

к средствам массовой информации. В 2014 г. Госдума РФ приняла соответствующий закон [1].

Ведение блогов имеет массу тонкостей, информация о них часто разрознена, содержательное наполнение порой вызывает противоречивые чувства. Публикуются материалы, интересные прежде всего автору, их проверка на подлинность не предполагается. Все недостатки сглаживает авторский неповторимый стиль, из-за которого к данной форме коммуникации и обращаются. С создателем блога можно общаться напрямую, это, безусловно, привлекает посетителей страницы. В другой ситуации подобный контакт вряд ли был бы возможен.

1. *Брызгалова Е.* Блогеров приравняли к прессе // Газета.ru. 2014. 22 апр. URL: <http://m.gazeta.ru/business/2014/04/18/5998185.Shtml> (дата обращения: 05.02.2016).

2. *Минаков М.* Рассоветивание постсоветских обществ // Общая тетрадь. Вестник Московской школы гражданского просвещения [Электронный ресурс]. URL: <http://otetrad.ru/diary-937.html> (дата обращения: 05.02.2016).

3. *Питерс Д.* История как проблема коммуникации // Неприкосновенный запас. 2014. № 3. С. 95–108.

4. *Прохорова И.* Новая антропология культуры // Новое лит. обозрение. 2009. № 100. С. 9–17.

5. Соцсети — окно в мир или виртуальная ловушка? // ВЦИОМ : пресс-вып. 2015. 22 июня (№ 2860) [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115294> (дата обращения: 05.02.2016).

6. Тактические медиа // Альтернативная культура : энцикл. Екатеринбург, 2005. С. 186–187.

7. Философ и композитор Владимир Мартынов и его новая книга «2013 год» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.radiodlago.ru> (дата обращения: 05.02.2016).

*Рукопись поступила в редакцию 27 апреля 2016 г.*

УДК 004.738.5 + 004.774.2

**Л. А. Закс**

## **К ИССЛЕДОВАНИЮ АКСИОЛОГИИ ИНТЕРНЕТА**

Статья рассматривает малоизученную тему аксиологии Интернета. Показаны онтологические и функциональные основания ценностных отношений к реалиям интернет-реальности, их двойственность и противоречивость. Представлены морфология интернет-ценностей, их особенности и специфические сетевые основания. Намечен подход к анализу специфики эстетических ценностей Интернета.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** аксиология, Интернет, ценности, Интернет как социокультурный инструмент и самоценная реальность, утилитарные и духовные (неутилитарные) ценности Интернета.

В исследованиях современной медиасферы, в том числе Интернета, пока незаслуженно скромное место занимает научно-философский анализ их аксиологического характера и проблематики. Мне, во всяком случае, найти специальных

работ на эту тему не удалось (приятное исключение — статья О. В. Шлыковой [9]). Хотя ценностная проблематика, так или иначе, прямо или, чаще, опосредованно, появляется в конкретно-научных работах по проблемам современных медиа и Интернета, в частности психологических. Психологи не могут обойти этой темы, этого аспекта Интернета и его осмысления в той мере, в какой они анализируют смысловое содержание и мотивационную сферу пользователей Сети (см., например, [5]). Между тем реальное существование и функционирование современного медиaprостранства, значительнейшей частью которого выступает «территория Интернета», его информационно-порождающих и рецептивных процессов, контентов и текстов имеет сплошь ценностный характер: пронизано ценностными смыслами, окутано множественными ценностными «аурами»/ореолами, высокоэмоционально, напряженно и экспрессивно (а это атрибутивные симптомы-обнаружения ценностности), вызывает противоречивые и активно конкурирующие оценочные реакции субъектов медиасферы и наблюдателей-экспертов. Без понимания аксиологического аспекта медиареальности и учета его влияния невозможно понять функционирование этой важнейшей сферы современных обществ, ее сложных взаимоотношений с людьми, миллионами людей (речь ведь в точном смысле слова о «средствах массовой информации»).

Должен оговориться, что в данной статье речь пойдет только об Интернете. И в огромной литературе по Интернету, так или иначе не могущей не фиксировать его ценностные основания, движущие силы, феномены и эпифеномены, мне тоже не встретилась специальная работа с философско-аксиологическим анализом этой особой социокультурной реальности. Еще несколько важных оговорок-предупреждений. Во-первых, данная статья не относится к дисциплинарной области так называемых культуральных исследований (*culture studies*) или исследований медиа (*media studies*). В ней читатель не найдет специальных разборов и обобщений эмпирических реалий Интернета: его конкретных содержательных сфер, информационно-ценностных феноменов, ситуаций, «случаев». Но его целостный предметно-смысловой образ, представление о нем, ощущение и понимание его как особой реальности в современном социокультурном мироздании, почерпнутые из коллективного опыта и скромного личного опыта автора (связанного, по преимуществу, с российской частью мировой Сети — Рунетом), будет важной посылкой авторской попытки предельно общего/обобщающего: *философско-аксиологического* осмысления сложной интернет-реальности. Задачу статьи можно определить как предельно общую *логико-типологическую* «разметку» и маркировку внутренне, несомненно, невероятно разнообразного, многоликого, мультикультурного, мультиплицированного и индивидуализированного миллионами субъективностей *ценностного мира* Интернета. При этом, во-вторых, здесь я только намечаю определенный аксиологический (теоретико-ценностный) подход к решению поставленной задачи, что определяет предварительный, «зондирующий» характер статьи (что и отражено в ее названии: «к исследованию...»).

