Формы культуры информационного общества

Информационная культура как новый вид культуры

Вхождение человечества в информационную эпоху неизбежно повлечет за собой появление новых элементов культуры, а также усложнение культурных систем, их организации и структуры. Рождается новый вид культуры – *информационная культура*, которая обуславливает совершенно иные связи человека с внешним миром. Жизнь современного человека становится менее детерминированной социально-экономическими условиями, а его собственная свободная творческая деятельность во многом определяет социокультурную ситуацию. В связи с этим современная немецкая философия вводит понятие «репрезентативной культуры». «Культура, – утверждает Ф. Теннбрук, – является общественным фактом, поскольку она является репрезентативной культурой, т. е. рождает идеи, значения и ценности, которые действительны в силу их фактического признания. Она охватывает все верования, представления, мировоззрения, идеи и идеологии, которые воздействуют на социальное поведение, ибо они либо активно разделяются людьми, либо пользуются пассивным признанием» [1, с. 29]. Подобная трактовка культуры весьма важна для социологических интерпретаций и исследований культуры информационного общества. «Будучи понятой как репрезентативная, культура перестает быть феноменом, пассивно «сопровождающим» общественные явления, которые при этом протекают как бы вне и помимо культуры, объективно и независимо от нее, – пишет Л. Ионин. – Репрезентативная культура репрезентирует, представляет в сознании членов общества все и любые факты, которые что-либо означают для действующих индивидов. И означают они для них то и только то, что дано в культурной репрезентации. Только это и существует для членов общества и только в этом, т. е. в культурной репрезентации, и существует общество» [2, с.19].

Понятие репрезентативной культуры позволяет исследовать важные культурные феномены – явления моностилистической и полистилистической культуры. Моностилистическая культура (если рассмотреть ее в рамках идеи репрезентативности) – это культура, элементы которой (убеждения, оценки, образы мира, идеологии и т. д.) обладают внутренней связанностью и, кроме того, разделяются всеми членами общества. Для нее характерны иерархия элементов стиля (или социокультурных структур), их упорядоченность, тотализация, исключение и упрощение. Ю.М. Лотман и Б.А. Успенский пишут: «Иерархическая структура культуры строится как сочетание высокоупорядоченных систем и таких, которые допускают в разной мере дезорганизацию

вплоть до того, что для обнаружения структурности их необходимо постоянно сопоставлять с первыми. Если в ядерной структуре механизма культуры дается идеальная семиотическая система с реализованными структурными связями всех уровней, то окружающие ее образования могут строиться как нарушающие различные звенья подобной структуры и нуждающиеся в постоянной аналогии с ядром культуры. Подобная «недостроенность», не до конца упорядоченность культуры как единой семиотической системы – не недостаток ее, а условие нормального функционирования. Дело в том, что сама функция культурного освоения мира подразумевает придание ему системности. Противоречие между постоянным стремлением довести системность до предела и постоянной же борьбой с порождаемым в результате этого автоматизмом структуры внутренне, органически присуще всякой живой культуре» [3, с. 67–68]. Лотман и Успенский акцентируют внимание на качественных характеристиках моностилистической культуры и канонизации культурных репрезентаций: официальный консенсус, позитивность (легитимирующая направленность), телеология (постулирование цели социокультурного развития) [4, с. 201]. В этом случае, если моностилистическая культура может быть рассмотрена именно как система, то полистилистическая культура имеет ярко выраженный внесистемный характер. Для нее характерны деиерархизация, деканонизация, неупорядоченность, детотализация, включение, диверсификация, эзотеричность, негативность, ателеология. При переходе от моностилистической культуры к полистилистической старые системно-иерархические конструкты еще долгое время продолжают жить, но они уже лишаются права на «монопольную репрезентацию социокультурного целого и входят в нынешнюю реальность на правах одного из многих возможных стилей культуры» [5, с. 202].

