
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНТЕРЕСЫ НОВОГО КЛАССА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

А.В. Крутов

Кафедра политологии
Московский авиационный институт
(Государственный технический университет)
Волоколамское шоссе, 4, Москва, Россия, 125993

Обществоведы отмечают возникновение нового класса информационной эпохи. В статье рассмотрены соответствующие концепции Р. Флориды, В.Л. Иноземцева и А. Барда — Я. Зодерквиста. Сосредоточиваясь на описании экономических, социологических и культурно-информационных черт класса, исследователи не дают целостного представления об этом своеобразном феномене. Автор обобщает существенные черты данного класса, превращающие его в субъект политики.

Ключевые слова: информационное общество, класс, политические интересы.

Исследования общественных процессов в странах Европы и Америки показывают, что с помощью сложившейся в индустриальную эпоху классовой методологии все труднее описать происходящие явления в жизни общества.

Дискуссия об изменении социальной структуры ведется уже более полувека. С началом научно-технической революции ученые отводили особую, ведущую роль существующим стратам (например, интеллигенции) или нарождавшимся (технократии). Однако разработать эти концепции и получить содержательные результаты долгое время не удавалось.

В начале нынешнего века сложилось несколько принципиально близких теорий нового класса. Речь идет о комплексе представлений об интеллектуалах (knowledge-worker), обобщенном В.Л. Иноземцевым (См.: [7]), о нетократии в разработке А. Барда и Я. Зодерквиста (См.: [1]) и о «креативном классе», описанном Р. Флоридой (См.: [5]). Названные ученые акцентировали внимание на отдельных свойствах появляющегося доминирующего класса.

Попробуем, обобщив эти характеристики, выделить социально-экономические признаки и политическое место нового класса.

Этот класс играет такую же значительную роль в общественном прогрессе, какую выполняли его предшественники в период революций в мировых производительных силах. Профессор Школы общественной политики (США) Р. Флорида утверждает: «Периоды широкомасштабных преобразований — вроде того, что мы переживаем сейчас — всегда отмечались ростом и продвижением на передний план нового класса. Если представителям таких классов удавалось объединиться, они добивались великих вещей. Они помогали обществу войти в новую эпоху, а иногда и улучшали положение других его групп. Западноевропейская буржуазия на раннем этапе своего развития встала во главе движения против монархии и старого феодального порядка. На рубеже XIX и XX в. рабочий класс

возглавил усилия по улучшению оплаты и условий труда для огромного количества людей» [5. С. 342].

Американскому ученому вторят оригинальные норвежские исследователи А. Бард и Я. Зодерквист: «Подобно протестантизму на заре эпохи Просвещения, когда словно в результате вспышки сверхновой, воплотилась одержимость устаревающими «вечными ценностями», мы сейчас наблюдаем вспышки сверхновых при переходе от капитализма к информационному обществу... Еще до того, как вновь утверждаемая константа бытия займет устойчивое положение, вокруг нее начинает формироваться по крайней мере одна сила — новый доминирующий класс» [1. С. 44, 45].

Известный специалист по проблемам постиндустриализма В.Л. Иноземцев сравнивает становление постэкономического общества с «гигантской социальной трансформацией» при переходе от доэкономической эпохи к экономической. У представителей нового класса самосовершенствование и достижение внутренней гармонии становятся главной целью в иерархии мотивов деятельности. «В этих условиях развитие человека оказывается тождественным развитию производства знаний — главной составляющей богатства современного общества» (См.: [7]).

Известно, что малый субъект политики (личность или группы интересов) способен перераспределить властные полномочия, конфигурацию политической системы, повлиять на облик государства. Класс, становясь крупным субъектом, «классом для себя», формирует новую организацию общества, систему отношений, ценностей и принципов. Действительно, в обществе «изменение духа времени наступает тогда, когда то, что считалось незыблемым, смещается и претерпевает качественное переопределение... Все факторы на арене борьбы подвергаются фундаментальным изменениям в силу того, что их источник, константа, благодаря которой они существуют, внезапно пришла в движение. Новые актеры выходят на сцену и немедленно развязывают новую битву вокруг новой ценности — точки, в которую сместилась „вечная истина“ нового времени» [1. С. 41], они — представители нового класса, главного субъекта политики.

