**В. Д. Попов**

# Культура и экономика в информационном обществе

*Попов Владимир Дмитриевич* — доктор философских наук, профессор кафедры культурологии и социальной коммуникации Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (e-mail: popov@ur.rags.ru).

**Аннотация.** В статье с позиции теории культурологии и социальной психологии рассматриваются истоки мирового финансового кризиса, информационной экономики в контексте диалектики материального и идеального, стихийного и сознательного, реальной и виртуальной информации.

**Ключевые слова:** виртуальная реальность, информация, информационная экономика, культура, культура управления, реальная виртуальность.

Культурология особое внимание уделяет специфике материальной и духовной культуры, и их единству. При этом вводится механизм «*материализации духа*» средствами культуры при переходе материального в идеальное, и наоборот. Добавим, что подобная диалектика относится к материальному и духовному производству. Развивается процесс «инфогенеза» в процессе формирования и реализации «информационной культуры»[1].

На практике данный процесс в условиях информационного общества осуществляется за счёт новых знаний и технологий, развития новых наук: социальной информациологии, коммуникативистики и др. Меняется диалектика, соотношение времени, скорости и пространства. Сегодня, как доказывают учёные, информационное время уже обогнало время биологическое (Петров). Действительно, «особенность современного этапа заключается в увеличивающейся скорости, массовости и охвате… бурно развивающимися информационными и телекоммуникационными технологиями. Таким образом, информация во всех сферах деятельности способ её упаковки и передачи становятся важнейшим, ключевым моментом экономического и социокультурного развития»[2].

Подчеркнём здесь — «способ упаковки». Это важно. Но важнее — содержание упаковки и скорость информации. Думается, что сегодня информационное время обогнало время и экономическое и культурное.

---

[1] *Киричёк П. Н.* Информационная культура общества. — М. , 2010.

[2] *Гольц Г. А.* Культура и экономика России за три века. — Новосибирск, 2002. — С.481.

В условиях информационной цивилизации материального и духовного производства вплетается информационное производство. И как мы уже отмечали и писали, что формируется новая парадигма экономики — «информационная экономика», которая вбирает в себя данные «производства».

Но она развивается достаточно противоречиво. Наука перестала обращаться к законам диалектики, выкинув их вместе с «марксизмом» и «социализмом» на помойку или захоронили глубоко в подземелье. А зря. Она объективно срабатывает. Сегодня в развитии информационного общества (особенно в России) нарушена диалектика объективного и субъективного, сознательного и стихийного, материального и идеального.

В чем она конкретно проявляется? Во-первых, в недооценке правящей элитой перспективы развития целостности информационного общества, о чем свидетельствует самый простой контент-анализ публичных выступлений наших политических лидеров. Во-вторых, явное смещение в развитии информационных технологий в сторону технической составляющей — в насыщение населения компьютерами и очевидная недооценка гуманитарной составляющей — каким содержанием, какого качества информации заполнить мировое и отечественное компьютерное пространство[1]. Здесь господствует стихия (разве что кроме Китая). А в ней масса не реальной, а виртуальной информации.

Данный процесс охватил всю мировую экономику. Реальная стоимость основного и оборотного капитала, рабочей силы заменяется печатанием денежной массы, количеством ценных бумаг, акций, в десятки и сотни раз (в ряде стран) превышающих наличный материальный капитал. То есть деньги делают деньги. Банки кредитуют население под низкие проценты (пример, ипотеки в США в начале XXI века и др.). Страна начинает жить не по средствам. Но «кайф» кончается, наступает кризис, сопровождаемый страхом, паникой, народными волнениями. Банки закупоривают денежные потоки, предприятия терпят банкротство.

В этих условиях возрастает роль единства информационной и экономической культуры. Обманы, жульничество, спекуляция виртуальным капиталом — это антикультура, ведущая к мировым кризисам. А в основе понимания их истоков лежит простая диалектика материального и идеального, стихийного и сознательного. Она позволяет увидеть плюсы и минусы информационной экономики, пределы её виртуализации, накачивания её денежными знаками.