По мере перехода общества в информационную (постиндустриальную, посткапиталистическую) эпоху, можно констатировать переход культуры в эпоху полистилизма и постмодерна. Мировоззрение индустриального (современного, капиталистического, рыночного) общества можно описать как «проект модерна». Оно обладает следующими чертами: стремление к созданию универсальной картины мира, сводящей все многообразие действительности к единым основаниям; убеждение в доступности человеческому разуму абсолютного знания об этих основаниях; стремление к полному воплощению этого знания в действительности; убеждение, что такая реализация будет способствовать увеличению счастья людей; уверенность в поступательном, прогрессивном развитии человечества, в приоритете настоящего перед прошлым, а будущего перед настоящим [6].

Социокультурные процессы на этапе перехода к информационному обществу

Как известно, каждое общество состоит из политической, экономической, культурной, идеологической и других систем или сфер. В рамках системного подхода культурные формы информационного общества условно можно подразделить на формы, выделяемые в экономической сфере (экономическая, хозяйственная культура, культура труда); в сфере политической культуры; в сфере массовой культуры; в сфере экологии; в сфере науки. Рассмотрим более подробно социокультурные процессы, происходящие в этих сферах при переходе к информационному обществу.

В области экономики и производства переход к новому социально-историческому периоду характеризуется демассификацией культурно-экономических и управленческих форм, что проявляется как поворот в сторону мелкосерийных технологий. Традиционные для предприятий «второй волны» методы управления, организации труда, такие, как конвейер, повышение производительности труда за счет увеличения его интенсивности, «потогонные методы» – все это становится неэффективным на предприятиях «третьей волны», предприятиях высоких технологий. «Грубость в процессе работы уже не является прибыльной – она не производительна. Компании “третьей волны” уже не увеличивают свои прибыли посредством выжимания пота из своих рабочих. Они достигают своей цели не тем, что делают труд более тяжелым, а тем, что работают более умело. Потогонная система уже не оправдывает себя так, как это было когда-то <...> Новые рабочие значительно более похожи на независимых ремесленников, чем на взаимозаменяемых рабочих конвейера <...> И в то время, как в прошлом технология “второй волны” содействовала единообразию, технология “третьей волны” обеспечивает и поощряет социальное разнообразие», – пишет Э. Тоффлер [6, с. 76]. Исследователь подчеркивает, что подобные процессы не являются сугубо экономическими, они связаны с началом доминирования новой культуры труда и управления, новых ценностей [6, с.258]. «Во все большей степени, – замечает он, – люди осознают, что вокруг нас формируется новая культура. И дело не только в компьютерах <...>. Это новые установки и новое мировоззрение» [6, с.286].

В политической сфере распространение новых культурных паттернов, связанных со становлением информационного общества, приводит к необходимости описывать политический процесс как совокупность политических коммуникаций. «Политическая коммуникация, – считает политолог Л. Пэй, – подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, а весь диапазон неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают мощное влияние на массовое сознание и поведение» [7, с. 442]. Пространство политики отныне – это

информационное пространство. Именно с помощью передачи информации транслируется политический опыт, координируется деятельность людей, происходит политическая социализация и адаптация, структурируется политическая жизнь, формируется политическая культура.

Демократизация политических процессов во второй половине XX века, развитие кибернетики, теории систем, возрастание роли новых коммуникационных технологий – все это явления одного порядка. Развитие информационных технологий и Интернета дало начало новым социокультурным формам политической жизни, которая протекает теперь и в виртуальном пространстве. Общение людей, обсуждение политических проблем, активное высказывание мнений и гражданской позиции на собственных веб-сайтах и различных форумах, общение с политическими деятелями посредством сети – все это привело к созданию принципиально новых форм политической активности, предоставило новые возможности саморегулирования и общественного (гражданского) контроля. Появившиеся новые понятия – «виртуальная демократия», «электронное правительство», «электронное гражданство», «коммуникационная демократия» – в определенной мере отражают эти процессы. Между тем, вхождение в политическую сферу новых информационных технологий меняет не только формальные методы политических коммуникаций. Все большую роль в политике играют имиджевые и рекламные технологии. Новые виды коммуникаций, связанные с перестройкой системы знаков и символов, коренным образом меняют способы реализации властных установок, в результате чего превалирующей формой политической деятельности оказывается имитация и симуляция. «Имитация – ключевое слово при анализе действий и оценок в различных сферах и на различных уровнях жизни страны, – пишет Ю.А. Левада, обрисовывая современную российскую общественно-политическую трансформацию. – Имитация означает использование формы, вывески слов, лишенных реального содержания. Поэтому в одно и то же время можно имитировать какие-то либеральные перемены и отказ от них в пользу государственной монополии, соблюдение демократических принципов и стремление к авторитаризму, уважение к правовым институтам и сохранение «телефонного права», сближение с Западом и отгораживание от него» [9, с. 163].