Под ценностями я понимаю два взаимосвязанных (и «взаимооборачиваемых») феномена. Во-первых, ценности — это особая идеальная содержательность, или

информативность, объектов, сопрягающая их бытие и специфику с потребностями, интересами, целями и нормами субъекта и тем самым репрезентирующая и маркирующая значимость *этих* объектов для жизни и сознания *этих* субъектов. В этом плане ценности — феномены конкретные и ситуативные, актуально существующие как «здесь-и-сейчас-значимость». Во-вторых, ценности — это обобщающие опыт жизни в «мире значимостей», опыт их освоения, т. е. ценностных отношений субъектов к объектам, устойчивые типологические идеальные матрицы-маркеры-эталонные значимостей как основа «наделения ценностью» (= ценностной интерпретации и оценки) различных объектов. Такие матрицы-эталонные существуют в общественном и индивидуальном сознании как в имплицитных формах бессознательного (для обозначения которых вполне уместен термин «архетипы»), так и как осознанные и субъективно одобренные представления — образы «должного».

Поскольку всякие ценности происходят из мира сущего и человеческих практик в этом мире, определяются им и в нем же и существуют, важной онтологической посылкой аксиологического анализа сплошь ценностного (напряженного в каждой своей точке и окутанного эмоциональной, нередко противоречивой аурой) пространства Интернета выступает признание *двойного* и *амбивалентного* существования Всемирной сети. С одной стороны, Интернет — это часть культуры современного общества, ее мощный служебный (технический) инструмент, созданный и используемый обществом. Интернет-реальность стратифицирована и структурирована им, выступает как его продолжение и, пусть и особое, «удвоение»: те же, что и в обществе, варианты социальных отношений (рыночные в том числе), то же властное присутствие доминирующих в обществе институтов, та же дифференциация социальных субъектов/общностей и их мировоззрений, политических идеологий [2]. С этой стороны Интернет онтологически (а отсюда и аксиологически) несамостоятелен. Посвятивший многочисленным проблемам, слабостям и недостаткам Интернета специальную книгу Б. Н. Мирошников отмечает: Интернет «вообще тиражирует все, что туда загрузят» [8, 82]. А, итожа внушительную картину настоящего и будущего «интернет-негатива», делает приправленный иронией и кажущийся бесспорным общий вывод: «На самом деле бедный Интернет ни в чем не виноват. Он таков, каково общество. И будет таким, каково будет общество, отражается в Интернете как в зеркале. Или как в луже. Это человек делает его оружием в информационных войнах, инструментом для совершения преступлений, рупором террористов и экстремистов, превращает в липкую паутину для клеветников, сплетников, растлителей и извращенцев» [Там же, 279]<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Б. Н. Мирошников в своей книге справедливо негодует по поводу многих примет низкой словесно-речевой культуры нынешнего Интернета, его нетребовательности к качеству высказываний, откровенной неряшливости. Так и есть. Но ведь и в этом отношении Интернет — продолжение и удвоение состояния «большой культуры», культуры породившего его общества. Прочтите еще раз приведенную мной цитату из книги Мирошникова. Предложение «И будет таким, каково будет общество, отражается в Интернете как в зеркале» — в нем явно пропущены нужные слова. Не пример ли это распространенной в сегодняшней авторской и издательской культуре, в культуре письменной и устной речи беззастенчивой неряшливости?! Сегодня редко встретишь книгу или газету, в которой не было бы многочисленных досадных опечаток, недодписок и иных «ляпов».

С другой стороны, Интернет во многих отношениях особая, самодовлеющая и самоценная реальность с собственной онтологической логикой и феноменологией. Ю. М. Кузнецова и Н. В. Чудова отмечают «неуправляемость формирования и развития Сети, которая функционирует по своим собственным законам и не подчиняется никому конкретно» [5, 25], а самодвижение и самозаконность (самодетерминация) — важнейшие признаки самостоятельной реальности. Будучи человеческой, она обладает собственными социальными порядками (отношениями) и сообществами. Так, доминирующая в «большом обществе» иерархичность отношений здесь во многом уступает место принципиально иному, «горизонтальному» сетевому порядку [3] со специфическими ценностями и ценностными механизмами. Сохраняя и даже развивая рыночную экономику, интернет-реальность в то же время демонстрирует все более широкое распространение и укорененность в Сети противоположной экономики дарения, свободного бескорыстного обмена. Выросшая в недрах развитого капитализма и на его ресурсной основе, регулируемая извне правовой системой общества, Сеть предоставляет всем своим обитателям равные права и возможности и тяготеет к, казалось, преодоленному историей обобществлению своего содержания и форм, что получило название *киберкоммунизма* и заставило вновь вспомнить идеи Сен-Симона и Маркса [1]. У нее также своя особая культура и субкультуры, символические системы и ментальности. (О неизбежном обратном влиянии этой особой набирающей силу и влияние реальности на «большое общество» и «большую культуру» я здесь не имею возможности говорить.)

