

The article considers historical alternatives of judgement about the role and place of "being a model" phenomenon in the life of a human and society.

Keywords: sample, society, personality, values.

УДК 316.3:1+130.2+124.5

А.Ю. Кузнецов, Н.В. Пустовіт

ДЕТЕРМІНАНТИ ЦІННІСНОЇ ПАРАДИГМИ МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА М. КАСТЕЛЬСА У КОНТЕКСТІ ЙОГО БАГАТОВИМІРНОЇ АРХІТЕКТОНІКИ

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

Анотація. У статті розглянуто такі соціальні контексти мережевого суспільства: мережева економіка, ринок праці, трансформація соціабельності та комунікації.

Ключові слова: багатовимірність, глобалізація, інтеграція, інформаційно-комунікаційні технології, інформаціоналізм, комунікація, культурні соціальні рухи, мережева архітектоніка, соціальні контексти.

Вступ

М. Кастельс – відомий соціолог, автор резонансної трилогії «The Information Age», у якій він описує характер сучасної цивілізації та роль інформації в динаміці розвитку сучасного світу. М. Кастельс стверджує, що людство входить в «інформаційну епоху», центральним елементом якої є мережі, що поєднують між собою людей, інститути та держави. Це викликає безліч наслідків, зокрема, «розрив» між глобальною діяльністю та соціальним розподілом. Учений досліджує не тільки цю проблему, його цікавлять і способи, якими глобалізація підсилює інтеграцію людей та різних процесів, пов'язану з нею фрагментацію та дезінтеграцію. Для характеристики соціуму нового формату вчений унікає терміну «інформаційне суспільство», оскільки, на його думку, інформація існувала з давніх-давен, її використовували усі суспільства, відповідно й термін «інформаційне суспільство» не має аналітичної цінності для визначення особливостей нової ери.

Ф. Уебстер вважає, що суттєвий вплив на наукову думку М. Кастельса мала марксистська традиція: вчений застосовує марксистські поняття, підкреслює роль капіталізму. Слід марксизму очевидний і в цілісному розумінні світу, на противагу антихолізму Д. Белла. Ф. Уебстер також відзначає, що М. Кастельс у своїх наукових працях приділяє увагу не лише технологічному аспекту мережевого суспільства, а й культурним наслідкам технологічних трансформацій. Так, М. Кастельс підтримує М. Маклюена, який убачав експансію телебачення в соціальну реальність загрозою друкованій культурі, фактором пригнічення попередніх культурних форм, проте виходить за ці межі й аналізує більш глибокі наслідки впровадження ІКТ. Він говорить про те, що подібно до ролі телебачення політиці, соціальна роль мереж – не в їхньому змісті, а у факті доступу до них. Найважливішим для культури стає питання про доступ до мережі, оскільки це робить можливим інтерактивне спілкування з будь-ким та будь-де. М. Кастельс також вказує на зростання ролі домашнього способу життя, орієнтованого на розваги та дозвілля. Це, у свою чергу, загрожує втратою загальної культури, яку пропагує загальнонаціональне телемовлення. Незважаючи на це, в технічній сфері простежуються й позитивні тенденції. Так, Інтернет має «технологічно та культурно обумовлені властивості інтерактивності та індивідуалізації». Учений захоплений ідеєю потенційного «віртуального співтовариства», проте вже у другому виданні «The Rise of the Network Society» він висловлює помірковані

думки щодо цього та розглядає проблему громадянства та «реальної віртуальності» в інформаційній епосі [1, с. 139-142].

У теорії М. Кастельса динаміка розвитку сучасного світу подана крізь призму соціальних контекстів та вимірів, зумовлених суспільними трансформаціями, що охопили всі сфери, від політики до приватного життя. Мережеве суспільство – це, в першу чергу, віртуальна реальність, яка, з одного боку, інтегрує, а з іншого, – дезінтегрує суспільство. Складна архітектоніка мережевого суспільства, його багатовимірність та поліваріантність ускладнює вирішення проблеми цінностей сучасного світу. Хоча соціолог і робить спроби пояснити природу цінностей із позицій інституціоналізму, можливості цього підходу суттєво обмежені глобалізаційними процесами. Актуальність дослідження полягає в необхідності виявити ті фактори та соціальні виміри трансформацій, які можуть бути потенційними детермінантами аксіосфери мережевого суспільства та його архітектоніки.