Придётся все-таки признать, что производство товаров — первично как материя, а их идеализация сознанием вторична. Это старейший философский принцип, но он объективен. Правда есть и другой, без чего материя не развивается. Он гласит: сознание не только отражает, но и творит мир.

---

[1] См. : *Попов В. Д.* Социальная информациология и журналистика. — М. , 2007.

Экономическое сознание, его развитость управляет «культурным хозяйственником» (А. Твардовский).

Однако сегодня в этот процесс вторглась: 1) информация, отражающая объективно реальность в экономике и 2) информация — виртуальная, как средство манипуляции, конкуренции, легкой наживы, победы над соперниками, возвышения над другими[1]. Все это исходит от сущности человека, которую мы пока очень плохо знаем. Мы не раскрыли в ней всей гаммы мотивов экономического, социального, политического, экологического, нравственного поведения.

Отрадно, что начинаем изучать идеализацию материи и материализацию духа через призму диалектики материальной и идеальной информации в контексте сохранения «методологического потенциала принципа противоречия в социальном познании»[2].

Учёный-экономист К. К. Вальтух при разработке «информационной теории стоимости» выделяет особо «материальную и идеальную информацию» и раскрывает диалектику «материализации идеальной информации». В данных процессах не трудно обнаруживать совпадение взглядов культурологов и экономистов.

Константин Куртович доказывает, что процессы использования человеком идеальной информации, её преобразование в материальную информацию — это процесс «содержательного, качественного изменения состояния материи — энергии и изменения их распространённости», который он и называет «материализацией идеальной информации»[3].

При посещении Санкт-Петербурга, Венеции понимаешь, что шедевры музеев, архитектура строений вначале создавалась в головах (в культурном сознании), в сознании людей — архитекторов, учёных, заказчиков. И только потом по планам и чертежам строились здания, возводились великолепные дворцы, мостовые, памятники. Все это также «материализация идеальной информации».

По Вальтуху, она «представляет собой разновидность тиражирования идеальной информации. Вместе с тем это — материализация: содержательное воплощение знания, изначально существующего в голове человека как идеальный объект и программа создания его материально аналога в материальном объекте»[4].

Сходство позиции экономиста с культурологами заложено в информационно-семиотическом подходе. В культурологии выделяются артефакты как

---

[1] См. : *Попов В. Д.* Информационно-психологический фактор современного кризиса. — М. , 2010.

[2] *Жовтун Д. Т.* Методологический потенциал принципа противоречия в социальном познании // Социология власти. 2010. — № 7.

[3] *Вальтух К. К.* Информационная теория стоимости. — Новосибирск, 1996. — С. 129.

[4] *Вальтух К. К.* Указ. соч..

искусственно созданные человеком предметы, в экономике — идеальная экономическая информация и знания, экономическое сознание. При этом производимые товары — также искусственно созданные, но это уже материальный продукт.

Союз культурологии и экономической науки открывает перед нами новые проблемы и возможности. Их методологическое совпадение происходит в прямом и обратном взаимодействии материи, сознания и духа. Не только идеальное переходит в идеальное, но и материальное (в культуре и в экономике) переходит в материальное.

Скажем, экспонаты материальной культуры (например, полученные при раскопках археологами), помещённые в историческом музее воспринимаются, усваиваются сознанием посетителей, т.е. обретает свойства идеального. То же самое, в сущности, происходит со стоимостью товаров в экономике, когда они выражаются в деньгах. Исторические предметы, ставшие достоянием культуры, и товары в экономике обладают атрибутивными свойствами информации. А функциональными свойствами они приобретают в культуре, где происходит превращение материального в идеальное. Или иначе — материальная культура в результате трансформируется в духовную, происходит «материализация духа» и одухотворение материи. Осуществляется этот процесс с помощью системы коммуникации и обмена на её основе информацией.