Основой для выделения любого класса традиционно являются производственно-экономические показатели. Согласно социологическому подходу главным признаком класса считается хозяйственный интерес его представителей.

По мнению В.Л. Иноземцева, именно контроль над важнейшим ресурсом производства — знаниями и информацией — становится основой для причисления людей к господствующему классу.

В то же время Р. Флорида утверждает, что основным экономическим ресурсом, «главной движущей силой» является не капитал, не труд и даже не знания, а «креативность, т.е. создание на базе этого знания практических новых форм». Для американского ученого «знание» и «информация» представляют собой орудие и рабочий материал креативности. Ее продуктом является инновация в форме нового технологического изобретения, или новой модели, или метода ведения бизнеса. А. Бард и Я. Зодерквист, в свою очередь, считают ресурсом новой эко-

номики информационные сети и статус человека в них. Исследователи декларируют, что «...нынешние капиталисты просто не понимают основ новой экономики и социального устройства, появлению которых мы обязаны Сети». Поэтому представители класса капиталистов не смогут удержаться на вершине власти, и нетократы будут определять облик общества [7; 5. С. 59; 1. С. 8—9]. Подытоживая сказанное, можно утверждать, что основным ресурсом нового класса являются экспертные возможности в области информации и умение получить результаты от их использования.

Описывая общество ближайшего будущего, названные авторы касаются разных его сторон. Выделив признаки нового класса, обобщим их и объединим в три группы.

Формирование нового класса связано, прежде всего, с изменением доминанты производственного процесса, суть которого в нынешней экономике фактически сводилась к получению денежной прибыли. Теперь цели и мотивы производства становятся другими. Так, увеличение доли капитала в национальном доходе и рост производительности в компаниях при снижающейся оплате труда свидетельствуют, на взгляд В.Л. Иноземцева, о том, что принципы организации индустриального общества прекращают действовать. Р. Флорида отмечал, что раньше ведущей силой экономического развития «были компании и предприятия, и города определяли свой статус по количеству расположенных на их территории головных офисов корпораций», теперь этой ведущей силой стала способность руководства городов создать креативную экономику. А. Бард и Я. Зодерквист уверяют, что уже в недалеком будущем «каждая успешная в этом отношении персона или организация будет осаждаться бесчисленными инвесторами, охотящимися за информацией, которые будут готовы, стоя на коленях, умолять разрешить им инвестировать их капиталы в деятельность, которую они даже до конца не понимают, и они будут просто вынуждены приспособливаться к разнообразным нетократическим прихотям» [7; 5. С. 310; 1. С. 208]. Особенности современного производственного процесса культивируют особые черты у его участников.

Первый, основной признак представителей нового класса — высокий уровень образования, оказывающийся значительно выше характерного для большинства граждан, составляющих совокупную рабочую силу. В людях все более ценится квалификация, профессиональные знания и навыки, умение правильно их применять. По показателю этого капитала «образованности» «многие представители рабочего или обслуживающего класса могут найти себе место в креативном классе и даже в его суперкреативном ядре». Высокие требования на производстве, в науке и технологиях к уровню образования приводят к росту стандартов знания, поэтому границы нового класса «никогда не могут расшириться до масштабов общества в целом» [2. С. 69—70; 5. С. 88].

Характерно, что еще естественно-органическая школа происхождения классов выделяла в высший класс ученых, чиновников высокого ранга и других выдающихся лиц, получивших академическое образование [4. С. 169].