Аналіз досліджень та публікацій

Проблемам мережевого суспільства та питанню його цінностей присвячено низку наукових праць М. Кастельса: «The Rise of the Network Society» [5], «The Power of Identity» [10], «End of the Millennium» [7], «The Information Society and the Welfare State» [9], «The Network Society: A Cross-Cultural Perspective» [3], «The Network Society: From Knowledge to Policy» [2], «Mobile Communication and Society: A Global Perspective» [8]. Різні аспекти мережевого суспільства досліджували С. Хілтц, М. Турофф, М. Маклюен, П. Бурдьє, Ж. Дельоза й інші представники постструктуралізму, інституціоналізму та комунікативістики.

Постановка завдання

Дослідити феномен мережевого суспільства та встановити потенційні детермінанти його системи цінностей крізь призму соціальних вимірів і контекстів.

Основна частина.

Соціальні контексти та виміри соціальних трансформацій мережевого суспільства

Для розуміння природи цінностей мережевого суспільства необхідно проникнути в сутність останнього, дослідити його архітектоніку, потенціал та перспективи, виміри соціальних змін, що дозволить у подальшому встановити фактори, які впливають на формування його аксіосфери та й архітектоніки.

М. Кастельс вказує на те, що нове суспільство утворилося протягом останньої чверті ХХ ст. завдяки взаємодії трьох незалежних процесів, які співпали у часі: революція у сфері інформаційних техно-

логій, соціально-економічна реструктуризація капіталізму та статизму та культурні рухи, які виникли в 60-х рр. ХХ ст. в США та Західній Європі. Між іншим, багатовимірні соціальні трансформації зумовили низку соціальних та культурних проявів у кожному соціальному контексті. Основою нового суспільства у всьому його різноманітті може бути нова соціальна структура – мережеве суспільство.

У праці «The Network Society: From Knowledge to Policy» М. Кастельс детермінує мережеве суспільство як соціально-технологічну структуру. «The network society, in the simplest terms, is a social structure based on networks operated by information and communication technologies based in microelectronics and digital computer networks that generate, process, and distribute information on the basis of the knowledge accumulated in the nodes of the networks. A network is a formal structure. It is a system of interconnected nodes. Nodes are, formally speaking, the points where the curve intersects itself. Networks are open structures that evolve by adding or removing nodes according to the changing requirements of the programs that assign performance goals to the networks. Naturally, these programs are decided socially from outside the network. But once they are inscribed in the logic of the network, the network will follow efficiently these instructions, adding, deleting, and reconfiguring, until a new program replaces or modifies the codes that command its operational system» [2, с. 7].

На наш погляд, М. Кастельс до проблеми мережевого суспільства підходить із позицій холізму, приділяючи увагу всім соціальним контекстам. Мережеве суспільство – це соціальна структура, що ґрунтується на мережах, приведених в дію інформаційними та комунікаційними технологіями, в основі яких лежить мікроелектроніка та комп'ютерні мережі, котрі генерують, обробляють та розповсюджують інформацію на підставі знань, акумульованих у вузлах мереж. Мережа подана як формальна структура. Це система пов'язаних між собою вузлів. Формально, вузли – це точки, у яких перетинаються криві. Мережі є відкритими структурами, які розвиваються внаслідок додавання або видалення вузлів відповідно до змінюваних вимог програм, які визначають виконавчі цілі мереж. Зазвичай ці програми обирають за межами мережі. Проте, якщо вони вбудовані в логіку мережі, вона буде дотримуватися цих інструкцій, додаючи, видаляючи або ж змінюючи конфігурацію до тих пір, доки нова програма не відновить або змінить коди, які командують операційною системою.

Соціолог починає з мережевої економіки. Остання постає як нова, ефективна форма організації виробництва, розповсюдження та управління. Вона є головним фактором росту продуктивності в США та інших країнах, які адаптували нові форми економічної організації. На думку багатьох учених, необхідними умовами росту продуктивності є такі: впровадження нових інформаційних та комунікаційних технологій на підставі наукових досліджень і технологічних інновацій, трансформація ринку праці, що передбачає зростання кількості висококваліфікованих фахівців, здатних оперативно відповідати викликам глобальної та локальної економіки й нетворкінг. Лише за наявності цих трьох умов є можливим зростання продуктивності, зазначають соціологи.

