х годах появилось новое «социальное племя» – предприимчивые супермодели. Они – следствие комбинации стилей жизни богемы и буржуазии. Но главный итог их появления – они трансформируют привычную структуру системы статусов. В конце XX – начале XXI века «лимонообразная стратификация» сменяется «грушеподобной» – бимодальной стратификацией²⁴. В расчленении по уровню доходов можно обнаружить две «моды» (значения признака, которые среди носителей измеряемого признака встречаются чаще всего).

²⁴ Иванов Д.В. Указ. соч. – С. 95.

Например, по переписи населения в США в 2000 году старый средний класс с семьями имеет годовой доход 40-90 тыс. долларов, сверхновые средние слои сдвинулись вверх – 100-150 тыс. долларов и вниз – 24-45 тыс. долларов²⁵.

Виртуальные и глэм-общности не господствуют абсолютно. Экспансия виртуальных и глэм-актеров повсюду сопровождается появлением «трэша» (trash – отбросы, мусор). Это не только эстетическое движение – неприятие всего «страшно красивого». Это явление универсально и тоже есть следствие виртуализации. Виртуализация вызывает реакцию отторжения у тех, кто не интегрирован в ультрасовременный порядок. Аутсайдеры бунтуют против подчинения всему, что есть подмена действительного воображаемым. Бунт аутентичности против виртуальности порождает *сверхновые* движения. Это «пираты», хакеры, производители лекарств – дженериков, дискаунтеры. В 1990-х и 2000-х годах они превратили бунт в бизнес-стратегию. Эти «партизаны бизнеса» стали альтернативой господствующему в экономике гламуру и стали сильными игроками, поскольку предлагают потребителям товары и услуги не очень высокого качества и очень низкие по цене. Эта цена намного ниже той, которую устанавливают глэм-капиталисты, так как она не включает брендовую (виртуальную) и трендовую (гламурную) составляющие. «Пираты» нарушают права «интеллектуальной собственности», лишают правообладателей возможности извлекать прибыль из нулевых издержек тиражирования продукта. Дженерики –

фармацевтические компании – выпускают дешевые аналоги всемирно известных брендов, подрывая монополию держателей брендов. В 2005 году рыночная доля дженериков составила около 13 %. Хакеры как глобальное сообщество программистов бесплатно распространяют через Интернет программные продукты. Дискаунтеры создают альтернативные компании тем, кто имеет высокий имидж²⁶. Альтер-социальные движения не создают организационных структур. Их принципы: «сделал дело – и ушел». Но эти движения не возвращают в общество интегрированность и солидарность, не способствуют усилению «гражданского общества» и толерантности. Более того, толерантность чужда и глэм-капиталистам, и альтер-социальным движениям, поскольку они одинаково агрессивны, нетерпимы и жестоки. Эти противоборствующие силы образуют взаимозависимые структуры виртуального социального пространства.

Кроме новых агентов формирования разлома социального пространства в нем принимает участие еще один социальный слой, один из традиционных, но неожиданно нашедший свое место в формируемом виртуальном пространстве. Вторая половина XX века и начало XXI века – это время расцвета бюрократии как институциональноподобного социального субъекта, причем системообразующего и системоподдерживающего. Сложилась бюрократическая олигархия, постепенно консолидировавшаяся в самостоятельный класс и стремящаяся превратить все общество в объект управления. Наука о социальном управлении, культ-

тотального социального менеджмента, со-

²⁵ Macionis J. John. Sociology. 9th edition / Practice Hall. 2003. – Upper Saddle River, New Jersey, 07458. – P. 368.

²⁶ Иванов Д.В. Указ. соч. – С. 124.

