

Саяпин Владислав Олегович

**ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ
СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

В статье рассматривается экономическая сфера общества, которая в условиях информатизации и технологизации не только трансформирует свое содержание, отношения, структуру, институты, но и актуализируется в рамках совершенно иной социальной реальности - социальной виртуальности. Фундаментальные компоненты экономики эры классического капитализма - производство, потребление, труд, деньги и т.д. - в настоящее время виртуализируются, при этом они, как правило, утрачивают первоначальные смыслы и содержания, сохраняя привычные атрибуты лишь формально.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/5-1/46.html

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и
искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 5 (55): в 2-х ч. Ч. I. С. 168-174. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/5-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

Подводя итог всему сказанному, следует еще раз отметить, что, несмотря на все недостатки обструкционизма, а также тот факт, что многие были против данной тактики, вследствие чего начались разногласия в самой партии, Парнелл не пошел на уступки своим оппонентам, и ирландцы показали, что они являются силой, с которой необходимо считаться. Главным результатом данной политики было то, что Ирландия воспряла духом, снова почувствовала себя значимой, при этом не было пролито ни капли ирландской крови, и не были растрочены ресурсы страны. Парнеллу удалось сделать это без единой жертвы.

Список литературы

1. Дерюжинский В. Ф. Выдающиеся английские деятели XIX века: характеристики Брайса. СПб., 1904. 124 с.
2. Дерюжинский В. Ф. Из истории политической свободы в Англии и Франции. СПб., 1906. 333 с.
3. Керженев П. М. Ирландия в борьбе за независимость. М., 1936. 246 с.
4. Кунина В. Э. Майкл Девитт (1846-1906). Страницы жизни и борьбы. М., 1986. 159 с.
5. Тарле Е. Собрание сочинений: в 12-ти т. М., 1957. Т. 1. 771 с.
6. Davitt M. The Fall of Feudalism in Ireland. L.: Harper and Brothers, 1904. 772 p.
7. McWade R. M. The Uncrowned King: the Life and Public Services of Hon. Charles Stewart Parnell. Boston, 1891. 454 p.
8. O'Brien B. The Life of Charles Stewart Parnell, 1846-1891. N. Y.: Harper and Brothers Publishers, 1898. 808 p.
9. O'Donnell F. H. A History of the Irish Parliamentary Party. L., 1910. 548 p.

**NEW TACTICS OF THE IRISHMEN IN POLITICAL STRUGGLE FOR
THEIR RIGHTS IN THE 70S OF THE XIX CENTURY: STONEWALLING**

Safronkina Ekaterina Yur'evna
Volgograd State Socio-Pedagogical University
K.labirint@yandex.ru

The article considers the emergence and importance of new tactics in the struggle of the Irishmen against the English Parliament in the 70s of the XIX century that was called "stonewalling". It is shown that by using this tactics Parnell and his supporters tried to inhibit the actions of the majority in the parliament. Parnell became a national hero for Ireland in its struggle for freedom. And, despite the short period of its existence and criticism on the part of Parnell's fellow party members, the article proves its effectiveness, and also shows the results, which stonewalling provided in the struggle of the Irishmen for self-government.

Key words and phrases: stonewalling; policy of stonewalling; home rule; methods of stonewalling; parliamentary struggle; the Parnellites.

УДК 101.1:316:004

Философские науки

В статье рассматривается экономическая сфера общества, которая в условиях информатизации и технологизации не только трансформирует свое содержание, отношения, структуру, институты, но и актуализируется в рамках совершенно иной социальной реальности – социальной виртуальности. Фундаментальные компоненты экономики эры классического капитализма – производство, потребление, труд, деньги и т.д. – в настоящее время виртуализируются, при этом они, как правило, утрачивают первоначальные смыслы и содержания, сохраняя привычные атрибуты лишь формально.

Ключевые слова и фразы: виртуальная реальность; искусственная виртуальная реальность; социальная виртуальность; просьюмер; виртуальная валюта; Интернет вещей.

Саяпин Владислав Олегович, к. филос. н.

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина
vlad2015@yandex.ru

**ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ
В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА[©]**

В настоящее время экономическая сфера общества характеризуется глобальными процессами: информатизацией и технологизацией, которые предопределяют трансформацию всей современной социальной жизни человека, где преобладающей его деятельностью становится интеллектуальная деятельность, а главным социокультурным «компонентом – не материальный, а идеальный фактор – человеческая мысль как таковая» [11, с. 465]. Экономическая сфера общества в таких условиях все больше обретает статус иной социальной реальности – социальной виртуальности [15]. Эта новая социальная реальность кардинально меняет облик и сущность глобальной (мировой) экономики – высшую форму интернационализации хозяйственной жизни¹, где в условиях

[©] Саяпин В. О., 2015

¹ Последняя, как известно, означает распространение экономической деятельности за рамки национальных хозяйств и развитие между ними устойчивых международных (мирохозяйственных) отношений в различных формах: торговли товарами в форме материального продукта и услуг, международной миграции факторов производства (капитала, труда, знаний), валютно-расчетных отношений и др.