Згідно з М. Кастельсом, не менш важливим соціальним контекстом мережевого суспільства є ринок праці. Мережева економіка впливає на способи організації праці, висуває нові вимоги до знань та навичок спеціалістів. Пріоритетною для агентів мережевої економіки є здатність працювати автономно та одночасно бути її активними компонентами. М. Кастельс розглядає цю здатність як самозапрограмовану працю. Гнучкість є запорукою стабільності. З іншого боку, процес індивідуалізації та фрагментації трудових ресурсів не означає ліквідацію довготермінових контрактів і стабільної зайнятості.

Мережеве суспільство проявляє себе і в трансформації соціальності. Нові форми бездротової комунікації, від телефонної розмови до Wi-Fi, суттєво підвищують соціабельність, особливо серед молоді. Дослідження показують, що найбільш соціально та політично свідомими та активними є користувачі Інтернету. Однак головна зміна в соціабельності обумовлена не Інтернетом та новими комунікаційними технологіями, а логікою комунікаційних мереж, тобто появою мережевого індивідуалізму. Мережеве суспільство постає як суспільство мережевих індивідів.

У сучасному суспільстві трансформації охоплюють і сферу комунікації, зокрема медіа. М. Кастельс вказує на такі тренди нової комунікаційної системи: по-перше, комунікація є одночасно глобальною й локальною, масовою і індивідуальною, залежить від ринку та продукції, тобто є дуалістичною; по-друге, цифровий формат та інтерактивність комунікаційної системи; по-третє, самонаправленість масової комунікації. З огляду на вищесказане, культуру мережевого суспільства формує повідомлення, складний електронний гіпертекст. У мережевому суспільстві віртуальність лежить в основі реальності завдяки новим формам соціальної комунікації. Враховуючи той факт, що політика залежить від публічного простору соціальної комунікації, політичні процеси трансформуються в умовах культури реальної віртуальності. Комунікаційний простір детермінує політичні погляди людей, їх політичну поведінку, світогляд загалом. Людина перебуває у світі різноманітних повідомлень, її буття відтворене електронним гіпертекстом, її розум націлений на сприйняття таких повідомлень, їх правильну інтерпретацію у соціальних контекстах. Що ж до цінностей мережевого суспільства, то вони, на наш погляд, релокалізовані у реальну віртуальність, як і всі соціальні інституції. Глобальна мережа виступає головною, проте не єдиною потенційною детермінантою системи цінностей мережевого суспільства.

Ми вважаємо за доцільне розглянути виміри соціальних трансформацій, котрі покладені в його основу в процесі дослідження цінностей мережевого суспільства. По-перше, нова технологічна парадигма – інформаціоналізм. Як стверджує М. Кастельс, інформаціоналізм ґрунтується на постійному вдосконаленні вмінь та навичок людей, необхідних для оброблення інформації і комунікації, зумовлених революцією в мікроелектроніці, програмному забезпеченні та генній інженерії. Комп'ютери і цифровий зв'язок є прямими доказами цієї революції. Мікроелектроніка, програмне забезпечення, телекомунікація та цифровий зв'язок – це компоненти однієї інтегрованої системи. Зважаючи на це, парадигму слід

було б детермінувати як «електронний інформаційний комунікаціоналізм». Проте аби уникнути непорозуміння та невизначеності у колах науковців, М. Кастельс прийняв рішення використовувати поняття інформаціоналізму.

Ця парадигма є унікальною стосовно до попередніх історичних форм інформаційно-комунікаційних технологій (наприклад, друку, телеграфу тощо). М. Кастельс виділив три головні відмінні риси нових технологій: 1) постійне розширення можливостей оброблення інформації та комунікації за критеріями обсягу, складності й швидкості; 2) їхню здатність до рекомбінування через використання цифрової системи відображення інформації та періодичності комунікації; 3) їх гнучкість, що зумовлена інтерактивною, цифровою формою організації мережі [3, с. 8-11].

Другим виміром соціальних трансформацій є глобалізація, технологічна, організаційна й інституційна здатність базових компонентів деякої системи (наприклад, економіки) працювати як єдине ціле в реальному або вибраному часі в планетарному масштабі. Це є новим механізмом у порівняно з історичними формами інформаціоналізації.

