

Д.Е. ПРОКУДИН*Доктор философских наук, доцент
Санкт-Петербургский государственный университет***ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА:
МЕЖДУ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬЮ И ЭСТЕТИЧНОСТЬЮ**

Информатизация как тотальный процесс фундирует зарождение эстетики информационного общества, которая определяется, с одной стороны, тенденциями развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), а с другой – активным участием человека в развитии культуры под влиянием и с использованием этих технологий. При этом, являясь инструментом развития и освоения культуры в информационную эпоху, ИКТ переходят в утилитарно-эстетическую среду человека. В статье анализируются процессы постепенного перехода ИКТ из средства-инструмента в культурный феномен, обретающий самостоятельную ценность и на основе этого происходящего развития эстетического восприятия самих технологий. *Ключевые слова:* информационное общество, информационная культура, эстетика информационной эпохи, информатизация, информационно-коммуникационные технологии.

Развитие информационного общества приводит к трансформации всех социальных практик и пространств существования человека, которые подвергаются тотальным процессам информатизации на основе применения информационно-коммуникационных технологий. Для цивилизационного развития эти технологии являются инструментом трансформации из общества техногенного в общество информационное. Вторгаясь в пространство культуры информационно-коммуникационные технологии превращаются в новое средство, которое, с одной стороны, превращается в механизм освоения культурного пространства, а с другой – приводит саму культуру к постепенной трансформации. В условиях информатизации культурного пространства происходит возникновение новых культурных полей, паттернов культуры, существование и развитие которых происходит вокруг определенных технологий. В этих условиях происходит вхождение человека новой формации в культуру информационного общества, а информационно-коммуникационные технологии при этом выступают инструментом адаптации к трансформирующейся культуре. Так, например, возникают виртуальные музеи и выставки, которые существуют не только в качестве цифровых копий и моделей реальных институтов культуры, но и становятся самостоятельным виртуальным пространством не

имеющим реального прототипа или аналога [8, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 23, 25]. В цифровую форму переводятся печатные массивы, различные объекты культурного наследия, образуя полнотекстовые базы данных, электронные библиотеки и базы данных [5, 21, 22], обладающие мощными поисковыми возможностями (электронные аналоги библиотечных каталогов); текст становится общедоступным для получения через сервисы сети Интернет и для чтения на различных портативных устройствах (электронные книги, планшетные компьютеры, смартфоны и т.д.). При этом рост популярности электронных книг и электронных библиотек приводит к тому, что люди информационного общества меньше читают бумажные тексты и почти не посещают библиотеки (в основном библиотеки посещаются людьми, занимающимися научной работой). Поэтому технологии все более выступают не столько средством освоения культуры, сколько превращаются в агрессивный культурный феномен, который определяет основной вектор как изменений в пространстве культуры в общем, так и формирования индивидуальной культуры человека.

Поколения последних двух десятилетий (так называемое «Поколение Y») с самого рождения находятся в пространстве тотальной информатизации и в порожденных ею культурных полях, определяющих социокультурную адаптацию этих поколений, которая проходит в учёбе, в профессиональной деятельности, дома, на улице, в повседневной окружающей обстановке. В подавляющем большинстве как эти подрастающие поколения, так и их родители не осознают возможных последствий тотального влияния посредством информационно-коммуникационных технологий на формирование личности ребёнка или подростка, его мировоззрения, культурного, этического и психологического облика, системы духовных ценностей, шкалы эстетического восприятия окружающей действительности.

Такая тотальная зависимость от информационно-коммуникационных технологий стала формироваться в тот период их развития, когда из узко профессионального средства обработки информации (а конкретнее – применения ЭВМ в их первоначальном предназначении для математических расчетов), используемом в вычислительных центрах различных организаций, они стали доступными для применения в различных видах деятельности человека. Поворотным моментом в этом стало появление персонального компьютера, который постепенно с развитием технологий обработки различных видов информации (а особенно с развитием возможностей по обработке мультимедийной информации) превратился в самое популярное массовое устройство, которое есть

практически в любой семье (в технологически и информационно развитых и развивающихся странах) и воспринимается как привычный бытовой прибор наравне с телевизором, проигрывателем компакт-дисков, музыкальным центром, а зачастую уже заменяет их всех вместе взятых. А с распространением глобальной сети Интернет персональный компьютер (и все его ипостаси с виде ноутбуков, нетбуков, планшетов, смартфонов и других различных гаджетов) превратился еще и в самое популярное средство коммуникации: системы электронной почты, системы обмена мгновенными текстовыми сообщениями (ICQ и пр.), системы видео-голосовой связи (Skype, Oovoo, MSN Messenger), социальные сети и т.д. и т.п.