огромной эмиссии денег, упадка реального сектора экономики и господства нематериального производства виртуализируются: деньги, ценные бумаги, финансовые пирамиды, международные транзакции, биржевые спекуляции, транснациональный капитал и т.д. Так, по мнению Ж. Бодрийяра: «...политическая экономия кончается на наших глазах, превращаясь в трансэкономику спекуляции, которая забавляется своей собственной логикой – закон стоимости, законы рынка, производство, прибавочная стоимость, классическая логика капитала, но которая не несет в себе более ничего экономического или политического. Это – чистая игра с изменчивыми и произвольными правилами, катастрофическая игра» [4, с. 53]. При этом в обществе происходит трансформация потребностей в сторону тех областей промышленного производства, готовая продукция которых наделена очень высоким уровнем человеческого интеллекта (телекоммуникации, информатика, программирование и т.д.); довольно активно развивается принимает и обслуживающая сфера услуг, определяя новое качество экономического роста развитых стран. Например, в течение последних десятилетий во многих развитых странах наблюдается рост доли доходов от сферы услуг в совокупном ВВП, по оценкам Всемирного банка эта доля в настоящее время составляет уже более 70% мирового ВВП [12].

Коммерциализированное и маркетизированное виртуальное пространство сети Интернет в современности становится главным инструментом глобальной экономической деятельности. Как точно подметил М. Кастельс, в условиях становления информационного общества «растущая интеграция между мыслями и машинами ликвидирует разрыв между человеческими существами и машинами» [8, с. 35]. В этой перспективе в начале XXI столетия приоритетным становится развитие новых информационных коммуникационных технологий – интернет-технологий.

Важно подчеркнуть, что активное развитие интернет-технологий – технологий искусственной виртуальной реальности во всех сферах повседневной деятельности человека – самый впечатляющий феномен последних десятилетий истории человечества. Эти технологии прямо и непосредственно влияют, в том числе и на экономическую деятельность человека, определяя качество и специфику его труда. По мнению исследователя В. Л. Иноземцева, «уже сегодня можно говорить о том, что развитие компьютерных технологий создаёт не только новый технологический уклад, но, скорее, новую социальную реальность» [7, с. 57]. За последние годы в этой области произошел новый качественный сдвиг, который в наибольшей степени проявил себя в процессе создания и развития глобальной сети Интернет, оказавшейся не просто неким новым фрагментом, а фактором, изменяющим экономическую деятельность в целом. Гиперпространство и гипертекст всё интенсивнее включаются в объективные планы бытия [20]. Мир искусственно творимых виртуальных реальностей начинает все активнее замещать собой мир реалий в экономической деятельности человека, придавая ей все больше характер социальной виртуальности.

Доминирующая роль сфер потребления, услуг и информационного сервиса в обществе позволяет рассматривать современную постиндустриальную экономику как «экономику услуг» или «сервисную экономику». Если в индустриальной экономике обращалось колоссальное внимание на преобразование сырья в готовую продукцию, то в экономике услуг существенное внимание уделяется успешной работе обслуживающих материально-сервисных систем: рекламной компании, маркетинговому агентству, дизайн-студии, научно-исследовательской или инженерно-строительной фирме и т.д.

Сегодня при наличии современных технологий производство товара (вещи) не является острой экономической проблемой, проблема состоит в том, как придать этому товару особую привлекательность и конечном итоге продать его. Поскольку товаров вследствие их массового характера производства оказывается больше, чем требуется рынку, то проблема сбыта продукции становится крайне актуальной. Для потребителей данная проблема предстает уже с другой стороны, как проблема выбора из разнообразия торговых марок и брендов товаров. Поэтому мнение потребителей – поклонников одной марки, одного бренда товара, чрезвычайно важно для продавца товара, стремящегося удовлетворить запросы и пожелания клиентов и вынужденного проявлять лояльность и реагировать на критику. Следует отметить, что конкуренция между продавцами товаров за покупателя со второй половины XX в. все больше перемещается в публичное виртуальное пространство сети Интернет, где покупатели начинают рассматриваться продавцами как партнеры и единомышленники. Кроме того, по мнению Э. Тоффлера, особенностью экономики будущего капитализма станет возможность исчезновения границы между продавцом и покупателем и появление так называемого субъекта – «просьюмера» (англ. *prosumer*¹), который способен сам удовлетворять свои потребности. А на начальном периоде движения к этой новой цивилизации данный субъект не просто создает товары, участвуя в их производстве, но и продвигает их на рынке, наделяя эти товары статусом покупки. Предлагая такую модернизацию современного капитализма с возвышением в ней «просьюмера», Э. Тоффлер предполагает, что на данном основании в будущем может произойти «массивный исторический сдвиг» – трансформация всей социальной системы, в том числе и ее экономической сферы [Там же].