Третій вимір – інтерактивний, електронний гіпертекст як культурне середовище, загальна система поглядів на процеси оброблення символічної інформації з різних джерел. Інтернет не лише поєднує індивідів між собою, а й забезпечує доступ до колективного мультимедійного гіпертексту. Цей гіпертекст і є «хребтом» нової культури, культури реальної віртуальності, у якій віртуальність стає основним елементом символічного середовища та досвіду людей як істот, які спілкуються.

Четвертий вимір пов'язаний із частковою втраченою державами свого суверенітету. Проте це не означає їх зникнення як інституціональних суб'єктів. Суттєвих змін зазнає саме державна система влади та процеси прийняття управлінських рішень. Це пов'язано з діяльністю в мережах міжнародних організацій, зростанням їхнього впливу та активною участю в національних справах. Майже усі ключові рішення супроводжує глобальна система поглядів, до того ж, якщо люди турбуються лише про свій місцевий інтерес, то національна політика втрачає свої позиції й сприймається як захисний механізм проти тиранії та корупції. У цьому контексті очевидно є й криза патріархату. Сутність сім'ї кардинально змінюється, перед нею постає безліч складних завдань та викликів, насамперед, радикальний фемінізм та популяризація одностатевих стосунків. Криза патріархату по-новому визначає соціалізацію та формування особистості, її цінності та духовність. Криза держави й сім'ї у світі, де панує ринок і мережі, створює «інституційну порожнечу». Як стверджує М. Кастельс, існують колективні підтвердження первинної ідентичності навколо ключових тем релігії, держави, етнічної приналежності, локації, яка намагається зруйнувати суспільства, утворені на договірних засадах, на користь комун, в яких індивіди об'єднані спільними цінностями [4, с. 693-696].

Культура реальної віртуальності, глобалізація культури та мережеве суспільство

У праці «The Rise of the Network Society» М. Кастельс порушує проблему культури реальної віртуальності, яка починає домінувати у суспільстві. На нашу думку, вона може формувати ціннісне уяв-

лення людини про навколишній світ, точніше, реальну віртуальність та гіпертекст. Посилаючись на те, що комунікаційні процеси створюють культуру, в основі усіх форм комунікації, згідно з Р. Бертесом та Дж. Бодрійрда, лежить виробництво та споживання символів. Унаслідок цього, відсутнім є розмежування реальності та символічного представлення. З огляду на це, для нової комунікаційної системи, організованої навколо електронної інтеграції усіх засобів комунікації від типографського до мультисенсорного, характерним є не стимулювання віртуальної реальності, а побудова реальної віртуальності. Реальність, що має досвід, завжди була віртуальною, тому що її завжди сприймали через символи, які наповнювали практику деякими значеннями, що намагалися уникнути жорсткої семантичної дефініції. Це та здатність усіх форм мови зашифрувати двозначність та розкрити різноманітність інтерпретацій, які відрізняють культурну експресію від формальної, логічної чи математичної аргументації. Полісемічний характер наших дискурсів є причиною заплутаності й сумнівної якості повідомлень, які транслює людський розум. Ця низка культурних варіацій значення повідомлень дозволяє індивідам взаємодіяти між собою у різноманітні виміри, деякі з них обумовлені, деякі – латентні. Коли критики електронних медіа вказують на те, що нове символічне середовище не відображає реальність, вони імпліцитно посилаються на абсолютно абсурдне поняття незакодового реального досвіду, який ніколи не існував. У всіх реальностях комунікацію здійснюють за допомогою символів. У інтерактивній комунікації, незалежно від середовища, усі символи дещо зміщені по відношенню до присвоєних їм значень. У цьому розумінні вся реальність сприймається віртуально. Комунікаційна система є базисом нової культури – культури реальної віртуальності [5, с. 355-406].

Поряд із культурою реальної віртуальності, актуальним є й питання глобалізації культури. Глобалізація культури зумовлює появу специфічного набору цінностей та переконань, які розповсюджуються на планеті та є власністю не окремої нації, а людства загалом. Культурна ідентифікація посилається на існування специфічного набору цінностей та переконань, завдяки яким конкретна група людей ідентифікує себе з-поміж інших. Культурна ідентифікація є результатом географічного розташування й історичних подій, проте вона може бути сформована і на підставі спеціальних проектів побудови ідентичності. Індивідуалізм – це набір цінностей та переконань, які на перший план висувають задоволення потреб і бажань індивіда та проектують його поведінку в соціальному середовищі. Комуналізм теж постає набір цінностей та переконань, для яких пріоритетним є благо спільноти, а не задоволення індивідуальних потреб її членів. У цьому контексті спільнотою є соціальна система, організована навколо спільної підгрупи культурних та/або матеріальних атрибутів. Так, індивідуалізм і комуналізм детермінують протилежні цінності, які, на наш погляд, можуть бути тими факторами, що дезінтегрують суспільство у глобалізованому світі.