Второй признак — самостоятельная ведущая роль нового класса в современном производственном процессе. Согласно Р. Флориде, к суперкреативному ядру

относятся профессионалы в области программирования и математики, естественных и социальных наук, образования и воспитания, дизайна и СМИ, а к «креативным профессионалам» — управленческие и руководящие кадры, специалисты в области бизнеса и финансов, права и т.д. Любая передовая отрасль хозяйства страны не может обойтись без такого рода профессионалов в ключевых технологических операциях.

Иноземцев утверждает, что новый высший класс постиндустриального общества «как никогда прежде является трудящимся классом». Все упомянутые авторы отмечают востребованность его представителей в экономике, а американский профессор — как следствие этого — свободные отношения с работодателями. Члены нового класса могут позволить себе работать дома, выполнять только те виды работ, которые им нравятся, и сами устанавливать себе рабочие часы. Правда, за подобную свободу приходится платить потерей заработка — подходящую работу найти нелегко, и она не обязательно хорошо оплачивается [7; 5. С. 355, 127]. Труд и человеческий капитал становятся непосредственной производительной силой.

Третий признак нового класса — экономическая независимость от средств производства работодателя, свобода выбора предметов и средств труда в изготовлении конечного продукта.

У интеллектуалов наличествует личная собственность на средства производства (оргтехника и компьютер с программным обеспечением, средства коммуникации). Дорогостоящее исследовательское оборудование можно брать в кредит.

«Члены креативного класса обычно не владеют какой-либо существенной собственностью в материальном смысле, — свидетельствует Флорида. — Их собственность, проистекающая из творческих способностей, не имеет физической формы, поскольку располагается буквально у них в мозгу». Все участники производства имеют доступ ко всей необходимой информации в конкретной нетократической сети и могут внести свой вклад в трудовой процесс, при этом каждый имеет возможность высказать свое мнение и участвовать в принятии решений. Технологическое развитие предоставляет каждому работнику немислимые прежде рычаги влияния относительно его рабочей ситуации [7; 5. С. 85; 1. С. 196]. В результате работник более свободен и в меньшей степени отчужден от конечного продукта.

Четвертый признак представителей нового класса — творческий характер и индивидуальные условия работы, особые требования к рабочему пространству.

В индустриальную эпоху этому фактору отводился минимум внимания, и в экономические формулы и показатели он не попадал. Типичная трудовая обстановка второй половины XX в.: ряды рабочих столов (или станков, или кульманов) в большом помещении, разделенном на кабинки (участки, сектора, отделы), способствующие корпоративному образу мышления; местам, не относящимся к производству, отведен минимум пространства.

Современные условия противоположны старым — открытая планировка офисов, высокие потолки; проходы вдоль внешней стены (поскольку «вид на улицу

принадлежит всем»); удобно расположенные, хорошо спланированные и оснащенные помещения общего пользования; изобилие мест отдыха и общения; отсутствие лишних вещей, отдельные места для хранения; эстетическая атмосфера, включающая качественный дизайн, яркие цвета; отраженный свет; многочисленные произведения искусства.

Креативная деятельность ведется на проектной основе, а проектам свойственна цикличность. Кроме того, такая работа «требует гигантской концентрации, поэтому люди нуждаются в свободном времени и гибких условиях, позволяющих им немного расслабиться в течение дня», — считает Р. Флорида. Поэтому компании стремятся создавать рабочие места с «индивидуальной структурой», отвечающей интересам сотрудников [5. С. 145]. В итоге не только работодатель определяет норму необходимого и прибавочного времени, но и сам работник может задавать эти соотношения.

Таким образом, новый класс ориентирован на небывалый, только нарождающийся «информационно-технологический» тип производства, который более сложен и имеет в основе все предшествующие способы. Традиционной индустриально-капиталистической деятельности будет отведена второстепенная роль: «Капиталисты станут низшим классом, занятым возней вокруг устаревшей, второсортной информации», а новый класс будет забирать финансовые доходы, власть, статус и всеобщее внимание [1. С. 202].