Одна из основных характеристик информационного общества *в сфере массовой культуры* состоит в том, что современные средства массовой информации фактически перестают отражать действительность и начинают творить образы, симулякры, которые и определяют реальность культуры постмодерна, или, пользуясь терминологией Ж. Бодрийара, ее гиперреальность. Последнюю можно интерпретировать в качестве

«социальной виртуальной реальности», т. е. информационной среды, созданной имиджевыми технологиями средств массовой информации в сочетании со стратегиями институтов власти, в которой осуществляется симуляция коммуникаций. Эту виртуальную среду можно рассматривать как специфическую форму дискурса мира постмодерна [10]. В работах М. Фуко дискурс – это социально обусловленная система речи и действия, включающая в себя различные формы высказываний, а также способы и правила обоснования этих высказываний, принятые в конкретном социокультурном пространстве и опирающиеся на господствующие властные отношения. Таким образом, в понятии дискурса фиксируется неразрывность текста, техники и власти. Однако не корректно было бы утверждать, будто власть детерминирует деятельность СМИ, заставляя выполнять свои заказы; или же, наоборот, сами СМИ подменяют властные функции, вынуждая политиков подстраиваться к заданным ими рамкам. Подобный подход был бы нерелевантным в мире, где власть, знание, информация, коммуникация слились в единый клубок симуляций, который и есть ни что иное, как дискурс постмодернизма, новое явление ультурной глобализации.

Еще одна важная культурологическая характеристика современности – тенденция *экологизации культуры*. Культура вступает в новый экологический этап своего развития. Суть его заключается в том, что экологическая культура общества рассматривается не только как культура экологической деятельности, но и как имманентный аспект развития культуры. Процесс этот достаточно сложен и противоречив, как противоречиво само творчество. Дело в том, что формирование глобальной и экологической культур проходило параллельно: в основе этих процессов лежало осознание «конечности», невосполнимости земного пространства и ответственности человека за него. О.Н. Яницкий выделяет следующие причины формирования глобальной экологической культуры: конец традиционного классового общества; формирование индивидуализированного общества, основанного на поисках собственной идентичности; осознание необходимости противостояния природы и общества; превращение проблем природы в проблему человека [11, с. 156]. Надо заметить, что модернизация и интенсификация производства не только «отчуждает» людей друг от друга, но и усиливает тягу человека к природе. Происходящие в обществе технологические, экологические катастрофы, варварское отношение к природе приводит социальные общности, нации, государства в состояние культурного шока. Экологический пессимизм, алармистские прогнозы – это сейчас также часть культуры. «Однако то, что сегодняшняя научная мысль не способна к осознанию планетарной ситуации во всем ее многообразии, а не только с позиции «неравновесия», говорит лишь о несовершенстве научного

мировоззрения», – пишет Яницкий [11, с. 56]. По его мнению, экологический кризис является не только кризисом «технологических» взаимоотношений человека и природы, но и культурным кризисом, кризисом мировоззрения.