Помимо этого, перечисленные выше тенденции (особенно мультимедийные возможности современных компьютеров) дали толчок к использованию информационно-коммуникационных технологий как инструмента культуротворчества. Это привело к их использованию в таких сферах как:

- искусство (создание компьютерных двух и трехмерных графических произведений, компьютерный дизайн);
- архитектура (системы архитектурного проектирования с построением трехмерных моделей проектируемых объектов);
- кинематограф (всевозможные компьютерные эффекты, компьютерная анимация вплоть до создания полностью смоделированных компьютерной графикой фильмов).

Возникают и развиваются полностью зависимые от информационно-коммуникационных технологий направления (в основном ставшие реализацией на практике Web 2.0): коллективная работа над текстами (различные Вики-ресурсы), фото и видео сервисы (например, Youtube, Rutube и т.п.) с возможностью выкладывания материалов на всеобщее обозрение, общение в сетевых сообществах по интересам (в основном в социальных сетях) и т.д.

Многие исследователи на основе анализа этих и других тенденций отмечают возникновение искусства информационной эпохи, которое характеризуется массовым вовлечением как в процессы восприятия, так и в процессы творчества большого числа людей (за счет доступности современных технологий и возможности включения в процессы соучастия посредством сети Интернет), а сами процессы становятся бесконечными [1, 2, 3, 4, 6, 9]. Основным носителем культуры становится цифра, программный код, что ведет к отторжению многочисленно размноженных цифровых копий от оригинала (и в конечном счете может привести к его потере, исключению из культурного континуума). А созданный с помощью

«культурного программного обеспечения» цифровой культурный объект предстает перед субъектом «как комплекс организованных данных, которые структурируют эстетический опыт пользователя» [27, с. 55], что позволяет выделить «один из основных векторов развития новой эстетики в культуре информационного общества – это «расшифровывание» кодов цифровых произведений искусства» [27, с.55].

Однако, помимо того, что информационно-коммуникационные технологии являются инструментом развития и освоения культуры в информационную эпоху, они же через доступность и массовость переходят в утилитарно-эстетическую среду человека. И, прежде всего, это определяется информатизацией досуга: компьютерные игры, развлекательные интернет-порталы и сайты, социальные сети и т.д. и т.п. Притом такой «виртуальный» цифровой досуг занимает значительную часть свободного от учебы или профессиональной деятельности времени. В современной общественной потребительской парадигме происходит постепенный переход информационно-коммуникационных технологий из средства-инструмента в культурный феномен, становящийся новой ценностью. А массовая психология глобального потребления культивирует стремление обладать новейшими моделями «гаджетов» и других средств информационно-коммуникационных технологий, являясь не в последнюю очередь признаком принадлежности к определенной социальной группе, к определенному культурному полю. И это начинает определять эстетическое восприятие самих технологий, является одним из определяющих при выборе из множества однотипных и функционально одинаковых устройств (дизайн зачастую решает все). А функциональность, методы их использования ментально зачастую отодвигаются на второстепенный план. Поэтому пользователи не знают всех возможностей своих устройств, не владеют терминологией информационно-коммуникационных технологий, т.е. у них наблюдается отсутствие или сформирован низкий уровень (осведомленность-узнавание-понимание) информационной культуры (нажать на «эту пимпочку», щелкнуть по «этой штучке» и т.д. и т.п.). Так многие обладатели новомодных устройств не пользуются даже половиной заложенных в них возможностей. Зато обладание последней моделью iPhone становится разделительной чертой, искусственно производящей социальную дифференциацию.