В производственном процессе повышается роль разных видов капитала, расширяется понятие «средства производства», постепенно падает значимость индустриальных принципов организации труда.

Вторая группа признаков нового класса объединяется на основе приверженности особой системе ценностей, не соответствующей протестантской этике, характерной для индустриального производства.

Иноземцев отмечает у интеллектуалов появление «нематериалистических ценностей» и целей, связанных с самоутверждением личности.

Высокий уровень доходов и социальная защита делают заботу о материальных условиях существования второстепенной. По мнению Р. Флориды, новый класс привержен гедонистичной богемной этике — в удовольствии и в счастье; однако, не в «глубокой распущенности и алчных излишествах», а в «принятии и переживании того, что предлагает жизнь». А. Бард и Я. Зодерквист констатируют невозможность фиксировать этот стиль жизни: он всегда будет претерпевать постоянные изменения. Все ранее существующие представления об обычных понятиях и терминах будут пересмотрены в новой общественной парадигме «с изменением технологического и общественного контекста» [1. С. 144; 7; 5. С. 219].

В новой системе ценностей большое значение будут иметь факторы качества потребления и влияния окружающей среды как стимуляторы творчества, креативности. Поэтому можно выделить характерные черты внутриклассовых ценностных ориентировок, дополняющие выведенные из процесса производства.

Это, прежде всего, высокая мобильность и горизонтальный рынок труда. На смену вертикальной иерархии и традиционному служебному продвижению пришли горизонтальное разделение труда, карьерный рост со сменой компаний.

Лозунг: «плох тот солдат, который не хочет стать генералом» не действует в отношении интеллектуалов. Представители нового класса постоянно меняют места работы в поисках подходящего варианта. «То, насколько выгодны экономические условия, не будет иметь значения: города и регионы будут проигрывать, если не смогут предложить достаточно привлекательный стиль жизни и стимулирующую культурную среду». Это — принципиальный вопрос нетократической миграции, связанной со стилем жизни, — утверждают А. Бард и Я. Зодерквист. В ходе горизонтальных перемещений представители нового класса особо заботятся о своей репутации и наращивают человеческий капитал, стремясь фактически увеличить ренту с него. В итоге «игровое поле остается горизонтальным, — отмечает Р. Флорида, — и уровень мобильности в нем достаточно высок». А вследствие ослабления вертикали даже «начальство перестало понимать, чем занимаются нижестоящие» служащие [1. С. 138; 5. С. 124, 135].

Другой признак представителей нового класса — аутентичный отдых как продолжение работы.

Представители нового класса нуждаются в особенном мироощущении для максимально плодотворного труда. Кроме того, творческая практика предполагает в основном умственную деятельность и сидячую работу, поэтому интеллектуалы нуждаются в физических нагрузках, смене обстановки, новых ощущениях. Их отдых отличается от традиционного досуга. Они предпочитают скалолазание, велосипед или занятие бегом вместо просмотра спортивных передач по телевидению; путешествия, которые обеспечивают интеллектуальную или физическую стимуляцию. Они едут в места, не разработанные туристической индустрией, слушают музыку, которую массово не производят фирмы звукозаписи, пользуются веб-сайтами, не содержащими рекламу, потребляют товары и услуги, которые «не упоминаются в медиа» и потому широко не известны. Например, представитель нового класса предпочтет необычные антикварные предметы обстановки или оригинальную мебель в стиле модерн вместо стандартного дивана [1. С. 145—146; 5. С. 193—194].

Третий признак в этой группе — открытость новому опыту. Так, Р. Флорида акцентирует внимание на том, чтобы сознание было «открыто», что является предпосылкой конструктивной креативности. В этом случае в человеке не формируются защитные процессы, действительность воспринимается свободно, без искажения. Открытость означает «проницаемость границ между концепциями, мнениями, представлениями и гипотезами, а также способность получать какой угодно объем противоречивой информации».