Движущим процессом и наиболее эффективным инструментом для решения такой трансформации экономической сферы служит сегодня огромная индустрия рекламы в виртуальном пространстве сети Интернет, где продается не товар, а бренд, марка, знак этого товара, где определяющую роль в товаре (как знаке) начинают играть его престижность и соответствие модным тенденциям. Главной функцией такого товара становится не столько удовлетворение потребности, сколько репрезентация и символизация этой самой потребности. На виртуальном рынке в сети Интернет все больше продаются не товары (например, шампунь,

¹ Термин образован от английских слов *producer* («производитель») и *consumer* («потребитель»). Тоффлер обозначает им производство потребительной стоимости для использования самим работником или членами его семьи, а не для обмена, т.е. натуральную форму хозяйствования.

крем, парфюмерная вода как косметические средства), а их артефакты (картинки, изображающие именитую и респектабельную фирму производителя, а также артефакты стильности, привлекательности, сексуальности, красоты и т.д.). Так, по мнению Д. В. Иванова: «Новый механизм ценообразования, дифференцирующий вещи “от кутюр” и продукцию менее именитых фирм, как ни странно, адекватно описывается не А. Смитом, К. Марксом или Дж. М. Кейнсом, а скорее Фомой Аквинским. “Справедливая цена”, согласно средневековым представлениям, всегда зависит от “происхождения” предложения. Стоимость товара определяется социальным статусом производителя, а не статус – стоимостью, как в эру классического капитализма (XVIII-XIX вв.)» [6, с. 78]. Кроме того, и довольно часто «произведенный» в виртуальном пространстве товар через назойливую рекламу путем изменения деталей дизайна, упаковки, условий продажи становится симулякром и транслируется как инновационный товар высокого качества. Отсюда экономическая симуляция товара в сети Интернет начинает доминировать над самим товаром.

Итак, реклама в глобальном виртуальном пространстве сети Интернет как презентация социальной виртуальности не только излагает структуру потребительского поведения, но и создает новую цивилизацию потребления, показывая верх изобретательности и изощренности. Статус рекламы в виртуальном пространстве сети Интернет неоднозначен [1; 13], поскольку она сразу выступает и как вид экономической деятельности, и как жанр искусства, и как манипулятивная технология, оказывающая влияние на сознание и поведение людей. Современная реклама занимает значительную часть виртуального пространства сети Интернет и выходит на планетарный уровень самопредъявления.

В виртуальном пространстве сети Интернет (сетевом сообществе) реклама представляет собой и виртуальную коммуникацию между разными социальными слоями этого сообщества, и обладает признаками институциональности, соприкасаясь с основными институтами современного общества. Реклама превращается в преобладающий феномен социальной виртуальности, замещающей в некотором смысле традиционные способы убеждения, необходимые для формирования стереотипов. Реклама в сетевом сообществе давно уже стала сутью, которая перешла границу обсуждения рыночных процессов, превратилась в воспроизводимую, повторяемую норму существования этого сообщества, которая и определяется новшествами в виртуальной коммуникации, и одновременно обнаруживает себя одним из источников ее трансформации.

В настоящее время уже трудно воспринимать всерьез мнение о том, что реклама – это «информационная поддержка» того или иного товара, акции или личности, или же соперничество средств массовой информации – это одна из составляющих «виртуальной войны». Не трансляция данных о свойствах товара (услуги), т.е. рациональное обозначение (денотат) объекта, а создание его симулякра, мобилизующего множественный смысл (коннотат) и комплекс имен, дает стимул рекламному бизнесу и приносит прибыль в нынешней экономике. Не за полный контроль на передачу сведений ведут виртуальные войны магнаты средств массовой информации, а за создание выгодного виртуального сценария событий им или их заказчикам.

Следует добавить, что наличие таких нематериальных активов, как имидж, репутация, известность торговой марки, лояльность целевой аудитории, позволяют компании (корпорации, фирме и т.д.) в современной информационной экономике достичь успехов в конкурентной борьбе. Поэтому именно поддержание имиджа и повышение рейтинга популярности для любых современных компаний является важнейшей задачей, нежели улучшение ими качества выпускаемых товаров или предоставляемых услуг.

