



**Б**удущее желает быть актуализированным уже сегодня, немедленно; потенциальное требует хотя бы названия, чтобы тут же предпринять попытку реализоваться.

Брюс Стерлинг, культовая фигура американского киберпанка, футуролог, принимавший участие в работе Давосского форума, заметил: «Успешно справляющийся со своей работой футуролог вовсе не пророк. Он должен не одерживать блестящие победы над будущим, а предсказывать настоящее»<sup>1</sup> [Стерлинг, 2005, с. 14].

Отметим два важных факта.

- Социальное в современную эпоху действительно претерпевает качественное изменение. Теперь это – техносоциальное<sup>2</sup>.

- Главный и единственный, по большому счету, способ социального проектирования – порождение возможностей («альтернативных вероятностей»).

Их констатация приводит к формулировке следующего принципа: управление социумом возможно только через техносоциальные проекты.

В футурологии, суть которой в формировании потенциальных сценариев будущего, на мой взгляд, существуют три инструмента социального проектирования:

**гаджеты** (от англ. – gadget: приспособление, техническая новинка), т.е. технические и технологические инновации;

**создание особых знаковых систем**, обладающих признаками вирусных инфекций – так называемых «семиотических фантомов»<sup>3</sup>;

**сознательное конструирование правовых систем** (законодательства).

Между перечисленными способами существует тесная взаимосвязь, которая со временем только укрепляется. Например конструирование законодательной базы, в принципе, можно считать разновидностью семиотического фантомостроения на основе технологических инноваций (т.е. создания виртуальных по сути объектов – законодательных актов разного уровня) для регулирования социальных взаимодействий в условиях появления на рынке все новых технологических инноваций (гад-

жетов). Таковы, например, официальные запреты на использование мобильных телефонов водителями автомобилей во время движения, введенные во многих странах мира. Кое-где запрещается в том числе использование даже гарнитуры hands free. Приведенное обособление удобно лишь для выделения наиболее характерных видовых признаков каждого из перечисленных способов социального проектирования.

Рассмотрим их более детально.

## Гаджеты

Этот способ социального проектирования (т.е. производства будущего) наиболее очевидный. Сообщества Homo sapiens всегда реагировали наиболее активно именно на технологические «штучки» (гаджеты). Сегодня же это проявилось более рельефно. Идеологии в отрыве от технологий не работают. Нельзя не согласиться с директором Института США и Канады РАН С. Роговым: России в качестве национальной идеи нужен конкретный технологический проект [Рогов, 1996].

Это наглядно проявляется на примере энергетики, одного из древнейших факторов проектирования социума. Вся история цивилизации – это история искушения человека ростом энергопотребления. Когда кроманьонец добывал огонь, он имел дело с процессами в области энергий примерно 0.1 эВ на молекулу. Атомная энергия имеет дело с энергиями порядка 100 кэВ – 1 МэВ на атом. Может быть, первыми «гаджетами», радикально трансформировавшими структуру античного и средневекового европейских обществ, стали подкова и хомут.

Исследователи предполагают, что к появлению подков привело распространение римских дорог к северу [Андерсон, 2006, с. 131]. Не случайно подкову, по-видимому, впервые начали использовать кельтские обитатели Альп около 400 г. до н.э. Но широкое распространение в Европе она получила гораздо позже, в VIII–X вв. н.э., практически одновременно с новой упряжью, основным элементом которой стал хомут. То, что в течение нескольких

<sup>1</sup> Парадоксальная на первый взгляд, прямо-таки топологическая инверсия, когда футурология оказывается всего лишь способом предсказания настоящего, на самом деле имеет глубокий смысл и давно уже отрефлексирована даже в беллетристике. Тут можно вспомнить высказывание советских фантастов – братьев А. и Б. Стругацких. В повести «Гадкие лебеди» (1967 г.) они замечают: «Будущее – это тщательно обезвреженное настоящее». Да и у самого Б. Стерлинга есть сборник фантастических рассказов под говорящим названием «Старомодное будущее» («A Good Old-Fashioned Future»).

<sup>2</sup> «Никогда не настанет “золотого века”, когда мы сможем вздохнуть с облегчением и объявить о том, что “мир полностью компьютеризирован” или “генетика изменила мир”. Процесс техносоциальных изменений продолжится, усложняя сам себя. Он никогда не станет “законченным” или “завершенным”. У него нет ни конечной цели, ни условий победы», – пишет Б. Стерлинг [Стерлинг, 2005, с. 64]. Солидарен с ним и М. Эпштейн: «Постепенно и современный человек будет передвигаться в область экологического внимания и заботы, поскольку “современность” будет осознаваться как техносоциальная среда, из которой человеческая телесность и индивидуальность выпадает “в осадок”, как рудимент давней стадии развития разума – “полуидеи”, промежуточной между природой и культурой, полустественной-полуискусственной» [Эпштейн, 2004, с. 608]. Эпштейн даже предполагает возникновение нового научного направления: «Гуманология изучает человека как часть техносферы, которая создается людьми, но постепенно подчиняет и растворяет их в себе. Человек предстает как создатель не только культурной среды, но и самодействующих форм разума, в ряд которых он сам становится – создатель среди своих созданий. Если антропология изучает специфические признаки человека среди других живых существ (животных и особенно высших приматов – гоминидов), то гуманология исследует его специфические признаки среди мыслящих существ, умных машин и техноорганизмов (муже- и женоподобных – гуманоидов, андроидов, гиноидов)» [там же, с. 610-611].