При этом цельность человека не разрушается, считает Флорида. Индивидуальность, своеобразие и самоутверждение, атмосфера терпимости к различиям и оригинальности на рабочих местах — все это способствует формированию свободного восприятия нового опыта. По мнению А. Барда и Я. Зодерквиста, в сети человек окажется в состоянии постоянного становления, исключительной восприимчивости к новым веяниям и постоянной переоценки ценностей (правда это не касается лиц, занимающих высокие позиции в сетевой иерархии) [1. С. 187, 206;

5. С. 94, 96, 97, 143, 195]. Открытость поддерживает способность к инновациям на высоком уровне, усиливает конструктивную креативность.

Четвертым признаком является высокая значимость внимания как источника желаний, потребностей, мотиваций и деятельности представителей нового класса.

В современном развитом обществе реализованы основные естественно-физиологические и материальные потребности большей части населения, обеспечивающие его жизнедеятельность. Главным становится вопрос о возможности удовлетворения духовных и искусственных материальных потребностей.

Обилие коммуникаций не позволяет определить, желания ли способствуют производству товаров или услуг, или товары и услуги формируют желания. Поэтому производитель платит зрителям за просмотр своего рекламного ролика и следит за их реакцией. Поскольку нужно включить процесс: $D - T - D^A$, для предпринимателя важнее, когда зрители «платят» своим вниманием, а не наличными деньгами. Вследствие этого возникает дилемма: кто реально производит, а кто, кому и за что платит? Внимание становится «единственной твердой валютой виртуального мира», сетевого мира удовлетворения духовных потребностей и вторичных материальных товаров. Основанный на внимании капитал доверия «является самым ценным активом Сети», — считают скандинавские исследователи [1. С. 145].

Система ценностей нового класса построена на единстве, взаимозависимости производства и потребления. Пересмотр значений этих двух терминов А. Бард и Я. Зодерквист считают центральным вопросом информационной парадигмы.

Так, согласно буржуазным представлениям, каждый, кто не имеет работы или занят домашними заботами, ничего не достиг в этот день. Его время может быть заполнено практическими делами и социальными контактами или потреблением материальных и духовных благ, но все это не достойно уважения в условиях, когда единственно полезным считается производство товаров и услуг, и как следствие — добавленной стоимости. Работа является долгом перед обществом, а собственная производительность и полезность — служением другим.

С точки зрения капиталистической парадигмы и протестантской трудовой этики производство является позитивным процессом, а потребление негативно — это уменьшение накопленных благ, расточительная слабость, которую люди могут себе позволить, только что-то при этом производя.

В нынешней ситуации человек все глубже погружается в единый производственно-потребительный процесс, а деятельность на рабочем месте во все большей степени предполагает преобразование информации и усвоение знаний, полученных другими людьми. В результате происходит размывание границ между производительным и непроизводительным трудом, между созидательной деятельностью и досугом. В возникающем едином процессе производство нацелено на потребление, а потребление обеспечивается производительной деятельностью, воспринимаемой в качестве «своеобразного досуга» [1. С. 144, 146; 7; 5. С. 218]. В информационную эпоху массовое производство товаров и услуг все больше становится делом автоматизированных предприятий, и сама трудовая деятельность (с ее индустриальной мотивацией) уже не является организующим принципом общества.

Можно выделить еще одну, третью группу признаков нового класса, которая связана с системой организации общества и пока не имеет таких четких характеристик, какие отмечены в двух предыдущих группах. Это вызвано неустоявшимся положением нового класса в стратификационной системе.

В работах вышеупомянутых исследователей признаки класса отражают новую структуру социальных отношений, формирующую приемлемое для него коллективное ассоциирование в обществе, в котором он пока воспринимается как чужой. Так, индустриальным «ботанистанам» в стиле Силиконовой долины (это регионы «с быстрым экономическим ростом, но и расплзающиеся, загрязненные и с транспортными проблемами») Флорида противопоставляет оазисы расселения нового класса. В последних университеты играют особые роли, «отражающие технологию, талант и толерантность».