М. Кастельс вважає, що глобальну культуру можна спостерігати на трьох рівнях. По-перше, у свідомості деякої авторитетної групи людей існує уявлення про долю нашої планети, яку розділяє людст-

во, виражене в поняттях навколишнього середовища, прав людини, моральних принципів, геополітичної безпеки. Цей принцип покладений в основу космополітизму, в якому соціальні актори позиціонують себе як громадяни світу. По-друге, глобальна мультикультура є гібридом; у ній постійно змішуються культури різного походження, як, наприклад, розповсюдження адаптованих версій хіп-хоп музики або ж відео на YouTube. По-третє, важливим аспектом культурної глобалізації є культура споживання (консюмеризму), безпосередньо пов'язана з формуванням глобального капіталістичного ринку. Очевидно, що капіталізм є глобальним і всі країни зараз живуть за його законами, створюючи сприятливе середовище та умови для колективного розподілу ринкових цінностей і культури консюмеризму в планетарному масштабі. Варто відзначити, що існування різноманітних джерел культурної ідентифікації створює складну схему взаємодії між глобальним консюмеризмом, космополітизмом та глобальною гібридизацією, з одного боку, і різноманітні джерела культурної ідентифікації, з іншого боку.

У контексті культури реальної віртуальності та культурних змін у глобалізованому світі, на наш погляд, доцільно розглянути й культуру мережевого суспільства. Як стверджує М. Кастельс, суспільства – це не що інше, як культурні конструкти. Під культурою вчений розуміє набір цінностей та переконань, які інформують, спрямовують та мотивують поведінку людей. Детермінуючи сутність нової культури, необхідно враховувати й усю складність та новизну мережевого суспільства. У першу чергу, тому що мережеве суспільство, ще раз наголошує дослідник, є глобальним. Воно інтегрує різні культури, пов'язані географічно та історично з конкретним регіоном світу. Мережеве суспільство розвивається в різноманітті культурних настанов, вироблених у відповідних історичних контекстах. Однак мережеве суспільство, так само як і індустріальне, має своє ядро. У ньому існує додатковий пласт єдності. Він є глобальним за своєю структурою. Він не лише відкриває свою логіку світу, а й зберігає свою мережеву організацію на глобальному рівні, проявляючи себе в кожному суспільстві. Цей подвійний рух загального та унікального має наслідки й на культурному рівні. Специфічні культурні ідентичності стають кмунами автономії та, в деяких випадках, осередками опору колективів та індивідів, які відмовляються асимілюватися у логіці панівних мереж. У свою чергу, опір спричиняє соціальні та політичні конфлікти. М. Кастельс зазначає, що глобальне мережеве суспільство характеризує саме протиставлення логіки глобальної мережі різноманіттю локальних «Я».

У сучасному світі спостерігається розходження культур, а не зміцнення гомогенної глобальної культури. Виникає питання: наскільки ці специфічні культурні ідентичності здатні спілкуватися та взаємодіяти між собою, якщо ж вони не знаходять спільної мови, не оперують загальними поняттями, це призводить до систематичного непорозуміння та ворожості? Відповідно, протоколи комунікації між різними культурами є критичною проблемою для мережевого суспільства, оскільки без них немає суспільства як такого, є лише панівні мережі та опозиційні комуні. Культура космополітизму єднає усіх громадян світу, закладає підвалини демократичного гло-

бального управління та артикулює центральну культурно-інституційну проблему мережевого суспільства. Проте такий підхід пропонує рішення, яке не враховує питання ідентифікації, окрім як у нормативних термінах, процесів, які створюють протоколи комунікації. З огляду на це, бачення культури космополітизму як фактора, який поступово покращує комунікацію між людьми та культурами, та реальний стан речей суттєво різняться між собою.