В новой мировой информационной экономике (состоящей из реальной и виртуальной экономик) виртуальная экономика становится все больше доминирующей и «охватывает в настоящее время, по существу, хозяйство всего земного шара, всех стран, где есть электричество и установлены компьютеры. Такой охват осуществляется через всемирную паутину, глобальную сеть Интернет с преобладанием знаний и информации. Происходящее свидетельствует о “врастании” виртуальной экономики во всемирное хозяйство в качестве нового структурного элемента, что обуславливает рост степени сложности его как системы» [9]. В виртуальной экономике растущими и прибыльными областями становятся те, где выполняются посреднически-спекулятивные операции, например, финансовые, информационные, биржевые, брокерские, маркетинговые, рекламные и консалтинговые услуги.

Очевидно, что в виртуальной экономике финансовые услуги, выражающиеся в глобальной гегемонии транснационального финансового капитала, являются определяющими, что, несомненно, приводит к увеличению объема перемещения этого капитала, который в современности во много раз превосходит объем товарооборота. Победа финансовой логики над инженерной (производственной) логикой в современной виртуальной экономике устанавливает приоритетное развитие финансового капитала, что вызывает, как правило, череду финансовых спекуляций, которые становятся своеобразным «регулятором», субститутутом государственного вмешательства в экономику. Нынешний финансово-спекулятивный капитал оказывает определяющее влияние на всю систему аллокации ресурсов¹ и потоков инвестиций. Такой капитал непрерывно «кочует» по глобальному виртуальному финансовому рынку и очень часто уходит от различного национального и международного регулирования и контроля. Он фактически «отгородился» от реальной промышленной сферы экономики и генерирует финансовую нестабильность, а также непредсказуемо зависит от действия случайных факторов. Следовательно, появляется новая социально-экономическая категория, новая форма финансового капитала – виртуальный капитал, который становится важнейшей составляющей современного глобального финансового рынка виртуальной экономики.

Важно подчеркнуть, что в виртуальной экономике, кроме социально-экономической категории – финансовый капитал, – используется и другое понятие – виртуальные (электронные) деньги. Появление этого понятия

¹ Аллокация ресурсов – распределение экономических ресурсов между различными видами экономической деятельности.

стало итогом процесса диверсификации денег, когда они прошли свой исторический путь дестафации (преобразования) от бумажных и металлических банкнот до чеков, пластиковых карт и виртуальных денег. То есть сегодня происходит процесс замещения вещественных денежных средств и появление их артефактов – виртуальных аналогов. Более того, все больше сбываются прогнозы писателя-фантаста Н. Стивенсона, который в своем романе «Криптономикон» (1999) предсказывал, что в виртуальном пространстве сети Интернет может произойти полная независимость денежной системы от государства, корпораций и банков и денежной виртуальной единицей станет «цепочка битов», где бит – это единица количества информации [17].

Сегодня это фантастическое предположение имеет продолжение. В виртуальном пространстве сети Интернет успешно реализуется новый финансовый инструмент – виртуальная валюта – биткойн и его аналоги – форки, называемые еще криптовалютой, и которые существуют только в виртуальном виде. В основе биткойнов лежат криптографические (шифровальные) алгоритмы, исключающие возможность подделки виртуальных денег. Однако главная особенность биткойнов вовсе не в шифровании, а в отсутствии центра управления денежным обращением – такого раньше никогда не было. У привычных (фиатных) денег всегда есть центр эмиссии (государство или финансовая организация), который их выпускает и контролирует, а также гарантирует прием в качестве платежного средства. Биткойнам не нужен центр управления, а эмиссию, проверку подлинности и проведение платежей выполняют в распределенном глобальном режиме пользовательские компьютеры.

В настоящее время в таких странах, как США и Канада и др., несмотря на различные риски, появляются магазины, которые готовы принимать в качестве платежей биткойны. Так, например, за биткойны в декабре 2013 года был продан знаменитый электромобиль *Tesla Model S*. А по данным платформы электронной коммерции *Bitnet* в дни рождественских распродаж, с 28 ноября по 1 декабря 2014 года, биткойн стал девятым по популярности способом оплаты товаров [3]. В эти дни пользователи по всему миру потратили на покупки почти 300 миллионов долларов, расплачиваясь биткойнами. По популярности криптовалюта уступила лишь общепризнанным платежным системам, таким как *Visa*, *MasterCard*, *PayPal* и *American Express*. Возможность существования виртуальных денег – это математический факт, который благодаря Интернету с его миллионами пользователей стал новой социальной реальностью – социальной виртуальностью.

Итак, основой этой социальной виртуальности в современной виртуальной экономике становится интерактивный¹ бизнес, который строится на диалоге «бизнесмен – компьютер». Такие совместные действия в лице бизнесмена и компьютера, подключенного к Интернету, существенно облегчают его предпринимательскую деятельность по управлению бизнесом, а также взаимодействие с бизнес-партнерами и клиентами. Ведение интерактивного бизнеса представляет собой совершенно новую модель современной экономики, с одной стороны, она занимает собой рыночную нишу посреднически-спекулятивных услуг: маркетинговых, брокерских, биржевых, финансовых и т.д., а с другой стороны, позволяет вести традиционные бизнес-процессы (продажа, покупка, снабжение, инвестирование и др.), минуя посредников.