Аналогичный вывод об онтологической и функциональной двойственности Сети делают и ведомые иной, чем в моей статье, темой (исследовательской целью) авторы уже упомянутой книги [2]. Они понимают «Интернет как один из инструментов организации, мобилизации, коммуникации; не причину, но “контекст”, компонент и фактор социальных и политических процессов», и потому он «предстает как новый и чрезвычайно информативный источник знаний о процессах, которые происходят в обществе». Однако «он является и самостоятельной площадкой по производству разнообразия общественно-политических процессов и феноменов» [Там же, 11, 13].

Соответственно и *аксиологически* Интернет двойствен и во многих отношениях ценностно противоречив. Он ценностно детерминирован и маркирован обществом, в котором работает, его потребностями и интересами, ценностными эталонами и нормами, а потому воплощает ценностную логику и феноменологию своего социокультурного мира. Самое главное в этой аксиологической детерминации Сети: ценностно по своей сути исходное, «первичное» отношение к нему как к *средству* и цели; оно-то и определяет ценностное восприятие Интернета обществом и людьми-пользователями, его ценностную содержательность и характер его *использования*. Корень последнего слова говорит сам за себя: в аспекте своего «служебного», во всех аспектах «технического» социального полифункционального существования Интернет получает прежде всего множество *утилитарных, практически значимых ценностей*. Хотя способен удовлетворить и удовлетворяет и нематериальные, т. е. духовные, потребности, являя реализацию духовных ценностей социокультурной системы. И в то же время Интернет обладает особой

аксиологической логикой и феноменологией, особой содержательностью рождаемых самодовлеющей спецификой Интернета ценностей, хотя «типологически» они не могут не совпадать с морфологией ценностей до- и внеинтернетной социокультурной системы. Ведь и в Сети основой любых ценностей выступают человеческие потребности. Поэтому собственные, специфические интернет-ценности, вырастающие из логики этого медиа, закрепляемые порожденными им особыми потребностями, интересами и значимостями, нередуцируемы к общему ряду/набору социокультурных ценностей. Они обретают при субъективации значимостей пользователями особый, качественно своеобразный, существующий только в интернет-реальности, ее пространственно-временном, деятельностно-функциональном и смысловом поле-контексте самоценный (*ценный сам по себе*) смысл. Но во внутриинтернетном ценностном «раскладе» также дифференцируются на утилитарные и духовные (неутилитарные).

Типологическое сходство генеалогически разных типов ценностей позволяет выделить основные общие для Интернета в обоих его онтологических ипостасях классы/виды ценностей, отдельно оговаривая те, что специфичны именно и только для интернет-реальности.

Для этого уместно хотя бы кратко представить объективный аналог ценностно-смыслового «плана» Интернета. Таким аналогом, а прежде всего *объективным основанием* его ценностной морфологии, несомненно, выступают реальность и соответственно видение-представление Сети как функционирующей, полифункциональной системы, в чем-то очень сходной с до- и немедийной реальностью. На первый взгляд подходящей моделью Интернета мог бы выступать образ торговой площади в базарный день или ярмарки. Это праздник товарно-денежных отношений и их агентов. Тут всем и всему находится место. Рядом торгуют крупные торговцы и мелкие. Торговцы новым товаром и товаром подержанным, уцененным, комиссионным. Товаром фабричным и кондиционным — и домашним. Товаром элитарным, сложным и дорогим — и непритязательным по качеству, даже откровенно низкокачественным, зато дешевым. В результате ценностная номенклатура сетевых продуктов-товаров столь же разнообразна, разнокачественна, пестра, что и номенклатура вещных рынков, что предполагает наличие множественных и разных субъектов-создателей и адресатов-потребителей медийной информации как ценностной.

И все же, если быть точным, Всемирная сеть — это уникальная по своей функциональной универсальности культурная институция (т. е. ныне глобальная по охвату материально-идеальная организационная форма-конструкция), которая одновременно банк и магазин, биржа и аукционный дом, почта и собес, библиотека и архив, консалтинговая служба и кинотеатр, музей и концертный зал, научная организация и дискуссионная площадка, игротка и всезнающее справочное бюро, служба знакомств и разведслужба, образовательная организация и работающий на гигантскую аудиторию массовик-затейник. И прочая, прочая, прочая. Каждая из этих функций (функциональных структур) имеет свою, социально кодифицированную полезность, у которой есть и экономический (финансовый) эквивалент. Причем все эти функции, как и соответствующие им ценностные значения, так или иначе, умеют сопрягаться, образуя высокоэффективные сервисные

комплексы для потребителей любого культурного уровня и, что называется, «на любой вкус». А в целом Интернет получает качественно новую, интегрирующую эти полезности *системную полезность*, которую с полным правом можно назвать *интернет-полезностью* (ее дочерние модификации фейсбук-полезность, ютуб-полезность и т. п.).

Вот какие ценности реализуются в функциональном пространстве Сети:

### **I. Утилитарные (прагматические) ценности**

1. Деловые: практически-функциональные, обеспечивающие (программирующие и стимулирующие) движение товаров и услуг, совершение практических коллективных и индивидуальных действий (например, политических, военных или, наоборот, гуманитарных) посредством полезной информации и работы с ней.