М.Кастельс про цінності мережевого суспільства

Така соціальна структура, як мережеве суспільство, виникає в результаті виробництва та присвоєння цінностей. Актуальними для М. Кастельса є питання про те, що ж формує цінність мережевого суспільства, що мотивує «контролерів» суспільства та рухає систему виробництва. Справедливим стосовно до історично перших соціальних структур залишається твердження: цінність детермінують головні соціальні інституції. Вони вирішують, що є цінністю, а що – поза межами ціннісної парадигми. Так, якщо глобальний капіталізм формує світогляд, а накопичення капіталу фінансовими фондами є верховною цінністю, то це буде цінністю й у кожному соціальному контексті, оскільки для капіталізму прибуток та його конвертація у валюту – засіб, що дозволяє придбати все інше. У соціальній структурі, організованій у глобальні мережі, ієрархія між ними стане правилом для усієї системи та набуде планетарного масштабу. Якщо, наприклад, накопичення капіталу приводить у рух систему, його роль на глобальних фінансових ринках є чітко визначена, то кожна угода на ринках буде, перш за все, цінністю. Якщо ж верховною цінністю є військова сила, її механізми структурують владу у відповідних сферах впливу, створюють умови для існування інших форм цінності, наприклад, накопичення капіталу або політичне панування та забезпечують їх протекцію. Однак у випадку блокування передачі технології, інформації та знання до певної військової організації, остання стає непотрібною і, з часом, припиняє своє існування. Виходячи з цього, глобальні мережі інформації та технології є домінантами, тому що вони обумовлюють можливості військової сили. М. Кастельс наводить й інші приклади процесів формування цінності. Так, можна стверджувати, що джерелом впливу у сучасному світі є трансформація людських поглядів. Якщо це справді так, то медіа виступають в якості ключових мереж, вони організовані в глобальні конгломерати з їх розвиненими торговими мережами та є головними джерелами повідомлень й образів, які сприймає людина. З іншого боку, медіа справедливо розглядати як бізнес, тоді на перший план виходить логіка рентабельності, комерціалізація медіа рекламною індустрією та оцінювання його активів на фінансовій біржі.

З огляду на це, мережеве суспільство – багатовимірною соціальною структурою, у якій різного роду мережі виробляють власну логіку формування цінності. Дефініція поняття цінності залежить від специфіки мережі та її програми. Кожна спроба, як зазначає вчений, звести цінність до загального стандарту наштовхується на непереборні методологічні та практичні труднощі. Наприклад, якщо прибуток – пріоритетна цінність для капіталізму, військова сила закладає фундамент державної влади, а держава має можливість розробляти та встановлювати нові

правила для бізнесу. Зауважмо, що державна влада навіть у недемократичному контексті значною мірою залежить від переконань людей, від їхньої здатності розуміти та дотримуватися правил, а також від їх готовності чинити опір. У цьому випадку система медіа та інші засоби комунікації можуть передувати державній владі, яка диктує правила формування прибутку і позбавляє грошей ціннісного статусу.

Фактично, цінність, на думку М. Кастельса, – це вираження влади. І той, хто наділений владою, вирішує, що є цінним. З цієї точки зору, мережеве суспільство не відрізняється від своїх попередників. Що є по-справжньому новим, то це його глобальний характер та мережева архітектура. Це означає, з одного боку, що відносини домінування між мережами є стратегічно важливими. Їх характеризує стабільна, гнучка взаємодія, наприклад, між глобальними фінансовими ринками, геополітичними процесами та стратегіями медіа. З іншого боку, логіка формування цінностей, як вираження панування, є глобальною, й ті інституції, що мають структурні перешкоди для глобального існування, суттєво програють тим, чия логіка є іманентно глобальною. Це має чимале практичне значення, тому що лежить в основі кризи держави індустріальної епохи. З того часу, як держава застосовує та закріплює свої правила на своїй території, крім випадку альянсу чи втручання, вона повинна стати або суверенною або мережевою стосовно інших мереж щодо детермінування цінності. Ось чому, наприклад, США на поч. ХХІ ст. акцентували увагу на підвищенні ролі безпеки та боротьбі проти тероризму як пріоритетних цінностей для всього світу. Це був спосіб побудови військової мережі, який гарантував би її гегемонію шляхом позиціонування безпеки як верховної цінності. Однак капіталізм часто вбачає в подібних проєктах прибутковий бізнес. Капітал потребує світу без кордонів, як зазначає Д. Харвей. У глобальному мережевому суспільстві глобальні фінансові мережі мають перевагу як інституції, що визначають цінність. На сьогодні думка людини є, можливо, найвпливовішим елементом соціальної системи. Так, ідеї можуть сприйматися як істинні верховні цінності, як передумова для всього іншого. На думку М. Кастельса, у глобальному мережевому суспільстві немає точного визначення поняття цінності, це складне питання, що залежить від багатьох соціальних контекстів [6, 116-127].