Интерактивный бизнес приносит продавцам и потребителям огромную выгоду, которая основывается главным образом на громадной экономии времени. Например, благодаря возможностям Интернета покупка, оплата различных услуг, посещение банка, запись к врачу для потребителя занимают минимум времени, что в результате бережет его рабочее время, затрачиваемое обычно на дорогу, покупку товаров, операции в банке, посещение больницы. Вполне очевидно, что быстрое развитие интернет-технологий и расширение на их основе интерактивного бизнеса сулят в будущем в виртуальной экономике преобладание таких субъектов рынка, как виртуальных магазинов, виртуальных кредитных учреждений, виртуальных ателье, виртуальных рекламных агентств и тому подобных организаций, виртуальных фондовых ценностей и платежных средств. Самое главное, что это будет виртуальная экономика с резко возросшей степенью свободы выбора, которая, несомненно, вызовет: уменьшение (ослабление или даже потерю) обычных причинно-следственных экономических связей, повышение степени неопределенности и усиление инвестиционных, валютных и других рисков, что в конечном итоге приведет к созданию социально-экономических предпосылок перехода к индетерминизму.

Принципы вероятности и случайности все отчетливее проявляются в современной экономике, особенно на фондовом и валютном рынке, и детерминизм, господствующий в экономике, все чаще уступает место индетерминизму. Так, по логике американского финансиста Дж. Сороса, в условиях виртуализации экономической деятельности находит свое применение теория рефлексивности фондовых рынков, теоретически осмысливающаяся с принципиальной позиции соотношения неопределенностей В. Гейзенберга [16] и заключающаяся в том, что решения о продаже и покупке ценных бумаг (акций, облигаций, векселей и т.д.) принимаются на основе ожиданий цен в будущем. На эти ожидания, по мнению Сороса, возможно и нужно оказывать выгодное для себя информационное влияние (особенно через виртуальное пространство сети Интернет), поскольку они являются исключительно психологической категорией. Что касается принципа соотношения неопределенностей В. Гейзенберга применительно к данной ситуации, то примером тут может служить тот факт, что современные финансовые спекуляции в экономике проходят, как правило, в виртуальном пространстве сети Интернета и очень часто приводят к экономическому кризису и коллапсу экономики даже в отдельных странах, а то, с чем реально приходится сталкиваться жертвам кризиса – гражданам этих стран, касается сферы непредвиденных либо побочных последствий.

Для того чтобы получить интегральную и более полную картину информационной экономики, включая виртуальную экономику современного общества, охарактеризуем ее в понятиях постмодернистской философии.

¹ Интерактивный (онлайновый) – новейший способ коммуникативного взаимодействия, достигающийся при помощи современных интернет-технологий.

Будем отталкиваться оттого, что стержневыми понятиями, изображающими современную экономическую деятельность людей в эпоху постмодерна, обнаруживают себя такие понятия, как индивидуализм, плюрализм, изменчивость, неопределённость, фрагментарность и децентрализация.

Понятия фрагментарности и плюрализма становятся определяющими для новой информационной экономики, и выражается это прежде всего в утверждении принципа разнообразия, который обнаруживается не только в типах техники, видах услуг и товарном ассортименте, но и в потребностях широкого спектра различных профессий. Причем работник информационной экономики понимается в рамках радикального индивидуализма, уже не как второстепенный придаток конвейерного производства, которого можно заменить любым другим, а как разносторонне одаренная, инициативная, изобретательная личность. Как отмечает Э. Тоффлер, если технология «индустриальной волны» содействовала единообразию, то технология «постиндустриальной волны» обеспечивает социально-экономическое разнообразие [20, с. 56-59]. Кроме того, разнообразие в информационной экономической сфере проявляется и через множество вариантов экономической деятельности, и через предоставление потребителю широчайшего спектра товаров и услуг.

Разнообразие – это не просто принцип информационной экономики, это ее потребность, форма существования, ресурс развития и инструмент всех ее преобразований, а принцип плюрализма гарантирует это разнообразие существованием различных социально-экономических позиций. Это – в полном смысле «мозаичные» социально-экономические позиции, которые то и дело меняют центры притяжения и отличаются максимальной подвижностью своих зависимостей и связей. Так, по мнению исследователя З. Баумана, информационную экономику больше нельзя успешно моделировать и администрировать из кабинета генерального директора, время единоначалия становится неуместным и уходит в прошлое вместе с эпохой модерна [2, с. 70-71]. Экономика становится децентрализованной и охватывает практически все стороны современного производства товаров и услуг развитых стран, где наблюдаются постепенные процессы разукрупнения (демассификации) промышленных предприятий. Описывая процесс демассификации производства, Тоффлер утверждает, что все более очевидным становится тот факт, что гигантские промышленные производства – основа экономики «второй волны» – плохо приспособлены и слишком медлительны к интерактивному бизнесу «третьей волны» [20].