2. Экономические: выражающие доходность и прибыльность (или наоборот) интернет-деятельности и ее продуктов (в том числе нематериальных).

3. Социально-организационные:

а) ценность распространения моделей социокультурного порядка и моделей социокультурных изменений (программ, норм, ценностей и т. п.);

б) ценность социализации людей;

в) ценность мироориентации социокультурной системы, программирования массового и индивидуального сознания и поведения;

г) ценность социальной идентификации (хотя идентифицирующие функции, а их много, можно выделить и в отдельную группу);

д) ценность коммуникации как способа существования актуальных социальных связей и отношений;

е) ценность социальной интеграции (обеспечение унификации и синхронизации сознания и практик членов сообщества, сплочения, единения общества, его членов и групп).

4. Психоутилитарные<sup>2</sup>:

а) ценности психического уюта и комфорта, «доместикации пространства» (А. Леруа-Гуран), т. е. окружающей среды (интернет-эффект «мира в кармане»);

б) ценности психологической безопасности (информационных эффектов снятия неопределенности, осознания и ментального освоения возможных рисков и проблем и т. п.);

в) ценности эмоциональной разрядки (снятия психического напряжения, перенасыщения, выгорания и т. п.);

г) ценности компенсаторики: компенсаторов дефицитных социальных ценностей (потребных сторон социокультурной реальности) и психических состояний (например, преодоленного в интернет-общении одиночества и обретенных в нем социальности, солидарности, идентичности; дефицита положительных впечатлений и эмоций, уверенности в себе, самовыражения и самоутверждения);

д) ценности развлечения: психического разнообразия и отдыха (для преодоления информационного и психологического однообразия, монотонности,

<sup>2</sup> Под психоутилитарными ценностями я понимаю значимости феноменов и эффектов, удовлетворяющих потребности психики людей как материальной функциональной системы (системы их биологического организма) и обеспечивающих ее нормальное функционирование (продуктивную работу всех психических «органов»).

инерции, скуки, апатии, усталости, пресыщения и иных негативных, снижающих жизненный тонус и экзистенциальную мотивацию психических состояний), без чего трудоспособность и эффективность психического мира падает.

## II. Духовные (неутилитарные) ценности

Переходя к характеристике духовных ценностей Интернета, нужно отметить, что они реализуются и работают как раз через автономную самодовлеющую реальность Сети и жизни человека в ней как особом мире, т. е. в его, человека, интернет-ценностном «для-себя-бытии», осуществляемом через «в-себе-бытие» Сети. Тут, благодаря специфике содержания и онтологии Сети, и возникают возможности для удовлетворения уже, по сути, нематериальных, не предполагающих утилитарно-практические интересы и цели потребностей людей. Основой этих возможностей и духовных потребностей является информационная природа Сети: существование в ней — это существование *по поводу, в направлении и для* информации, существование *вместе с ней, через нее*: в поле ее особой ценности и самооценности. По мнению Кузнецовой и Чудовой, «в отличие от “пространства культуры”, где любой объект обладает материальным носителем, интернет-объекты, имея в качестве своего материального субстрата нечто недоступное органам чувств, представляются сознанию чистыми “кусками информации” (в терминологии Дж. Гибсона) — неисчерпаемой и каждый раз заново структурируемой. Содержательно эти объекты представляют собой знания, мнения и рассуждения людей. Больше всего мир таких объектов похож на третий мир К. Поппера — мир объективного знания» [5, 17].

Мне, правда, трудно согласиться с утверждениями Кузнецовой и Чудовой о «недоступности органам чувств» (очевидно, сверхчувственном характере?) субстрата интернет-объектов и о восприятии сознанием интернет-пользователей «чистых “кусков информации”». Нет, и здесь, как в любой культурной реальности, наше сознание имеет дело прежде всего с предметными артефактами, имеющими вполне чувственный характер. Только в Интернете они все суть предметы *знаковые*: все — высказывания, тексты, сообщения, визуальные, аудиальные или аудиовизуальные. Все эти высказывания/тексты/сообщения, независимо от социального статуса и культурного «веса» (авторитета) их авторов, как и от характера их информационного содержания, в автономной реальности Интернета получают равный онтологический статус «события», а всякое действие с ними (их порождение, предъявление, трансляция, восприятие и интерпретация) получает онтологический статус *поступка*, воспринимается и переживается их субъектами как реальное проявление *своей жизни в Интернете*, обнаружение и удовлетворение *потребностей в интернет-существовании, интернет-активности, интернет-общении, интернет-самореализации и интернет-самоутверждении*. Эти, уже, по сути, ценностные составляющие: тексты-события и действия-поступки — являются, кажется, главными специфическими моментами самодовлеющей сетевой реальности и как контента, и как способа существования каждого попавшего туда человека.