В «оазисах» местные власти поддерживают атмосферу креативности, культивируя ее «всевозможными средствами», и стабильность, взяв на себя риск, связанный с переменой жителями места работы.

Такие условия позволяют создать «креативную мешанину, где каждый мог расслабиться и быть самим собой». Иноземцев отмечает другую сторону — изменение характера восприятия человеком окружающего мира, отношения к себе и окружающим, потребление большого объема информационных услуг, доминирование внутренних стимулов деятельности.

Если доиндустриальное и индустриальное общество базируется на взаимодействии человека с природой и с преобразованной им природой, то постиндустриальное общество характеризуется взаимодействием между людьми. Причем природа людей становится все более искусственной, ибо, как справедливо утверждает А.П. Назаретян, конструктивное преодоление кризисов обеспечивалось «не возвращением человека к природе, а, напротив, очередным удалением общества вместе с природной средой от естественного (дикого) состояния».

По мнению А. Барда и Я. Зодерквиста, в конкретной сети место человека цельного должен занять «дивидуум», человек делимый и многоликий. Он является виртуальным субъектом «плюрархического» общества, «в котором каждый решает за себя, и ни у кого нет возможности принимать решения за других».

В сети человек делимый участвует в интерактивном обмене информацией для постоянного обновления желаемой виртуальной идентичности, поэтому должен засверкать всеми своими гранями. Да и сам он рассматривается как система связей, сеть, зависящая от других сетей. «Дивидуалы», по мнению норвежских исследователей, взаимно поддерживают и укрепляют друг друга в этом беспокойном, но чрезвычайно скоординированном движении, «подобно рыбам в стае» [1. С. 187—188, 206—207; 7; 3. С. 151; 5. С. 135, 302, 319, 327].

«Креативная мешанина» с «возрастающим интеллектуальным капиталом» и «интерактивным обменом многоликих дивидуалов» (пользуясь терминами соответственно Р. Флориды, В.Л. Иноземцева, А. Барда и Я. Зодерквиста) представляет собой подсистему общества более высокого, чем индустриальный, уровня сложности. В ней проявляются новые закономерности.

Во-первых, возникают новые формы группового ассоциирования и общественных структур. Люди креативных профессий предпочитают «гибкие, квазиавтономные сообщества» — сети, к которым можно быстро подключаться, пользоваться их возможностями и расширять круг общения. Социальный статус человека определяется членством в конкретной сети, группе. Статус самих сетей определяется эффективностью работы их профессиональных кураторов — «арбитров вкуса и сетикета». Конкуренция кураторов на сетевом рынке вынуждает их постоянно заниматься рекламой собственной сети и убеждать окружающих в ее превосходстве. Сети-сообщества создают свои влиятельные альянсы, формируя иерархическую социальную пирамиду. Низшие слои в пирамиде более склонны, чем средние, к материальным ценностям.

Так, Р. Флорида отмечает, что работники сферы информационных технологий «составляют достаточно консервативный сектор креативного класса... они во многом куда более традиционны, чем художники, музыканты и рекламные копирайтеры», поскольку для них «слишком большое значение имеют деньги».

Новая социальная структура отражается в миграционных процессах: «одни регионы становятся центрами креативного класса, тогда как в других регионах преобладает население, принадлежащее к рабочему или обслуживающему классу», первые лидируют по экономическим параметрам [1. С. 198, 200, 208; 6. С. 107, 246, 261]. Расслоение по «информационным» статусам и расселение по классовым принадлежностям является характерным свойством общества.

Во-вторых, новый класс приносит в общество свое представление о ценности свободного времени. Переход от индустриального к информационному производству сопровождается сокращением рабочего времени, что позволяет сочетать профессиональный труд, личную жизнь и общественную активность.