Развитие эстетического восприятия самих технологий стало обоюдным процессом, с одной стороны, конкурентной борьбы за

рынок сбыта продукции информационно-коммуникационных технологий, а с другой – возросшего спроса на эту продукцию со стороны пользователей, втянутых в глобальные процессы информатизации всех сфер деятельности и пространств существования современного человека. И эти тенденции в совокупности с проникновением технологий в утилитарно-эстетическое индивидуальное пространство индивидуума и восприятия их в качестве современных ценностей привели к развитию дизайна как аппаратных, так и программных средств.

Так постепенное проникновение персонального компьютера в повседневное, бытовое пространство привело к тому, что стандартный серый цвет техники¹, предназначенной изначально для использования в учреждениях и офисах, для домашних компьютеров уже не используется (основным цветом стал черный, но и другие цвета тоже используются – например, белый, который является стандартным для продукции фирмы Apple). Невзрачные «коробки» (в основном Desktop и Miditower) сменили разнообразные по форме и конфигурации корпуса, дизайн которых нередко напоминает футуристические конструкции или космические корабли. Это многообразие рассчитано как на ценителей строгого минимализма, так и на геймерскую молодежь, предпочитающую стиль техно. Каждый может подобрать себе компьютер, внешний вид которого будет вписываться в интерьер жилища и соответствовать эстетическим вкусам владельца. То же можно отнести и к портативным компьютерам (ноутбукам и нетбукам), при выборе которых иногда в жертву внешнему виду приносят функциональные возможности и цену. Та же картина наблюдается и по периферийным устройствам. Особенно это заметно по обилию на полках компьютерных магазинов клавиатур и «мышей» всевозможных форм и расцветок (есть даже розовые – для «настоящих блондинок»).

С массовым распространением сотовых телефонов, смартфонов, коммуникаторов, планшетов и прочих мобильных устройств в силу их сугубо индивидуального, личного применения ассортимент гаджетов стал поистине колоссальным (даже разнообразию сортов колбасы и сыра не угнаться за многообразием моделей этих портативных устройств) – глаза разбегаются в любом салоне, продающем коммуникационную технику. Модели выпускают в корпусах различных расцветок; есть даже модели ориентированные на женскую

¹ «Серый» цвет соответствовал отраслевым стандартам и эргономическим нормам производства персональных компьютеров.

половину потребителей модели². Но даже если достаточно привередливому пользователю-потребителю не удастся найти эстетически приемлемое устройство, то ему на выручку приходит набравшая обороты индустрия аксессуаров, при помощи которых (а это всевозможные чехлы, брелоки, наклейки, сумки и т.д. и т.п.) можно настолько индивидуализировать любую массовую модель гаджета, что она превратится в уникальное по внешнему виду устройство, которое зачастую воспринимается в качестве персонального идентификатора конкретного человека или может быть преподнесено как некий арт-объект.

Особняком во всем многообразии потребительской информационно-коммуникационной техники стоит фирма Apple, которая изначально проектировала свою продукцию с учетом потребительских ее свойств и предлагает такой дизайн, который сам задает моду в мире высоких технологий. Как правило, если человек один раз приобрел какое-нибудь устройство производства Apple, то он будет постоянным поклонником этой фирмы, станет так называемым «яблочником». Даже появляются сообщества (клубы) любителей Apple [18, 19, 28]. И, несмотря на достаточно высокую цену (в сравнении с аналогичной продукцией других производителей) эти люди будут покупать только технику фирмы Apple. Можно говорить о том, что фирма Apple нашла «золотую середину» между функциональностью-технологичностью и эстетичностью, поэтому их устройства пользуются повышенным спросом несмотря на высокую стоимость. Так, например, накануне начала продаж новых устройств Apple выстраиваются очереди и люди с воодушевлением ждут права стать одними из первых обладателей любимых айфонов и айпадов [10, 24].