Принудительная, «затягивающая» сила Сети общепризнана, как и полярные ценностные значения этой силы. То, что на полюсе объективной логики отношений этой реальности с ее пользователями выступает как *власть сетевой реальности, ее принудительная логика и сила*, на полюсе сознания самих пользователей

переживается как *самодовлеющая самоценная ценность этой реальности и существования в ней*. Отсюда и первый вид духовных интернет-ценностей:

1. Экзистенциальные ценности — ценности, повторы, жизни в Интернете и переживания этой жизни, всех ее духовно значимых аспектов как самоценных:

а) ценности самоактуализации и самореализации;

б) ценности самоидентификации;

в) ценности самоутверждения как позитивного самовыражения, «самопрезентации», акцентуации перед «городом и миром», самовозвышения над условиями жизни и другими людьми (или, как минимум, утверждения своего равенства с ними);

г) ценности общения<sup>3</sup>;

д) ценности творчества. Интернет стал для растущего числа людей территорией как духовного, публицистического, художественного, так и практического (социального) творчества, значимого не только и не столько как «средство», но и как самоцель, совпадающая с сознанием-переживанием своих способностей, своего «демиургического» места в мире, обретением полноты бытия, самовыражения и самоутверждения<sup>4</sup>. Впечатляющие и растущие масштабы людей, вовлеченных Интернетом в этот, без преувеличения, глобальный творческий процесс (даже за вычетом служебных, практически мотивированных высказываний), можно объяснить только превращением словесного творчества в личностную ценность этих свободных, добровольно действующих субъектов;

е) ценности игры. В свободном от прагматики пространстве Интернета получает возможности и стимулы для реализации характерный для человека способ неутилитарного отношения к миру и своей деятельности — игра. Речь не только о так называемых компьютерных, карточных играх и тому подобных игровых забавах, но и о многочисленных вариантах интеллектуальных игр, конкурсов, всякого рода «испытаний» ума, воображения, интуиции и других культивируемых в игровой активности творческих сил и эрудиции человека;

<sup>3</sup> «Актуализированность потребности в близком неформальном общении, судя по всему, является характерной особенностью жителей Интернета» [5, 152]. Хороший пример соединения противоположностей в функционировании и аксиологии Сети. Общение в ней связано не только с его самоценностью: оставаясь неутилитарной целью «жителя», общение выступает для него также в своей внешней утилитарной ценности компенсатора социального одиночества и внутренней утилитарной ценности способа получения необходимой информации, создания интернет-сообщества и многого другого.

<sup>4</sup> Например, Интернет стал территорией, предоставившей реальною возможность и легитимацию для словесно-речевого (литературного) творчества многих желающих, не только пишущих электронные письма, ведущих блоги в соцсетях, но и творящих художественные или квазихудожественные тексты. Интернет «положил конец асимметрии чтения и письма. <...> Люди читают для того, чтобы создавать новые тексты» [7, 8]. Он обесмыслил понятие «графоманство», позволил — независимо от качества и ценности высказываний — самореализоваться и приобщиться к культуре, высказаться и самоутвердиться миллионом людей. По подсчетам канадского журналиста Клайва Томпсона, приведенным Кириллом Мартыновым, человечество сегодня ежедневно отправляет 154 млрд электронных писем, пишет более 500 млн твитов и более 1 млн постов в блогах только на платформе Wordpress. В Facebook ежедневно появляется более 16 млрд слов. Только электронные письма и статусы в соцсетях дают примерно 3,6 млрд слов ежедневно, что примерно эквивалентно 36 млн томов бумажных книг (для сравнения: фонды РГБ содержат 18 млн книг). Наконец, поразительные примеры массового литературного творчества: 26 тыс. полноценных повестей написано пользователями по мотивам «Звездных войн» и 1700 — по мотивам пьес Шекспира, и все они, так или иначе, комментируются и обсуждаются другими пользователями [Там же, 6]

ж) ценности свободы. Она названа последней в ряду экзистенциальных ценностей как вершина, квинтэссенция и одновременно сущностное основание, «сердцевина» существования в Сети и деятельного существования, или функционирования, самой Сети. И о ней нужно сказать специально.

Интернет не случайно ассоциируется со свободой. Не случайно и то, что в нем более, чем во всех иных хронотопах социокультурной системы, сегодня аккумулированы и осуществляют себя свободолюбивые начала человеческого существа: идеи, устремления, намерения, проекты и поступки, относящиеся ко всем сферам человеческого существования от повседневности до философской рефлексии, от секса и личных увлечений до права и политики. И во всех Интернет и его акторы — далеко не всегда позитивно, прогрессивно и гуманистически оправданно — умеют преодолевать, отменять или обходить всевозможные и многочисленные социокультурные табу. Складывается впечатление, что свобода — главная и тотальная цель Сети, ее бьющая через край самодовлеющая, настаивающая на своем стихия. У желающего войти в Интернет только одно ограничение для этого, причем исключительно техническое: ему нужен компьютер. Дальше он становится свободным, демонстрируя главное непосредственное проявление свободы: свободу выбора. Что он получает/выбирает? Наряду с атрибутивным для Сети информационным многообразием, которое мировоззренчески и ценностно-смыслово можно множественно представить и интерпретировать (множественность доступных пользователю контентов оказывается множественностью разных миров (картин мира), дискурсов и стилей, типов субъектности и субъектных позиций), наряду с возможностью выбрать из этого многообразия он получает свободу выбора таящихся в этом многообразии социокультурных ролей и практик. От него ведь в конце концов зависит, что именно он возьмет из этих множеств и как он распорядится полученными возможностями. Тут его свобода не только конкретно осуществится, но и наполнится конкретным содержанием, не только информационным, но и — в не меньшей степени — экзистенциальным, социально-онтологическим. А за свободой выбора следуют и все иные основные свободы человека: свобода передвижения, свобода собраний и объединений, свобода слова и владения информацией, свобода совести и предпринимательства, свобода творчества и самовыражения.