В этих превращениях актуализируются проблемы коммуникативной и информационной культуры как материального (включая экономическое) производства, так и производства духовного. В данном контексте встает проблема огромной важности — формирования *культуры информационной экономики*.

Корнейчук Б. В., автор учебного пособия «Информационная экономика», справедливо отмечает, что «информациональная экономика находится в начальной стадии своего развития, поскольку переход цивилизации в информационную стадию начался лишь несколько десятилетий назад. Термин информационная экономика вошёл в широкий научный оборот, благодаря… М. Кастельсу»[1]. Так-то оно так, только у М. Кастельса, если быть точным, речь идёт об «информациональной экономике». Но это сути не меняет. Важно, что «современная стадия развития цивилизации… характеризуется преобладающей ролью творческого труда, и информационных услуг». Это, по мнению Б. Корнейчука, — креативная теория информационной экономики», которая «представляет собой экономическую теорию информационного общества»[2]. В данном аспекте актуализируется проблема *информационной культуры в сфере экономики*.

Подтверждением этому тезису служит следующий факт. Разработчик информационной экономики лауреат Нобелевской премии Д. Стиглиц обосно-

---

[1] *Корнейчук Б. В.* Информационная экономика: Учебное пособие. — СПб. : Питер, 2006.

[2] *Корнейчук Б. В.* Указ. соч. — С. 15, 22 – 23.

вывает её на диалектике информации, на принципе «асимметричной информации». Данный подход открывает острую проблему современности, когда асимметрия включает в себя соотношение реальной и виртуальной информации. Данная асимметричность — есть, по сути, диалектическое сочетание объективной, реальной, истинной информации и идеальной, субъективной, переходящей в виртуальную информацию в экономических процессах.

М. Кастельс при обосновании «информационализма» как нового типа цивилизации и «информациональной экономики» вводит тезис о «культуре реальной виртуальности». Он считает, что «культуры созданы из коммуникативных процессов. А все коммуникации… основаны на производстве и потреблении знаков. Таким образом, считает М. Кастельс, не существует разделения между реальностью и символическим отображением»[1]. Заметим, что и он обращается к знаковой системе, как это делает Ю. Лотман в семиотике. С этим тезисом невозможно не согласиться. А вот со следующим — о несуществующем разделении меду реальностью и символическим отображением её в знаках, — согласится трудно, особенно, приняв во внимание концепт Д. Стиглица об «асимметричной информации». Существует разделение между реальностью и ее отражением в сознании и дальнейшем использовании.

По нашему мнению, взгляды М. Кастельса и Д. Стиглица расходятся в части понимания «реальной виртуальности» и «виртуальной реальности». М. Кастельс считает, что «исторически специфичным в новой коммуникационной системе, организованной вокруг электронной интеграции всех видов коммуникации, от типографического до мультисенсорного, является не формирование виртуальной реальности, а строительство реальной виртуальности»[2].

С позиции теории отражения, гносеологической коммуникации, диалектики материального и идеального, реальной и виртуальной информации с данным тезисом М. Кастельса невозможно согласиться. Ведь он выше признает «виртуальные сообщества» в социальных сетях. А ниже в разделе «Размывание жизненного цикла: на пути к социальной аритмии» выдвигает гипотезу: «сетевое общество характеризуется уничтожением ритмичности, как биологической, так и социальной, связанной с понятием жизненного цикла»[3]. Не надо быть великим философом или физиком, чтобы понять, что ассимитричность информации уничтожает ритмичность жизненного цикла, а, значит, и экономики. Асимметричность в проявлениях сущности «информационного человека» приводит к формированию противоречия между реальной виртуальностью (когда сознание реально, объективно отражает экономическое бытие) и виртуальной реальностью (когда субъективное сознание творит реальность в экономике). Это происходит, по справедливому замеча-

---

[1] *Кастельс М.* Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. — М., 2000. — С. 351.