циальная инженерия – вот символы этих агентов. Они являются главным и универсальным субъектом со второй половины XX века. Поэтому современную социальную систему контроля по источнику предельно масштабного контроля и принуждения можно назвать бюрократической. Буржуазия воспроизводит для бюрократии объект управления – рынок с его богатством и периодическими кризисами; бюрократия создает ему оптимальные условия развития и выхода из этих кризисов. Капитализм изменился: он поступился рыночной свободой, признал относительность рыночных принципов и необходимость внешнего управления рынком. На арену истории вышел новый класс со своей исторической миссией и четкими интересами: бюрократическая корпорация – «технократическая элита». Возник новый социальный конфликт – между бюрократией и поглощаемой ею буржуазией, с одной стороны, и гражданским обществом – с другой. Бюрократия – творец виртуальной и дисфункциональной социальной реальности. Ее мир – это мир формализаций. Она уверена, что форма социальной жизни всегда совершенна, когда соответствует исходному образцу – инструкции, которая творит мир по своему подобию. К. Маркс суть этого социального слоя уловил, когда назвал «дух бюрократии» «духом теологии», так как бюрократия есть «сплетение практических иллюзий»²⁷. Бюрократия стремится контролировать и внедрять исходные идеальные созданные ею образцы. Остальному же миру необходимо им подчиняться. С точки зрения бюрократии самостоятельное развитие действительно социального мира есть разрушение исходного совершенства и поэтому недопу-

стимо и преступно. Бюрократия стремится противостоять деятельности людей и заменить ее. Формальный разум «идеальной социальной реальности» и действия бюрократии противостоят практическому разуму и действительной социальной жизни гражданского общества.

Таким образом, растущий переизбыток информации и отставание от него объема знания порождает, в конечном итоге, агентов неопределенности, хаоса и риска, т. е. формирует программы социальных взаимодействий по типу виртуальных практик как кратковременных, неустойчивых, непланируемых, имеющих абсолютно вероятностный характер.

Литература

- Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
- Иванов Д.В.* Глэм-капитализм. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2008. – 176 с.
- Иванов Д.В.* Императив виртуализации: Современные теории общественных изменений / Предисл. А.О. Бороноева. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2002.
- Игнатъев В.И.* Системно-генетическая динамика социума: монография / В.И. Игнатъев. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2007. – 296 с.
- Игнатъев В.И.* Социальная система как информационное взаимодействие: коллективная монография / В.И. Игнатъев, Т.В. Владимирова, А.Н. Степанова: Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2009. – 308 с.
- Игнатъев В.И., Кузин С.А.* Реальность как иллюзия действительности: к диагнозу состояния института образования // Философия образования. – № 3 (32). – С. 57–65
- Игнатъев В.И., Степанова А.Н.* Виртуальное социальное действие и трансформация повседневных практик // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. – С. 91–104.

²⁷ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 1. – С. 271.

- Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. / Пер. с англ. под науч. ред. О. Шкаратана. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.
- Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. Т. 1.
- Сорокин П.А.* Система социологии : В 2 т. – Т. 2. – Пг.: Колос, 1920.
- Bourdieu P.* Espace social et genese des classes // Actes de la recherche en sciences sociales. – № 52/53, 1984.– P. 3–14.
- Florida R.* The Rise of The Creative Class. – New York, 2002.
- Giddens A.* The Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives. – London, 2002. – 104 p.
- Ignatyev V.* The Virtual Social Action: Social World System Collapse or New Social Order? // Future Moves. Markets, Politics, and Publics in Global and Comparative Perspective. – XVII World Congress of Sociology, Gothenburg, Sweden, 11–17 July, 2010. – P. 47–48.
- Lash S.* Critique of Information . – London, Thousand OAKS (Ca.): Sage Publications, 2002. – XII. – 234 p.
- Macdonis J John.* Sociology. 9th edition / Practice Hall. 2003. – Upper Sadle River, New Jersey, 07458.
- Simmel G.* Soziologie. Untersuchungen uber die Formen der Vergesellschaftung // G. Simmel. Bd 11. – Frankfurt a. M.: Surkamp, 1992.
- Brooks D.* Bobos in Paradise: The New Upper-Class and how They got There. – New York: Simon and Schuster, 2000.