Почему это так? Как это (свобода быть свободным в Интернете) возможно? Здесь, боюсь, не обошлось (и нам не обойтись) без капли метафизики. Во-первых, я убежден, что самой информации — изначально, в силу ее собственной природы — свойственна способность и необходимость распространяться повсюду, без ограничений, беспрепятственно переходить с одного носителя на другой, перевоплощаться и укореняться в разных субстратах. Иначе говоря, информация изначально метафизически свободна (в отличие от ее глубинных «сородичей» по природе: вещества и энергии). Во-вторых, Интернет создал для нее такое особое пространство — виртуальную реальность, где его пользователи не встречают препятствий и ограничений для своего доступа к практически любой информации, ее освоения и ретрансляции. Показательно: интернет-свободу не раз пытались ограничить извне и даже изнутри, порой по вполне рациональным причинам (социальная и персональная, практическая и психологическая, военная и (даже!)

собственно информационная безопасность, социальный порядок, защита морали и нравственного мира людей, особенно детей и т. п.). Но Интернет, его агенты и механизмы/структуры всегда сопротивлялись ограничениям свободы: секретности, замалчиванию, цензуре информации. И практически всегда находили контрмеры, преодолевавшие любые ограничения и запреты.

На растущее засилье секретности, угрожавшее гражданским свободам и всеобщему миру, Интернет ответил отменившими «тайны» разоблачениями Д. Ассанжа и Э. Сноудена. На усиление идущих от общества притязаний частной собственности и авторского права на информацию он ответил «пиратским» движением в защиту общественной собственности на культурные ценности как достояние всего человечества и каждого человека. На идущую извне и растущую коммерциализацию интернет-услуг (в том числе на доступ к научным публикациям) ответом стали бесплатные интернет-ресурсы. На социально-политические практики замалчивания и сокрытия угроз Сеть ответила настойчивым усилением гласности и свободы публичной коммуникации. «Есть моменты, когда молчание не подходит. <...> Отказ от молчания работает для неограниченной власти как “проверка реальностью”. Он является сильным средством, позволяющим запустить действия граждан и их представителей, ключевой гарантией того, что ответственные руководители организаций не потеряются в мире своих мечтаний, не будут блуждать по тем землям, на которых злоключения власти скрыты молчанием, облеченным в изящные фразы о доверии, лояльности и прогрессе» [4, 303].

Метафизическая (что здесь = свободная и всечеловеческая) природа Интернета против мировой экономики, политики, права — интереснейшая коллизия новейшей мировой культуры!

В этом «царстве свободы», в ее торжествующем могуществе и безграничности есть и несомненные теневые стороны, которые для краткости можно выразить одной формулой: дефицит ответственности. Время идеализации и сакрализации Интернета (как, впрочем, и односторонних проклятий в его адрес, бессмысленной борьбы с ним) прошло. В повестке дня практическое соединение свободы и ответственности, всеобщего равенства возможностей и корректной оценки культурного качества и ценности их реализации. Но эта задача не может отменить краеугольную роль ценности свободы как системного качества, высшей цели и фундаментального условия нормального существования Интернета.

2. Мировоззренческие ценности. Вырастают на основе имманентной логики и мировоззренческой парадигматики Интернета, определяющих такие предметные «содержания» этих ценностей:

- а) многообразии, открытости и незавершенности мира и его ценностей, мировоззренческих и ценностных позиций субъектов;
- б) культуранцентризм и инфоцентризм (культ информации, по Т. Рощаку) как выражение самосознания интернет-реальности;
- в) идея самоорганизации и самосовершенствования;
- г) идея динамики и обновления (обновляемости) мира;
- д) идея равноправия миров и ценностей, свободы их выбора и предпочтения;
- е) идея толерантности;

ж) признание и защита естественных прав и свобод человека (в том числе в пространстве Интернета), ценностное и рационально-критическое противостояние формам насилия, тотального контроля, бесправия и несвободы.