Наряду с процессами разнообразия и децентрализации в информационной экономике обнаруживают себя и противоположные интеграционные тенденции, которые находят свое оформление в различных добровольных промышленных и предпринимательских союзах и ассоциациях, где интеграция предполагает успешное функционирование и развитие составных частей и полагается скорее на самоорганизацию, чем на господство центра. Функционирование таких добровольных союзов и ассоциаций строится на неформальных нормах – интернализованных правилах и нормах поведения их участников. Следовательно, в информационном обществе сбываются постмодернистские по своему духу процессы децентрализации, где части целого не стремятся обособиться, а напротив, стараются к самоорганизации, сотрудничеству друг с другом и осуществляют совместную деятельность, но уже с учетом самобытных индивидуальных особенностей. Такой постмодернистский порядок выстраивается исходя из общего мировоззрения постмодернизма, где часть целого по существу равноправна этому целому.

Принцип фрагментарности, опираясь также на идеологию постмодернизма, утверждает, что глобальная и «мозаичная» экономика постиндустриальной эры состоит из множества национальных и локальных производств. Так, по мнению Баумана, «для наших дней наиболее характерна внезапная популярность множественного числа... Сегодня мы живем проектами, а не Проектом» [2, с. 73]. В новой социальной реальности уже совсем не остается места суперпроектам, интегрирующим огромные массы людей. Эти суперпроекты, например великие стройки, неизбежно уходят в прошлое.

Кроме того, если в индустриальный период вектор развития экономики был направлен на осуществление гигантизма, например, строительство: небоскребов, огромных танкеров, больших машин, широкоэкранных телевизоров и т.д., то в информационный период появляется новый вектор развития – минимизация. Появление и развитие этой современной тенденции во многом объясняется новыми информационными технологиями, которые становятся столь совершенны, что достигается максимум при минимуме предметных затрат.

Таким образом, новое ускорение и новый темп экономики в информационном обществе придают современные информационные технологии, благодаря которым становится допустимым отход от массификации производства – промышленное производство все больше обнаруживает признаки виртуализации, разнообразия, гибкости и нацеленности на удовлетворение самых различных потребностей.

Помимо трансформации производства, потребления, товара и денег в настоящее время мы наблюдаем и утверждение новых стилей труда. Так, активное использование интернет-технологий позволяет организовать рабочее место практически повсюду: дома, в гостинице, в автомобиле, в самолете и т.д. и в какой-то степени приводит к симуляции труда. Строго фиксированный график работы и распорядок дня, пятидневная рабочая неделя, соблюдение дресс-кода и обязательное присутствие в офисе – все эти формы, обуславливающие организацию труда, в современности утрачивают экономическую целесообразность. Однако при этом они сохраняют свою социальную значимость, как атрибуты стабильного и эффективно функционирующего предприятия.

В характере нынешних экономических перемен информационная доминанта уже обнаруживает себя настолько, что можно говорить о стихийно начавшемся переходе социума к новой модели развития – инфоцентризму [14]. Инфоцентризм – это мировоззренческая философская концепция управления социумом, в соответствии с которой онтологической характеристикой бытия является информация, имеющая непреходящую внутреннюю ценность. Информационные технологии бессистемно и скачкообразно приводят к становлению и глобализации информационного пространства современной социально-экономической

системы, носителем которого становится виртуальное пространство, что приводит в итоге к взрывному росту потоков и объемов информации.

Для оперативного решения новых сверхсложных информационных коммуникативно-вычислительных задач по установлению в будущем новых глобальных социальных формаций, сохранению мира и улучшению качества жизни каждого человека людям заведомо не хватит биологически ограниченных интеллектуальных человеческих талантов. Период информационной монополии антропоцентрической модели развития на продвижение социально-экономического прогресса завершается. Открывается новая эпоха в истории человечества, когда во имя своего сохранения оно должно делегировать виртуальному пространству значительную часть своих информационных функций. Современная социально-экономическая система все больше перестает быть только преимущественно политэкономической системой, потому что уже покрыта быстро прогрессирующей «глобальной паутиной» и тотально погружается в глобальное виртуальное пространство.