Висновки

Отже, мережеве суспільство – це соціальна структура, що ґрунтується на мережах, приведених у дію інформаційними та комунікаційними технологіями, в основі яких лежить мікроелектроніка та комп'ютерні мережі, які генерують, обробляють та розповсюджують інформацію на підставі знань, акумульованих у вузлах мереж. Динаміка розвитку

мережевого суспільства та його аксіосфери, на наш погляд, у наукових працях М. Кастельса подана крізь призму соціальних контекстів та вимірів соціальних трансформацій. Соціальними контекстами мережевого суспільства є: мережева економіка, ринок праці, трансформація соціальності та комунікації; вимірами соціальних трансформацій – технологічна парадигма, глобалізація, гіпертекст, «інституційна порожнеча».

Процес культурної трансформації відбувається у двох біполярних площинах: протистояння між глобалізацією і ідентифікацією та розходження між індивідуалізмом та комуналізмом. На нашу думку, цінності, як і соціальні інституції, у мережевому суспільстві релокалізовані у реальну віртуальність, продукт нової комунікаційної системи, організованої навколо електронної інтеграції всіх засобів комунікації. Ми вважаємо, що потенційними детермінантами ціннісної парадигми мережевого суспільства можуть бути: глобальна мережа, центральний елемент мережевого суспільства, інформаціоналізм, глобалізація, інтерактивний гіпертекст та реальна віртуальність. Нами встановлено, що у новому соціумі домінує культура реальної віртуальності, яка й формує ціннісне уявлення людини про навколишній світ. Якщо архітектура мережевого суспільства подана як мережа, логічно припустити, що й його аксіосфера теж має мережеву архітектуру. Подальші розвідки у цьому напрямі можуть бути корисними для вирішення широкого спектра проблем, пов'язаних з онтологічним статусом аксіосфери суспільства постмодерну.

Список літератури

1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
2. Castells M., Cardoso G. The Network Society: From Knowledge to Policy / M. Castells, G. Cardoso. – Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005. – 434 p.
3. Castells M. The Network Society: A Cross-Cultural Perspective / M. Castells. – Cheltenham: Edward Elgar, 2004. – 464 p.
4. Castells M. Toward a Sociology of the Network Society / University of California; M. Castells // Symposia. – Berkeley. – P. 693-699.
5. Castells M. The Rise of the Network Society / M. Castells. – 2nd. ed. – Oxford; Malden, MA: Blackwell, 2000. – 656 p.
6. Castells M. Communication Power / M. Castells. – New York: Oxford UP. – 2013. – 624 p.
7. Castells M. End of Millenium / M. Castells. – 2nd. ed. – Oxford; Malden, MA: Blackwell, 2000. – 448 p.
8. Castells M., Fernandez-Ardevol M. Mobile Communication and Society: A Global Perspective / M. Castells, M. Fernandez-Ardevol. – Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2007. – 331 p.
9. Castells M., Himanen P. The Information Society and the Welfare State: The Finnish Model / M. Castells, P. Himanen. – New York: Oxford UP, 2002. – 200 p.
10. Castells M. The Power of Identity / M. Castells. – 2nd. ed. – Oxford; Malden, MA: Blackwell, 2004. – 584 p.

А.Ю.Кузнецов, Н.В.Пустовит

ДЕТЕРМИНАНТЫ ЦЕННОСТНОЙ ПАРАДИГМЫ СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА М. КАСТЕЛЬСА В КОНТЕКСТЕ ЕГО МНОГОМЕРНОЙ АРХИТЕКТониКИ

В статье рассмотрено такие социальные контексты сетевого общества: сетевая экономика, рынок труда, трансформация социальности и коммуникации.

Ключевые слова: глобализация, информационно-коммуникационные технологии, коммуникация, культурные социальные движения, сетевая архитектура.

A.Kuznetsov, N.Poustovit

THE DETERMINANTS OF VALUE PARADIGM OF M. CASTELLS' NETWORK SOCIETY IN THE CONTEXT OF ITS MULTIDIMENSIONAL ARCHITECTURE