Р. Флорида исходит из представления, что у каждого общества есть собственное социальное время. В любой культуре формируется и корректируется своя концепция времени, подобно тому, как модифицируется понятие труда.

Культура в одном из ключевых значений отражает степень организации социума, в ней содержится представление разных слоев об общественно необходимом и о свободном времени. Новый класс уделяет особое внимание поиску «стратегии углубления» свободного времени. В одном варианте она сводится к ускорению темпа деятельности; замене затратной по времени формы досуга на ускоренную; совмещению сразу нескольких занятий; деятельному планированию времени; дроблению времени с целью его контроля и т.д.

Наиболее ценны практики экономичного использования времени. Р. Флорида отмечает в обществе сдвиг от «потребления товаров» к «потреблению опыта» уплотнения времени. В другом варианте экономии времени предполагается стратегия гармонии: слияния напряженного труда с расслабленным, прогрессивным образом жизни на фоне сложившейся культуры и разнообразия [5. С. 168, 186—187, 327].

С точки зрения нового класса, ценность окружающих людей и общественных организаций в их способности качественно реализовать свободное время, а эффективность государственных структур — в экономии времени.

В-третьих, искажается представление о демократии из-за изменения ее институтов и форм. В политике, например, главным источником власти становится информация, она общедоступна для участия каждого в принятии политических решений. Но возможности ее преобразования и использования как знания сильно разнятся, что вызвано неодинаковыми способностями людей, поэтому в социально-экономической сфере неравенство только усиливается.

Сферы культуры и коммуникаций демонстрируют многообразие и конкуренцию, но из-за большого влияния социально-экономического ресурса демократия доступна только сильным. Наличие Интернета возродит прямую форму демократии (люди могут мгновенно высказаться по любой проблеме), тем самым спасет ее от угрозы «порабощения медиатираниями».

При этом А. Бард и Я. Зодерквист сомневаются в справедливости существующего равенства голосов избирателей независимо от интеллекта, социально-экономического веса, компетентности и др. Решающее значение должны иметь принадлежность к «нужной» сети, возможность воздействия на принятие важных политических решений. Наибольшее влияние окажется у экспертных сообществ, а также лоббистских групп и НПО.

Традиционную демократию А. Бард и Я. Зодерквист предлагают заменить на «плюрархию», в которой общие правила и законы «запутаны, абстрактны и в большей степени скрыты и неоспоримы». При этом «уцелевшая функция политиков будет чисто церемониальной: принимать участие в телевизионных шоу, ставить подписи под документами, которые они не то что не писали, но даже и не понимают» [7; 1. С. 77—79, 188]. Основы демократии, заложенные в Новое время, теряют свое значение.

В-четвертых, растет потребность в новом типе государства. А. Бард и Я. Зодерквист отмечают поражение существующего государства от СМИ — первой, но не последней, созданной нетократами сети. Кульминацией станет «полнейшая беспомощность политиков» и диктатура медиа-империй. Вдобавок Интернет «покончит с существованием избранных-посредников» и сделает ненужным парламент — традиционный элемент государства. Все это даст дорогу борьбе между заинтересованными группами за право определять допустимые нормы и практики: то, что государство считает неэтичным сегодня, без него «завтра будет принято повсеместно». По мнению А. Барда и Я. Зодерквиста, в подтверждении такого исхода обнаруживается, что представители нового класса уже не нуждаются в существующем государстве.

Современные технологии позволяют им уклоняться от уплаты налогов, частное страхование сполна обеспечивает медицинское обслуживание, частные школы — обучение детей, а частные охранники — защиту частных владений.