[2] Там же.

[3] *Кастельс М.* Указ. соч. — С. 414.

нию М. Кастельса, когда «выдуманный мир есть выдумка в процессе своего сознания»[1].

В данном контексте нельзя не принять определение М. Кастельсом «реальной виртуальности». Она есть «система, в которой сама реальность (т.е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом»[2]. Здесь тезис: «полностью схвачена, полностью погружена» в реальность есть результат реального, объективного отражения в символах, знаках (деньгах) стоимости материального капитала. А вот «выдуманный мир», который отражается на экране, есть отражение отражённого и часто искажённого, манипулятивного, ставшего опытом, т.е. реальным экономическим опытом. В этом заключена сущность виртуальной реальности.

Но у М. Кастельса поставлено много новых фундаментальных проблем, касаемых «информациональной экономики». Это и возникновение новой «культуры средств массовой информации», диалектики системы: «время, пространство и общество», «виртуальное время», когда «вневременность мультимедийного гипертекста есть определяющая черта нашей культуры, формирующая ум и память де ей, получающих образование в новом культурном контексте»[3]. Или идея о «вневременном времени», когда «информациональная парадигма и сетевое общество порождают систематическую пертурбацию в порядке следования явлений»[4]. Вот отсюда и закладывается принцип «асимметричной информации».

Нарушение принципы симметрии, в сторону асимметрии с преобладанием виртуальной экономической информации во «вневременное время» приводит к «надуванию мыльных пузырей» (Д. Стиглиц) и ведут к мировому экономическому кризису, что и случилось в 2008 годуг. «Я привнёс в процессе выработки политических решений, — пишет Д. Стиглиц, — мои труды в области экономики информации, в частности, проблему *асимметрии информации* — различия в информированности, например, наёмного работника и его работодателя, кредитора и заёмщика, страховой компании и застрахованного. Подобные асимметрии пронизывают всю экономику»[5]. Впоследствии эту идею он развивает до обоснования новой парадигмы в экономической науке.

Получается, что при информационной культуре, построенной на асимметрии, реальной виртуальности и виртуальной реальности в экономике зарождается кризис. Причиной дефолта в России 1998 г. явилось также надувание

---

[1] Там же. — С. 353.

[2] Там же.

[3] Там же. — С. 429.

[4] Там же. — С. 431.

[5] *Стиглиц Д.* Глобализация: тревожные тенденции. — М. , 2003. — С. 9.

«мыльных пузырей» в экономике в результате создания множества финансовых пирамид (типа пирамиды МММ и др.) с позволения государства, когда правительство занималось практически тем же самым, выпуская гособлигации, не подкреплённые их материальным содержанием. Такое состояние экономической деятельности бизнеса и экономических структур государства можно охарактеризовать асимметричной информационной и экономической культурой в результате осуществления асимметричной экономической политики. Размах коррупции — следствие дефицита гармоничной культуры, когда честность, порядочность становятся антиподами экономической жизни.

Весь мир погружается в виртуальную реальность, где мнимые ценности и корыстные инстинкты, манипулятивные информационные технологии, сети объединившись, ведут мировую экономику к катастрофе. Жан Бодрийяр справедливо замечает, что «в поле виртуального мы попадаем, если, движемся от символического к реальному, продолжаем движение за пределы реальности — реальность в таком случае становится нулевой степенью виртуального»[1]. Созданию виртуальности в информационном и экономическом пространстве способствуют: манипуляции экономической информацией, инсайдерство, закрытость от масс истинной информации, расхождение между словом и делом, обещаниями и реальностью. Похоже, что борьба у нас с коррупцией — это уже «движение за пределы реальности», т.е. за пределы допустимого, также как и с действием «закона 4-х Б» — богатые богатеют, бедные — беднеют».