Аналогичная ситуация наблюдается и в мире программного обеспечения. Например, операционные системы вначале не имели графического интерфейса и приходилось «общаться» с компьютером посредством ввода текстовых команд с клавиатуры (кстати, до сих пор есть апологеты командной строки. В основном это «юниксоиды» и системные администраторы «старой закалки»). Но, опять же, с развитием возможностей компьютеров по обработке различных видов информации (графика, звук) и с распространением их применения в различные практики человека удобство и эстетическое восприятие информации с экрана дают толчок к развитию графических оболочек (MS Windows, Mac OS X, gnome, kde и многие другие), к началу использования манипуляторов типа «мышь». Ну а с массовым

² Например, линейка смартфонов LaFleur фирмы Samsung [26].

проникновением персональных компьютеров в повседневность, с развитием коммуникационной составляющей современных технологий наблюдается устойчивая тенденция на создание программного обеспечения с учетом «юзабилити» (Usability), определяющим в том числе и эстетическую привлекательность, а также учитывающим индивидуальные пристрастия и вкусы пользователей. Так и у программного обеспечения появляются своего рода «аксессуары», к которым можно отнести темы (как правило они используются для оформления и индивидуализации внешнего вида операционных систем, Интернет-обозревателей и других популярных программ), цветовые схемы, «скины» («шкурки») для оформления пользовательских интерфейсов, обои (wallpapers) для операционных систем, виджеты и пр. Ну а более «продвинутые» пользователи на свой вкус и эстетические пристрастия сами создают все эти визуальные элементы оформления.

С глобальным развитием сети Интернет стало популярным «сайтостроительство». Это стало возможным с развитием систем программирования, которые из узко специализированного инструмента профессионалов превратились в общедоступные конструкторы – CMS (Content Management System – система управления контентом. Например, Joomla, Drupal, Битрикс, Plone и т.п.), позволяющие в интуитивно понятном интерфейсе с помощью понятных любому грамотному пользователю фраз и графических символов «на коленке» создавать достаточно грамотные сайты с набором различных сервисов. Такие системы позволяют либо выбирать готовые темы оформления, либо создавать полностью самостоятельный дизайн, проявляя творческие способности и эстетические предпочтения человека – субъекта культурного созидания, «инженера миров» [6]. Помимо таких систем, которые все таки требуют дополнительных действий (установка на сервере, настройка, поиск интернет-провайдера³ для хостинга⁴), стали появляться и получили широкое распространение Интернет-сервисы для создания сайтов [7, 20], многие из которых предоставляют бесплатные услуги (правда за бесплатный «сыр» приходится мериться с ограничением функционала и обязательным присутствием на страницах сайта рекламы провайдера). Поэтому каждый пользователь

³ Интернет-провайдер (от английского internet service provider) – поставщик интернет-услуг.

⁴ Хостинг (от английского hosting) – услуга по предоставлению сервера для размещения сайта.

сети Интернет может стать соучастником развития виртуального пространства и формирования культуры информационного общества, реализуя при этом свои эстетические взгляды и развивая эстетику киберпространства.

Осмысление информационно-коммуникационных технологий с точки зрения перехода их в ценностную категорию информационной эпохи, обретения ими статуса культурного феномена позволяет не согласиться с утверждением некоторых современных исследователей о том, что тотальная информатизация ведет к переходу человеческой сущности к инструментализму и исключению из его ментальности морали, эстетики и ценностных установок [17]. Информатизация как тотальный процесс фундирует зарождение эстетики информационного общества, которая определяется, с одной стороны, тенденциями развития информационно-коммуникационных технологий, а с другой – активным участием человека в развитии культуры под влиянием и с использованием этих технологий. При этом надо не забывать о том, что развитие эстетики информационной эпохи как целенаправленный процесс должен быть одной из составных частей формирования информационной культуры человека как основного адаптационного механизма вхождения его в культуру информационного общества.

1. Andersen, C. Mapping Intervention and the Network Interface // Art/Net/Work. Aarhus, 2006.

2. Benjamin, W. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction / Durham, M.G., Kellner, D.M. (Ed.). Media and Cultural Studies. Malden: Blackwell Publishing, 2006. P. 18-40.