Авторы отмечают, кроме того, враждебность государства с его традиционным рыночным подходом к любой «активности за пределами экономического сектора» (к домашней работе, к различным формам общественной деятельности) из-за сложности контроля и налогообложения. Статус человеку дает не задача, а форма ее реализации. Например, когда родители присматривают вместо своих собствен-

ных за чужими детьми, их работа облагается налогами и включается в государственную статистику, в итоге появляется «экономический рост» [1. С. 71—77, 165, 137, 131—132].

Таким образом, традиционное государство все более теряет доверие общества и не имеет рычагов воздействия на новый класс.

Авторы приведенных исследований сосредоточили внимание на разных аспектах проявления нового класса. Мы попытались обобщить их представления и сделать некоторые выводы.

Новый класс демонстрирует собственные цели и интересы, является носителем социальной активности, создателем инноваций в экономике, политике, культуре, коммуникациях. Он формирует собственное видение будущего, идеологию и организацию информационного общества, и становится основным субъектом политики, субъектом истории. Другие существующие сейчас классы в состоянии лишь играть политические роли индустриальной эпохи. Так было во времена падения античности, когда рабы устраивали большие восстания (или в эпоху позднего средневековья, когда бунтовали крестьяне), но эти бунты не могли изменить сложившийся миропорядок. Только представители новых классов в лице феодалов или, затем, буржуа-предпринимателей, живших по принципам новой эпохи, оказались теми субъектами политики, которые выводили общество из-под угрозы упадка и исчезновения. Такая же роль сейчас отводится новому классу.

Этот класс возрождает аристотелевское положение *homo politicus* в царстве политики. В нем граждане участвовали в обсуждении общественных дел без насилия или принуждения со стороны государства, выражали собственные мнения, обозначая свою индивидуальность и публично заявляя о совершенстве своей персоны.

По мнению Х. Арндт, в античности различие между политической сферой и обычной повседневной жизнью представлялось пропастью, «через которую древние вынуждены были ежедневно перебираться, чтобы покинуть тесное царство домашнего хозяйства и „подняться“ в царство политики» [6. С. 50]. С точки зрения В.В. Ильина, Б.В. Маркова, А.С. Панарина, И.Г. Яковенко и др., закрепление за современным гражданином статуса политического субъекта возвращает человека в политику, делает его участником исторического процесса. Таким образом, новый класс не только воплотит парадигму информационного общества, но и вернет политику человеку на новом, более сложном уровне.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бард А., Зодерквист Я.* Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / Пер. с англ. В. Мишучкова. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в СПб., 2004.
- [2] *Иноземцев В.Л.* «Класс интеллектуалов» в постиндустриальном обществе // Социологические исследования. — 2000. — № 6.
- [3] *Назаретян А.П.* Цивилизационные кризисы в контексте Универсальной истории (синергетика — психология — прогнозирование). — М.: Мир, 2004.
- [4] *Солнцев С.И.* Общественные классы. — М: Астрель, 2008.

- [5] *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — М.: Изд. дом «Классика XXI», 2007.
- [6] *Файн Р.* Фетишизм политики: критический анализ работ Ханны Арендт // Рубеж. — 1999. — № 13—14.
- [7] *Иноземцев В.Л.* Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. URL: [http:// lib.ru/ECONOMY/inozemcew.txt](http://lib.ru/ECONOMY/inozemcew.txt)

SOCIAL AND ECONOMIC SIGNS AND POLITICAL INTERESTS OF THE NEW CLASS OF INFORMATION SOCIETY

A.V. Krutov

The Political Studies Department
Moscow Aviation Institute (State Technical University)
Volokolamskoe sh., 4, Moscow, Russia, 125993

The sociologists are speaking about new class of informational epoch. The accordant concepts of R. Florida, V. Inozemtsev and A. Bard — J. Söderqvist are reviewed in the article. The scientists concentrate their attention on describing different (economic, social, cultural, and informational) features of the class and do not provide a full definition of this unique phenomenon. The author of the article is summarized the major features of this class that make it a subject of politics.

Key words: information society, class, political interests.