Экологизация культуры – это переход к экологически ориентированной культуре (экологическая культура), дающей человеку возможность сохранить среду своего обитания и выжить физически и духовно. На первый план выдвигается антропологическое измерение культуры. Культура должна обеспечить целостность человека, его здоровье и счастье в условиях, когда немало факторов научно-технического и социального развития разрушают эту целостность, отрицательно влияют на здоровье человека, мешают достижению его счастья. Урбанизация, искусственная среда обитания отрывают человека от природы; убыстряющийся ритм жизни нарушает его физическое и психическое равновесие. Можно считать, что сохранение природной среды и человека как части природы – одна из новых функций культуры. Эта функция тесно связана с другой, не менее важной функцией, которая возникает в процессе эволюции индустриального общества в информационное – функцией адаптации к динамически изменяющейся информационной среде. Потоки информации утомляют человека, множественность контактов деформирует его эмоциональное развитие. В данном аспекте культура, призванная сохранить «экологию человека» как части природы, должна стать фактором воссоединения человека и природы, общества и природы, распространения новых знаний, ценностей и норм поведения. С этой точки зрения, расширяется и содержание понятия «экология культуры». Оно выражает не только охрану памятников культуры, что, несомненно, важно, но и сохранение самого бытия культуры, которое во многом зависит от социально-экономических условий и нравственного климата общества.

Таким образом, экологически ориентированная культура – это культура нравственно ориентированная. Экологизация культуры во многом детерминирована уровнем нравственной культуры. Нравственная культура формирует этическое мировоззрение, с которым известные философы (Н. Бердяев, А. Тойнби, А. Швейцер, Й. Хейзинга) связывали надежды на очеловечивание цивилизации и выживание человечества. Культуротворческое, этическое мировоззрение не позволяет человеку пассивно созерцать, как разрушается природная среда (да и культурная тоже). Человек становится «экологически активным». Нравственная и экологическая культура в своих существенных характеристиках сближаются. Составляющие их подсистемы, их элементы, конечно, различны, но цели и задачи в сущности тождественны. Это особенно четко видно при анализе негативных последствий развития рыночных отношений, противоречивое, а иногда и уродливое становление которых нарушает природное

равновесие и гармонию отношений «человек–природа». По существу процесс экологизации культуры – это возвращение к истокам ее появления и изначальной трактовке, когда под культурой понималась обработка земли. Культура в таком понимании выражала в известной мере отношение человека к природе, причем отношение это было вполне дружественным, оно предполагало не соревнование, а взаимодополнение, хотя это и непросто. Естественно, что такое отношение лишено технофобии. Оно требует лишь адекватного понимания природной среды, ясного представления о том, какие технологии, какую культуру нужно создать, чтобы не провоцировать экологического кризиса.

Культурные паттерны информационного общества

Наиболее сложные и многомерные процессы происходят в массовых формах культуры информационного общества. Анализ культурных паттернов информационного общества в настоящее время связывается с философским направлением постмодерна. Собственно говоря, теорию постиндустриального общества правильной будет считать одной из социологических доктрин, выражающих постмодернистское мировоззрение. В рамках данной философской концепции наука, технологические факторы не отрицаются, а рассматриваются в широком социокультурном контексте. Так, Ж.Ф. Лиотар в знаменитой работе «Состояние постмодерна» исследует переход социума в информационную стадию, в том числе через анализ технологических процессов информатизации, которые стали важнейшим фактором изменения статуса знания и возникновения постмодернистского видения мира [13]. Становление культуры информационного общества складывается из противоположных на первый взгляд процессов: дальнейшей атомизации общества, перехода от иерархии к сетям; вновь возникшей демассификации социума, повышения роли личности, творчества, личного знания. З. Бауман пишет: «Для наших дней характерна внезапная популярность множественного числа. Сегодня мы живем проектами, а не Проектом» [14, с. 325]. Фрагментируется, дробится социальная структура общества, отдельный индивид скорее отождествляет себя с небольшой социальной группой, нежели с классом. Появляется «многомерный человек», который сам может строить свои отношения с другими людьми, уже не находясь под давлением общественного устройства.

Помимо этого качественно изменяются властные и расовые взаимоотношения: по мнению О. Тоффлера, теперь ни одна расовая или этническая группа, ни одна религия или национальность не могут иметь монопольное положение. Это меняет сам подход к личностной идентификации, люди могут принимать какие-либо компоненты своей идентичности или отказываться от них, «примерять» новую идентичность [6]. Само

отнесение культурных образцов к сфере политики, экономики или массового сознания становится в информационном обществе условным. Основными категориями, описывающими его культурные паттерны, являются «плюрализм», «децентрализация», «изменчивость», «фрагментарность», «контекстуальность». Все эти категории накладываются и сложным образом переплетаются с социальными мифами, традициями, обычаями, правилами и институтами.