Благодаря наметившейся тенденции глобализации и расширяющимся возможностям микропроцессорных, компьютерных и интернет-технологий функциональный и вычислительный потенциал виртуального пространства быстро растет. Глобальное виртуальное пространство с успехом открывает перспективы массового применения распределенных вычислений для повышения качества процессов управления в практически неограниченном разнообразии организационных систем, сфер производства, обслуживания и потребления. Примером может служить обработка результатов экспериментов (информации) с Большого адронного коллайдера, сокращённо БАК (англ. *Large Hadron Collider*, сокращённо *LHC*), где ежегодно обрабатывается 1,5 Петабайта информации на 10000 компьютерах учеными из более чем 100 стран. Кроме того, глобальное виртуальное пространство становится одним из главных ресурсов повышения эффективности управления жизнедеятельностью социума. От совершенствования системных и потребительских свойств виртуального пространства сегодня во многом зависит качество функционирования всех жизненных сфер общества, в том числе и экономической сферы. Где системно-техническую поддержку новой инфоцентрической модели развития общества может, безусловно, оказать глобальное виртуальное пространство, которое обладает практически неограниченным потенциалом не только в наращивании коммуникативной способности каналов передачи данных и объемов памяти, но и в части универсальной алгоритмической переработки глобально распределенной информации.

Несомненно, что сегодня системное формирование национальных виртуальных пространств идет по пути интеграции в общемировое информационное пространство (мировую социально-экономическую систему), где базисом такой трансформации становится создание глобально распределенных и сильносвязанных компьютерно-сетевых архитектур и приложений. Так, по мнению отечественных исследователей Ю. С. Затуливетра и Е. А. Фищенко, глобальные, сверхбольшие системы такого класса очень быстро в процессе эволюции системоформируются от слабосвязанных к сильносвязанным, и архитектура их становится сетецентрической, и все процессы управления их функционированием и развитием, воплощаемые в них, могут рассматриваться как сетецентрические [5, с. 568]. Примером данной тенденции может служить многоуровневая сетецентрическая система, которая интенсивно вырабатывается в рамках комплексной долгосрочной программы Министерства обороны США *Future Combat System (FCS)* [23], и в которой рассматриваются перспективные и глобальные принципы управления большими системами в военном деле. Сетецентрическое объединение многокомпонентных и разнопрофильных мобильных и стационарных объектов данной системы, оснащенных компьютерным интеллектом, позволяет осуществлять управление (сбор, переработку, обмен и накопление информации) этими объектами в едином виртуальном пространстве в реальном времени.

Другим примером сверхбольшей системы с сетецентрическим управлением является концепция «Интернет вещей» (англ. *Internet of Things*) [24], которая также с успехом сегодня начинает перемещаться в практическую плоскость измерения. Термин «Интернет вещей» впервые предложил в 1999 году исследователь Массачусетского технологического университета К. Эштон, который один из первых разрабатывал технологию радиочастотной идентификации (RFID). Эта технология рассматривалась им как альтернативная модель, идущая на замену штрих-кодам и которая за счет сокращения трудозатрат и затрат на управление позволяла бы экономить миллиарды долларов.

Сегодня корпорация *Cisco Systems*, ухватившись за эту идею и создав унифицированную компьютерную систему *Unified Computing System*, стала членом клуба производителей серверов с намерением захватить лидерство в деле создания Интернета вещей. Все это стало возможным благодаря широкому распространению беспроводных сетей, активному переходу на IPv6, росту популярности «облачных» моделей распространения и поддержки программных обеспечений, которые предполагают применение всевозможных программных приложений в режиме удаленного доступа и появлению группы технологий межмашинного взаимодействия (*Machine to Machine, M2M*).

В то же время связывать переход к новой социально-экономической системе, к новому этапу цивилизационного развития человечества только лишь с научно-техническим прогрессом и доминирование информационной техники было бы не слишком корректно. В таком случае мы скатываемся на позиции технократизма, на утверждение приоритета одной сферы над всеми остальными, что идет вразрез с постмодернистским мировоззрением. Рассуждая в таком понимании, тот же Э. Тоффлер подчеркивает, что демассификация производства происходит одновременно с утверждением нового разнообразия, новых стилей труда, новых ценностей, новой миграционной политики и эта трансформация не сводится лишь только к экономической сфере, она носит глобальный характер, пронизывая тотально все области жизнедеятельности людей. По его глубокому убеждению, именно изменения в других неэкономических сферах как раз и помогают установить,

что происходит в экономической сфере [18, с. 258]. Пожалуй, именно Тоффлер, в отличие от других теоретиков постиндустриального общества, наиболее глубоко осмысливает масштабность изменений, идущих далеко за рамки технократических процессов в социуме. Так, по его мнению, люди осознают, что сегодня вокруг них формируется новая культура. И дело не только в компьютерных технологиях, а все больше в новых трансформациях по отношению к труду, нации, полу, авторитетам, досугу и т.д. [19, с. 286].