3. Этические (морально-нравственные) ценности. Требуют специального анализа, особенно в свете несомненной морально-нравственной противоречивости свободной, но и часто безответственной Сети, точнее — высказываний-поступков ее субъектов. В Интернете с его свободой, многообразием и предельной толерантностью (не путать с нередкой нетолерантностью пользующихся Сетью субъектов: администраторов, экспертов, комментаторов, журналистов, рядовых обывателей — самых нетерпимых пользователей Сети) сегодня сложилась странная, хочется сказать — *внеэтичная* (если не безнравственная) этика. Здесь нет четкого представления о добре и зле, сосуществует множество самых разных, во многом несовместимых этических позиций. С одной стороны, есть свободная, нерегламентируемая, неотчужденная социальность — и отсюда проявления духовной и практической солидарности: кампании поддержки, протестные движения «в защиту», благотворительность (краудфандинг). С другой — эгоцентризм и самовлюбленность, самодемонстрации (в сочетании с безопасной во всех отношениях анонимностью), нежелание и неумение слушать (тем более — слышать) Другого; грубость, разнузданность реакций (оборотная сторона безграничной свободы и искреннего, но базирующегося на низком уровне культуры самовыражения). Скромность, стыдливость, открытое выражение и признание вины, раскаяние и покаяние — (пока?) редкие качества в Сети, как и сдержанность в оценках, бережное отношение к самолюбию и чувству собственного достоинства оппонента и объекта критики, соблюдение приличий и т. п. Можно понять тех, кто, признавая необходимость и незаменимость Интернета, мечтает «создать солидное и безопасное информационное пространство, пронизанное ответственностью...» и вызывающее доверие [8, 278].

4. Эстетические ценности. Специфика эстетических ценностей как духовных заключается прежде всего в их чувственном характере. Специфика эстетических интернет-ценностей (пока изученная недостаточно) связана, следовательно, с особенностями чувственности сетевой реальности. Но вот психологи Кузнецова и Чудова, как уже известно читателю, утверждают недоступность субстрата интернет-объектов органам чувств, т. е. их сверхчувственный характер. Что, по-видимому, связывается с особенностями словесно-текстовой формы существования информации, доминирующей в Сети. Они же ссылаются на мнение М. Strangelove (так у Кузнецовой и Чудовой) о формируемой технологией Интернета новой технике существования, основной чертой которого является *внечувственность*, и новой форме сознания с новым — *асенсорным* типом Я [5, 29]. Такое понимание специфики Интернета не оставляет места для его эстетического измерения. Но ведь это не так: опыт удостоверяет в несомненном присутствии в Сети эстетических феноменов и в их вполне эстетическом восприятии и переживании пользователями, не просто «фиксирующими» то, что есть, но активно удовлетворяющими именно в интернет-пространстве свои эстетические и художественные потребности. Попробую показать наличие в Сети полноценного чувственного начала.

Во-первых, в Сети все не сводится к словесным текстам. Она сегодня подлинное царство изображений: фото-, кино-, графических и живописных, видеоизображений и изображений на основе новых визуальных технологий<sup>5</sup>. Так, в Facebook загружают 7 млрд изображений в месяц. А кроме визуальных в Сети множество звуковых, аудиальных образов (музыка прежде всего, но и звуки реальной жизни, ее голоса, шумы, разговоры, радиопрограммы, записи спектаклей).

Во-вторых, если взять словесные высказывания, то тут мы имеем дело с полем особой чувственности и, значит, особого эстетизма. Есть, например, дизайн портала, блога, поста, текста — их визуальный образ, оформление (шрифт, пространственная композиция, цветовое решение, декор, фото автора и т. п.). Но, что более существенно, есть чувственность самого текста-высказывания и его экспрессия. Дело не только в чувственности словесных знаков, но прежде всего в *действенности* и, значит, *телесности* высказываний. Каждое высказывание — это обнаружение «поступающего сознания» (М. М. Бахтин), сознания в его ценностном отношении к миру и своему адресату. Создатель теории речевых актов Дж. Остин трактовал их как поступки. Обе версии, несомненно, указывают на напряженную действенность и телесность словесно-речевых (текстовых) проявлений человека, следовательно, на их органически чувственный характер. И тут, строго говоря, нет разницы между высказыванием книжным/печатным, устным и электронно-экранным. С тем лишь «нюансом», что внутреннее телесное напряжение сетевого высказывания дополнительно усиливается тем обстоятельством, что в виртуале невозможны прямые, практические действия и воздействия. К тому же — в отличие от книги — сетевое высказывание сразу помещено в интерактивный контекст, т. е. дополнительно осложнено, насыщено живыми эмоциональными реакциями-поступками других людей, усиливающих, подчас многократно, его первоначальную чувственность и экспрессию.

Все эти живые энергии: экспрессия отношения, действия (поступка), воздействия и взаимодействия (интерактив) — «вкладываются» и запечатлеваются в системе «перформативов» (Остин), или дискурсе.

Это, конечно, поле чувственности и телесности, но особых. Действие не визуализируется = не становится иконически воплощенным, т. е. это не изображение. Оно осуществляется не через внешнюю форму (хотя и посредством внешних чувственных знаков), а *через напряжение и экспрессию внутренней формы* высказывания-дискурса. Для такого способа саморепрезентации высказывающегося — чувственной, эстетически значимой саморепрезентации! — очень подходит понятие/представление о *жесте*. Чувственном, экспрессивном и идейном (т. е. направленном и смыслоносном) движении, ощущаемом «изнутри» и представляемом воображением.

Итак, эстетика Интернет-сообщения — это эстетика внешнего вида текста, эстетика речедействия (перформатива) — поступка, эстетика экспрессивного жеста, эстетическая содержательность которых может быть самой разной.