В современном обществе происходят сложные процессы становления и одновременного разрушения институтов и социальных структур. Информационное пространство XXI века существенно отличается от того общества, которое описывали классики «модели постиндустриализма» в 70-х и даже 80-х гг. прошлого столетия. Основное технологическое отличие заключается в массовой практике использования Интернета, в свободном доступе к информационным сетям. Культурологическое же отличие заключается во введении в культуру на массовом уровне понятия «виртуальное пространство». Из компьютерной сферы «виртуальность» вырвалась в повседневную жизнь, новое понятие мгновенно стало столь распространенным и востребованным, что это привело к созданию новых социально-философских теорий «виртуализации». Виртуальная реальность, лавинообразно охватывая все новые и новые сферы, становится своего рода символом действительности информационного общества. Подобная ситуация настоятельно указывает на необходимость ее философского анализа в качестве социально значимого феномена.

Одной из тотальных, пронизывающих сегодня общество форм культуры стала экранная, или телевизионная культура. Следует отметить, что экранная культура возникла гораздо раньше информационного общества. Предтечей современной экранной культуры, современного культурноинформационного пространства, несомненно, явился кинематограф. Способность кинематографа оказывать огромное эмоциональное воздействие на зрителя служила еще в первые годы его существования способом создания иллюзорного, или, говоря современным языком, виртуального мира, как тогда выражались – «киновселенной». Конструируя виртуальную реальность, кинематограф вряд ли предполагал, какие формы она может принять и как отразится на развитии искусства и культуры в целом.

Современный виртуальный способ существования культуры – это то качественно новое ее состояние, которое характеризует информационное общество. Не менее двух-трех раз в неделю смотрят телевизор 98% россиян, ежедневно – около 91% [15, с. 67]. Современное российское общество – это общество людей, смотрящих телевизор. Именно телевизором, по мнению многих исследователей, задается сегодня причастность к стране,

к «большому» обществу. Чем меньшую роль в жизни человека играет компьютер, тем больше времени он проводит перед экраном телевизора. Телевидение привносит в социальную жизнь не только «экранную» форму культуры, но нечто большее, оно задает стиль и образ постмодерна – новой культурной реальности информационного общества. По выражению английских культурологов А. Крокера и Д. Кука, телевидение – это не только технический объект, но и «социальный аппарат, врывающийся в общество как символическая культурная форма относительной власти, действующая как симулякр электронных образов, преобразующих все в иллюзорный мир рекламы и власти» [16, с. 268].

Новая – телевизионная культура – обладает всеми ключевыми характеристиками постмодерна: фрагментарностью, мозаичностью, серийностью и дискретностью. Мозаичность – это способ конструирования как телепрограмм, так и самого телеизображения. Структура телепрограммы, составленной из разнородных по своей тематике, качеству и продолжительности передач, представляет собой скорее коллаж, чем некую целостность. Кроме того, мозаичный характер телевидения определяется и технологией создания ТВ-картинки, которая является не единым целым, а совокупностью различных наборов светящихся точек. Под серийностью понимается специфический способ фрагментации телевизионного пространства, а вслед за ним – пространства и времени телезрителя. Серийность в определенном смысле придает двухмерной картинке третье измерение, выстраивая хронологические цепочки из регулярно повторяющихся программ, что в результате приводит не только к особому структурированию жизни телезрителя, но и к созданию своеобразных общностей – аудиторий, неких серийных единств, которые на самом деле не что иное, как гипертрофированные антиобщности, воплощение расщепленной социальности. Третье проявление фрагментарной сущности телевидения – дискретность – усматривается в характерном «разорванном» способе управления телевизором с помощью дистанционных пультов, в ходе которого осуществляется бесконечное переключение каналов и телезритель воспринимает скорее кванты информации, чем какие-то законченные мысли.