Жан Бодрийяр предупреждает, что «теперь виртуальное есть то, что идёт на смену реальному и знаменует собой его окончательное разрушение, поскольку, делая вселенную предельной реальностью, оно неизбежно подписывает ей смертный приговор»[2]. Отсюда можно сделать вывод: если и далее глобальная мировая экономика будет однобоко развиваться, т.е. опираясь на виртуальную реальность, когда знаки (деньги) производя новое количество знаков (денег), не создавая адекватные материальные стоимости, то её ждёт бесконечность кризиса, а в итоге смертный приговор.

Таким образом, получается, что культура, информация, экономика в условиях информационной цивилизации крепко завязываются в один «узел», ведущий к развитию новой — информационной парадигме развития экономики. Следовательно, актуализируются проблемы формирования реальной, а не виртуальной *информационной культуры* экономического развития и экономической культуры в производстве информации, отражающих законы экономического бытия.

Если принять, что культура — это созданный человечеством «механизм, имеющий целью выработку и хранение информации»[3] или согласиться с те-

---

[1] *Лотман Ю. М.* Семиосфера. — СПб. , 2001. — С. 395.

[2] *Кармин А .С., Новикова Е. С.* Культурология. — СПб. : Питер, 2008. — С. 25.

[3] *Лотман Ю. М.* Указ. соч. — С. 395.

зисом: «культура представляет собой особый тип информационного процесса[1], а в экономике складывается новая парадигма — «информациональная» (М. Кастельс) или «информационная экономика» (Д. Стиглиц и др.), то, следовательно встаёт *проблема идентичности экономической и информационной политики*. А её исследование возможно на «стыке» гуманитарных наук. Но прежде всего в сопряжении: культурологии, социальной информациологии и экономики, а также социологии и социальной психологии, исследующих процессы этногенеза, социогенеза, культурогенеза, психогенеза и инфогенеза, проявляющиеся в стабильности или напряжённости социально-политической ситуации в стране.

Особенно актуально в данном контексте следование закону ментальной идентичности, использование психокоррекционного потенциала информационной политики в духоподъёмности нации посредством вытеснения из характера российского социума негативных черт и культивирования положительных[2].

История России свидетельствует, что подъем экономики происходил тогда, когда народ проявлял силу духа, свойства «светлоэфирного эгрегора» и гасил свойства «темноэфирного эгрегора»[3]. «Экономическое чудо» Японии в прошлом веке по доказательствам учёного Мосарани Моритани заключалось в том, что «культура производства» отражала японский интеллектуальный и эмоциональный строй», оно «предельно глубоко связано с духом и культурой нации», развивать «творческое начало в экономике невозможно без учёта особенностей национальной психологии»[4]. То же самое происходит сейчас в Китае.

Академик Е. М. Примаков в своих интервью последовательно проводил следующую позицию: перспектива России — левый центр. Но, похоже, он остался не услышан реформаторами. Другой учёный Г. А. Гольц считает, что «если понять главное в коллективной психологии народов России, проникнуть в истоки уникального российского менталитета, то все остальные сопряжённые с проблемой «культура — экономика» задачи будет осваиваться значительно легче»[5]. Вот в чем заключается алгоритм формирования экономической и информационной политики, нацеленной на материальное и духовное возрождение могущества России.

© В. Д. Попов, 2012

---

[1] *Кармин А. С., Новикова Е. С.* Указ. соч. — С. 25.

[2] См. : *Попов В. Д.* Тайны информационной политики (социокоммуникативный психоанализ информационных процессов). Издание третье. — М. , 2009. — С. 207 – 220.

[3] См. : *Попов В. Д.* Духовно-информационный потенциал эгрегора в менеджменте и управлении //Социология власти. — 2010. — № 6.

[4] *Мосарани Моритани.* Современная технология и экономическое развитие Японии. — М. , 1986. — С. 141 – 146.

[5] *Гольц Г. А.* Указ. соч. — С. 65.