Таким образом, можно сделать вывод, что производственно-экономическая сфера общества в современности переживает значительную трансформацию и все больше обретает статус «ментальной сферы». Фундаментальные компоненты экономики эры классического капитализма: производство, потребление, труд, деньги и т.д. – в настоящее время виртуализируются, при этом очень часто они утрачивают первоначальные смыслы и содержания, сохраняя привычные атрибуты лишь формально. Так, по мнению Ж. Бодрийяра, и мы с этим согласны: «Движущей силой современной экономики не является более ни инфраструктура материального производства, ни суперструктура; это – распад структуры стоимости, дестабилизация рынка и реальной экономики, триумф экономики, освобожденной от экономических законов и предоставленной чистой спекуляции, виртуальной экономике, свободной от экономики реальной...» [4, с. 51-52].

Список литературы

1. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб., 2004. 252 с.
2. Бауман З. Спор о постмодернизме // Социологический журнал. 1995. № 4. С. 69-80.
3. Биткойны вошли в топ-10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2628553> (дата обращения: 15.02.2015).
4. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2012. 258 с.
5. Затуливетер Ю. С., Фищенко Е. А. Графодинамические системы с сетцентрическим управлением в математически однородном поле компьютерной информации // Управление большими системами. 2010. № 30.1. С. 567-604.
6. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. 224 с.
7. Интеллект человека и программы ЭВМ / под ред. О. К. Тихомирова. М.: МГУ, 2009. 230 с.
8. Кастельс М., Киселева Э. Россия в информационную эпоху // Мир России. 2001. № 1. С. 35-66.
9. Кетова Н. П. Виртуальная экономика: общемировые и российские реалии XXI века [Электронный ресурс]. URL: <http://libvuz.net/book/88-yekonomika-razvitiya-regiona-problemy-poiski-perspektivy-ezhegodnik-sbornik-nauchnyx-trudov-ov-inshakov/15-virtualnaya-yekonomika-obshhemirovye-i-rossijskie-realii-xxi-veka.html> (дата обращения: 15.02.2015).
10. Кротов В. Интернет вещей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.osp.ru/cw/2008/03/4755084/> (дата обращения: 15.02.2015).
11. Осипов Ю. М. Теория хозяйства. М.: Изд-во МГУ, 1997. Т. 2. 792 с.
12. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.worldbank.org/> (дата обращения: 15.02.2015).
13. Притчин А. Н., Терemenko Б. С. Миф и реклама // Вопросы философии. 2002. № 3. С. 149-164.
14. Саяпин В. О. Инфоцентризм как новая модель безопасного развития социума // Философские традиции и современность. 2014. № 1 (5). С. 124-131.
15. Саяпин В. О. Искусственная социальная виртуальная реальность и её воздействие на социокультурное пространство современного общества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 4 (18). Ч. 2. С. 174-181.
16. Сорос Дж. Алхимия финансов. М.: ИНФРА-М, 2001. 416 с.
17. Стивенсон Н. Криптомикон / пер. с англ. М.: АРТ, 2012. 912 с.
18. Тоффлер О. Будущее труда // Новая технократическая волна на Западе / отв. ред. П. С. Гуревич. М.: Прогресс, 1986. С. 250-275.
19. Тоффлер О. Раса, власть и культура // Новая технократическая волна на Западе / отв. ред. П. С. Гуревич. М.: Прогресс, 1986. С. 276-288.
20. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2010. 784 с.
21. Уваров М. С. Интернет // Виртуальное пространство культуры: материалы научной конференции (г. Санкт-Петербург, 11-13 апреля 2000 г.). СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. С. 149-154.
22. Черняк Л. Платформа Интернета вещей // Открытые системы. СУБД. 2012. № 7. С. 10-14.
23. <http://www.globalsecurity.org/jhtml/jframe.html#http://www.globalsecurity.org/military/library/report/2005/050000-fcs2005flipbook.pdf> (дата обращения: 15.02.2015).
24. The Internet of Things. Executive Summary [Электронный ресурс]. URL: http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-IR.IT-2005-SUM-PDF-E.pdf (дата обращения: 15.02.2015).

VIRTUALIZATION OF GLOBAL ECONOMY IN INFORMATION SPACE OF MODERN SOCIETY

Sayapin Vladislav Olegovich, Ph. D. in Philosophy
Tambov State University named after G. R. Derzhavin
vlad2015@yandex.ru

The article examines the economic sphere of society, which under the conditions of informatization and technification not only transforms its content, relations, structure, institutions but also actualizes within the framework of completely different social reality – social virtuality. The basic components of the economy of the epoch of classical capitalism – production, consumption, labour, money, etc. – nowadays are virtualized, at the same time they, as a rule, lose original meanings and contents preserving conventional attributes only formally.

Key words and phrases: virtual reality; artificial virtual reality; social virtuality; prosumer; virtual currency; Internet objects.