Кроме того, для телевизионной культуры характерна интертекстуальность (Р. Барт). ТВ-сообщение – это не просто текст, это интертекст, т. е. симультанная система, в которой одновременно присутствуют вербальные послания, визуальные образы, мозаичная символика, электронные коды и, наконец, сам интерактивно включенный телезритель. Как и все массмедийные технологии, телевидение по своей сути является симулякром, что также указывает на его постмодернистскую сущность. Включение телевидения в обыденность и повседневность приводит к трансформации массовых

культурных форм в сторону образности, знаковости, имиджевых моделей. Стремление «показать себя», внешняя сторона культурной жизни становится доминирующей. Например, Ионин считает, что «резкое увеличение численности российских кришнаитов объясняется не глубиной и совершенством моральной доктрины, а привлекательностью театрализованных уличных шествий, участники которых в розовых одеждах несут развевающиеся флаги и распевают гимны» [4, с. 214]. Кроме того, затянувшиеся российские реформы спровоцировали неустойчивое, шаткое положение миллионов людей, для них сегодня зачастую внешние знаки самоидентификации становятся символами выхода из нестабильной ситуации. Вследствие этого «первым и важнейшим этапом становления новых культурных форм становится инсценирование» [там же]. Резко возрастает интерес к имиджевым технологиям. Примечателен тот факт, что в конце 90-х в рейтинге популярности российских вузов ведущие места прочно заняли вузы, готовящие работников телевидения и радиовещания.

Процессы формирования новой информационной культуры, находясь под значительным влиянием телевидения, усиливаются и корректируются за счет использования Интернета и цифровых средств связи. Феномен глобальной сети генерирует тексты принципиально новых форматов, создает условия для формирования специфической формы культуры – киберкультуры. В начале третьего тысячелетия Интернет приобрел важнейшее социальное значение, этот феномен рассматривается не как информационная технология, а как социальный факт. Человек, застающий себя в социальной реальности, воспринимает ее всерьез, как естественную данность, в которой приходится жить. Человек, погруженный в виртуальную реальность, увлеченно «живет» в ней, сознавая ее условность, управляемость ее параметров и возможность выхода из нее. В любого рода виртуальной реальности человек имеет дело не с вещью (располагаемым), а с симуляцией (изображаемым).

Переход к информационному обществу накладывает существенный отпечаток на основополагающие элементы культуры: мораль, образование, науку и технику, искусство. Прежде всего, несмотря на то, что в эру компьютеров, казалось бы, одержали верх идеи прогресса и рациональности, происходит отход от рационализма в общественной жизни, предпринимаются попытки найти опору социальности не в развитии технологий, а в «движениях» культуры. На смену политическим и социальным движениям пришли культурные движения, которые шире по своим целям и намного менее привязаны к созданию и защите институтов и норм. Ослабление норм может означать и усиление культурных ценностных ориентаций, которые сегодня отделены от социальных норм и конституированы в противоположность им. При этом происходит постепенный отказ от

представлений о «поступательном» развитии и прогрессе культуры, науки и общества. Идея развития сменяется идеей перемещения с места на место и из реальности в виртуальное пространство (имиджа, телевизионных образов, Интернета).

Новые представления о мире и социуме проявляются в новых культурных формах. К ним условно можно отнести следующие:

- сетевые взаимодействия. В области экономической жизни к таким формам относятся, например, сетевые предприятия, сетевые методы управления. В сфере социальной и политической – растущее социальное значение Интернета и виртуального пространства, где отношения не институционализируются, сохраняя сетевую форму;
- усиление субъективизма. Падает интерес к сути вещей, гипертрофированное значение приобретает образ, имидж, знак, виртуальность;
- увеличение иррациональности. Практически полная исчерпанность рациональных ресурсов управления приводит к парадоксальным сочетаниям рационального и иррационального;
- рост утилитаризма. Отказ от рационализма во взглядах на мир и социум не приводит к отказу от утилитаризма, напротив, он возрастает. При этом появляется новый уровень потребностей и мотивации – виртуальный уровень, где возникают потребности (симулякры и мотивы) в определенном имидже, в смене имиджа, во влиянии на имидж других людей, в овладении имиджевыми технологиями;
- мозаичность культурных форм. Это эклектика, проявляющаяся не только в искусстве, но и практически во всех сферах социального бытия; эклектичность, которая онтологизируется, становится имманентной реальности. Несмотря на массовое и успешное применение системного подхода в управлении, политике, технологиях, он уже не может объяснять жизненные и общественные процессы. Синергетика носит прикладной характер и все более теряет мировоззренческое значение;
- фрагментация культуры и социальной жизни. Она происходит одновременно с глобализацией, парадоксальным и эклектичным образом сочетаясь с ней. Все большее значение приобретают маргинальные культуры и слои, различные меньшинства, носители локальных взглядов и культур, развивается социальная гетерогенность;
- виртуализация культурных форм. Виртуальное пространство (пространство симулякров) продуцирует культурные формы и их социальную

востребованность. Появляется принципиально новая «киберкультура», которая воплощает в себе «основные» элементы постмодерна.

В заключение отметим, что в сфере культуры очевидна тенденция к глобализации, благодаря которой возникают общие, единообразные модели и нормы культурного поведения. Глобализация систем распространения массовой информации приводит к тому, что в центр внимания попадают одни и те же новости, потребителям предлагается одна и та же наиболее модная музыка, реклама продуктов, новых видов развлечений и отдыха, услуги и продукты транснациональных компаний и т. п. Более сильные в информационном плане государства начинают доминировать и в области формирования общественного сознания, навязывая свои культурные ценности, образ жизни, стереотипы поведения. Массовое потребление информации становится глобальным, что, в свою очередь, приводит к становлению единого социокультурного пространства. Национальные границы «разрушаются» информацией, телекоммуникациями, глобальными сетями, транснациональным бизнесом, а информационное общество приобретает новую транснациональную культуру. Эти моменты являются определяющими в становлении полноценной культуры информационного общества, в котором информация превращается в фундамент культурно-социальной надстройки. Пока еще культура нового общества представляет собой весьма неоднородную массу, она находится в процессе формирования. И завершения этого процесса следует ждать, по всей очевидности, к середине XXI века.

Список литературы

1. *Tennbruck F.H.* Repräsentativ Kultur // Sozialstruktur und Kultur. – Vol. 5. – 1990.
2. *Ионин Л.Г.* Социология культуры: путь в новое тысячелетие: учебное пособие. – М.: Логос, 1996.
3. *Лотман Ю.М., Успенский Б.А.* О семиотическом механизме культуры // Ю.М. Лотман Избранные статьи. – Таллин: Открытый фонд «Таллинн», 1993.
4. *Ионин Л.Г.* Философия и методология эмпирической социологии. – М.: Логос, 2006.
5. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ВШЭ, 2006.
6. *Тоффлер Э.* Шок будущего. – М.: АСТ, 2001.
7. *Peu L.* Political Communication // The Blackwell Encyclopedia Political Institutions. – Oxford-N.Y., 1987.

8. *Вершинин М.С.* Политическая коммуникация в информационном обществе. – М.: Издательство Михайлова, 2001.
9. *Левада Ю.А.* Рамки и варианты исторического выбора: несколько соображений о ходе российских трансформаций. – М.: Ирида, 2003.
10. *Бодрийар Ж.* Система вещей. – М.: Рудомино, 1995.
11. *Яницкий О.Н.* Экологическая культура. Очерки взаимодействия науки и практики. – М.: Наука, 2007.
12. *Яницкий О.Н.* Модернизация в России в свете концепции общества риска. – М.: АСТ, 1997.
13. *Лиотар Ж.Ф.* Состояние постмодерна. – М.: Алтейя, 1998.
14. *Бауман З.* Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2002.
15. Доверие к СМИ // Мониторинг общественного мнения. – 2007. – № 4.
16. *Kroker A., Cooc D.* The postmodern scene: Experimental culture and hiper-aesthetics. – N.Y.: Macmilan, 1988.