<sup>5</sup> Одним из важных направлений развития Интернета сегодня выступают технологии визуализации, что подтверждает и наличие особой чувственности, и немалый чувственный потенциал Сети. Этому посвящены работы известного русско-американского исследователя медиа Льва Мановича (см., например, [6]).

Однако, кроме энергии *эстетизиса*, есть в Сети и энергия *антиэстетизиса*. Это прежде всего эстетическая проблемность потока, вала информации как во времени, так и в пространстве. Это безграничное, безудержное множество, умноженное на скорость потока, вступает в конфликт с архаической (ментально укорененной тысячелетиями культуры) статикой нашего эстетического восприятия: его созерцательностью, тщательностью и детализованностью видения, интенцией целостности (= формообразующей функцией), присущей эстетическому вкусу и в целом эстетическому сознанию. Поток во времени нужно остановить и выхватить из него нечто оформленное и завершенное в его самоценности. Как выхватывает мгновение и предмет в нем взгляд поэта:

Цветы — весной,  
Кукушка — летом,  
Осенью — луна,  
Холодный чистый снег — зимой.

*Догэн, XIII в.*

Снег идет, снег идет,  
Снег идет, и всё в смятении:  
Убеленный пешеход,  
Удивленные растенья,  
Перекрестка поворот.

*Б. Пастернак, XX в.*

Такое восприятие-отношение не у всех получается, и не все его хотят: нередко побеждает (воспитываемое, кстати, и самим Интернетом) желание «угнаться» за потоком или боязнь отстать (не угнаться), удержаться в единстве с ним, эстетически не увиденном и не пережитом. Пространственный аспект того же отчасти проявляется в уже упоминавшейся «визуализации медиа», воплощенной, например, в симульганной актуализации множества образов по какому-либо основанию: месту хранения, объекту изображения, теме, сходной детали изображаемого и т. п. Мы разом, одновременно «прикасаемся» к симульганной бесконечности — столь же антиэстетичной, что и суксесивная (во времени).

Замечу, однако, что к этой проблеме можно подойти иначе: не с консервативных, а «прогрессивных», оптимистических позиций:

1) развитие IT-технологий, прогресс в способах обработки, систематизации и репрезентации массивов информации снимет эти трудности, эти помехи, открыв путь к полноценному эстетическому восприятию и переживанию потока и массива, как бы приведенных к «общему знаменателю» традиционного эстетического отношения;

2) развитие (на развивающейся технологической основе) практик «интернет-субъективности» приведет и к развитию самого эстетического в Интернете: адаптации нашего восприятия к данности потока и массива, их «эстетизации» = превращению в самоценные эстетически значимые объекты, предмет эстетического созерцания, со-творчества и со-бытия.

Как это возможно и как это будет, будет ли вообще? Здесь гадать и спекулировать не буду.

1. *Барбрук Р.* Интернет-революция. М., 2015.
2. Интернет и идеологические движения в России : коллектив. моногр. / сост. Г. Никипорец-Такигава, Э. Паин. М., 2016.
3. *Кастельс М.* Власть коммуникации : учеб. пособие. М., 2016.
4. *Кин Дж.* Демократия и декаданс медиа. М., 2015.
5. *Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В.* Психология жителей Интернета. Изд. 3-е. М., 2015.
6. *Манович Л.* Визуализация медиа: техники изучения больших видеокolleкций // Логос. 2015. Т. 25, № 2(104).
7. *Мартынов К.* Век писателей: текст и письмо в новых медиа // Там же.
8. *Мирошников Б. Н.* Сетевой фактор. Интернет и общество. М., 2015.
9. *Шлыкова О. В.* Социокультурная среда Интернета: новые ценности и коммуникативные смыслы // Обсерватория культуры. 2015. № 4.

*Рукопись поступила в редакцию 21 апреля 2016 г.*

УДК 004.352.4 + 316.774:81'33

**М. В. Загидуллина**

## **ОЦИФРОВКА ТЕКСТОВ И ВЫЗОВЫ НАДПИСЬМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ В АСПЕКТЕ ЭКОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ИЗУЧЕНИЮ МАССМЕДИЙНОЙ РЕАЛЬНОСТИ\***

Статья посвящена универсальному протоколу оцифровки данных в контексте теории текста и в рамках эколингвистического подхода, рассматривающего язык как живую систему, а текст — как фрагмент этой системы. Автор приходит к выводу, что протоколирование данных представляет собой формально текст, не поддающийся расшифровке (а требующий декодирования техническим устройством), и тем самым создается основа для возникновения отчуждения индивида от текста. В то же время визуальный поворот в настоящее время ведет к разрыву знака текстового и иконического — при том, что язык протокола сохраняет свою универсальность. В таком случае создаются условия для перехода в новое состояние надграмотности (ненужности грамотности в привычном понимании — как овладения специальной техникой записывания мысли и слова). Надграмотность как новый социальный феномен нуждается в адекватном научном изучении с целью смягчения социальных последствий ее распространения.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** оцифровка, net-мышление, протокол как язык, письменность, грамотность, постграмотность, надграмотность, текст, визуальный поворот, «зеленая» лингвистика.

Digital humanities (цифровые гуманитарные науки) в основном сосредоточены сегодня на новых возможностях, которые открывают перед исследователем «база

\*Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 16-18-02032).