3. Debord, G. The Society of the Spectacle. Canberra: Hobgoblin Press, 2002.

4. Dertouzos, M. What Will Be: How the New World of Information Will Change Our Lives. New York: HarperEdge, 1997.

5. Europeana [Электронный ресурс] // URL: <http://europeana.eu/portal/> (дата обращения: 12.08.2013).

6. Levy, P. Cyberculture. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.

7. Setup.ru – бесплатный конструктор сайтов [Электронный ресурс] // URL: <http://www.setup.ru> (дата обращения: 12.08.2013).

8. Valentino Garavani Museum [Электронный ресурс] // URL: <http://www.valentinogaravanimuseum.com> (дата обращения: 12.08.2013).

9. Аппиньянези, Р., Гэрретт, К. Знакомьтесь: постмодернизм. – Санкт-Петербург: Академический проект, 2004.

10. Больше недели стоит очередь за iPhone 5 у магазина Apple в

Нью-Йорке [Электронный текст]// Новые известия, 21 Сентября 2012 г. URL: <http://www.newizv.ru/lenta/2012-09-21/170183-bolshe-nedeli-stoit-ochered-za-iphone-5-u-magazina-apple-v-nju-jorke.html> (дата обращения: 12.08.2013).

11. Виртуальные музеи. Информационный портал о культуре Пермского края [Электронный ресурс] // URL: <http://www.kulturaperm.ru/museum> (дата обращения: 20.07.2013).

12. Виртуальные музеи. Портал культурного наследия России [Электронный ресурс] // URL: <http://culture.ru/museums/virtual/> (дата обращения: 20.07.2013).

13. Виртуальный музей информатики [Электронный ресурс] // URL: <http://informat444.narod.ru/museum/> (дата обращения: 20.07.2013).

14. Виртуальный музей-заповедник «Сталинградская битва» [Электронный ресурс] // URL: http://www.stalingrad-battle.ru/docs/tour_mim/tour_mim.html (дата обращения: 12.08.2013).

15. Виртуальный музей. Министерство обороны Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <http://encyclopedia.mil.ru/encyclopedia/museums.htm> (дата обращения: 20.07.2013).

16. Государственный Эрмитаж: виртуальный визит. Государственный эрмитаж [Электронный ресурс] // URL: http://www.hermitagemuseum.org/html_Ru/08/hm88_0.html (дата обращения: 20.07.2013).

17. Денисова А.Б., Сенюшина В.Г. Влияние информационной реальности на существование человека [Электронный текст] // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/106-7792> (дата обращения: 12.08.2013).

18. Клуб Apple [Электронный ресурс] // URL: <http://www.appleclub.su>

19. Клуб любителей Apple iPhone [Электронный ресурс] // URL: <http://iiphone.ru> (дата обращения: 12.08.2013).

20. Конструктор сайтов Wix [Электронный ресурс] // URL: <http://ru.wix.com> (дата обращения: 12.08.2013).

21. Мировая цифровая библиотека <http://www.wdl.org/ru/> (дата обращения: 12.08.2013).

22. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс] // URL: <http://elibrary.ru> (дата обращения: 12.08.2013).

23. Открытие Кремля – виртуальный тур по резиденции Президента России [Электронный ресурс] // URL: <http://tours.kremlin.ru> (дата обращения: 19.07.2013).

24. Пахомова Е. Очередь за iPad у магазина Apple в Лондоне –

около тысячи человек [Электронный текст] // Digit. Проект РИА Новости <http://digit.ru/technology/20120316/390124872.html> (дата обращения: 10.08.2013).

25. Русский музей: виртуальный филиал. Русский музей [Электронный ресурс] // URL: <http://rusmuseum.ru/museum/projects/kibermuseum/> (дата обращения: 20.07.2013).

26. Смартфоны – Samsung LaFleur [Электронный ресурс] // URL: <http://www.samsung.com/ru/consumer/mobile-devices/smart-phones/samsung-lafleur> (дата обращения: 12.08.2013).

27. Соловьев А.В. Новая эстетика информационной эпохи: искусство как база данных // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. Т. 8. № 8. С. 50-55.

28. Украинский клуб любителей Apple [Электронный ресурс] // URL: <https://www.facebook.com/pages/Украинский-клуб-любителей-Apple/251654018199825> (дата обращения: 12.08.2013)