<sup>3</sup> Возможны и другие названия этого феномена. Одно из наиболее распространенных: мем. Слово «мем» (от англ. meme) создано как пара слову «ген» (gene) из слова тетого (память) известным английским биологом Р. Докинзом в 1976 г. [Докинз, 1993]. В 1988 г. слово «мем» попало в Оксфордский словарь английского языка. «Точно так же, как гены распространяются в генофонде, переходя от одного тела в другое с помощью сперматозоидов или яйцеклеток, мемы распространяются в том же смысле, переходя из одного мозга в другой с помощью процесса, который в широком смысле можно назвать имитацией... Бог существует, пусть лишь в форме мема с высокой выживаемостью или инфекционностью, в среде, создаваемой человеческой культурой» [там же, с. 179]. Мемы – это и теорема Пифагора, и мода на остроносые/тупоносые туфли, и популярная мелодия, и сказка о Колобке... «Никого не беспокоит вопрос о том, сохранились ли на свете хотя бы один или два из генов Сократа. Мемоконплексы же Сократа, Леонардо да Винчи, Коперника или Маркони все еще сохраняют полную силу» [там же, с. 185].

тысячелетий для лошади не было создано соответствующей анатомии упряжи, английский историк С. Лили считает одним из проявлений длительного технического застоя, начавшегося около 2500 г. до н.э. Без тогдашних «гаджетов» – подков и хомута по меньшей мере две трети энергии лошади, тянущей повозку, тратилось впустую, притом что энергетическая мощность лошади в 1.5–2 раза больше, чем быка [Иголкин, 2001, с. 46].

Дальнейшая последовательность социальных трансформаций, вызванных изобретением подковы и хомута, напоминает цепную реакцию. Известный итальянский историк К. Чиппола полагает, что распространение лошадей в Западной Европе сопровождалось существенным расширением применения железа в сельском хозяйстве, которое требовалось для подков. «Переход от быка как основного тяглового животного к лошади имел большое значение, энергетический потенциал общества существенно возрос. Тягловые животные были тогда основным источником энергии, весь технологический уклад, сложившийся в аграрной экономике Европы к XII–XIII вв., базировался на их использовании. Применение лошадей вывело на совершенно иной уровень и работу ремесленников, прежде всего кузнецов... В Англии того времени около 70% используемой энергии приходилось на тягловую силу домашних животных. Можно сказать, что новая система упряжи лошадей привела к появлению принципиально нового аграрно-технологического уклада, позволила осуществить в Европе “Великую распашку”» [там же, с. 47].

В современном обществе роль энергетических гаджетов на порядки выше. Если бы Россия главной темой своего председательства на саммите G8 летом 2006 г. не избрала энергобезопасность, нас бы никто не понял. Не случайно составители доклада Национального разведывательного совета США «Контуры мирового будущего – 2020» отмечают: «Россия, как самый крупный за пределами ОПЕК поставщик энергии, будет находиться в чрезвычайно выгодной позиции, оперируя своими нефтяными и газовыми резервами для достижения своих целей во внешней и внутренней политике» [Контуры мирового будущего, 2005, с. 93].

Собственно, в этом и состоит квинтэссенция современной борьбы за углеводороды (нефть, газ, уголь) и некоторые другие виды сырья. Именно

энергетические мотивы – стержень большинства геополитических процессов после изобретения Р. Дизелем двигателя внутреннего сгорания.

Автомобиль, пожалуй, один из главных мегагаджетов XX в. В 1895 г. в США было всего четыре автомобиля; к 2010 г., по оценке Всемирного банка, количество автомашин на Земле достигнет 1 млрд. Это означает фактически удвоение существующего ныне уровня потребления энергии. Впечатляет и экспоненциальная динамика распространения этого «гаджета» (табл. 1).

Такой тотальный гаджет, естественно, не мог не повлиять на поведение и образ жизни миллиардов людей на планете. К примеру, в США распространение автомобиля вызвало бум «пригородизации», изменило облик и инфраструктуру американских городов. Число индивидуальных построек увеличилось со 114 тыс. в 1944 г. до 1.7 млн в 1950 г. С 1945 по 1954 г. в пригороды перебралось 9 млн жителей Штатов. Всего с 1950 по 1976 г. число американцев, обитающих в больших городах, выросло на 10 млн, а в пригородах – на 85 млн. К 1976 г. в пригородах жило больше американцев, чем в крупных городах или в сельской местности [Ергин, 1999, с. 579].

Достаточно соотнести эти данные с приведенной выше таблицей, и смысл понятия «американский образ жизни» приобретает вполне реальное, материальное воплощение.

«Пригородизация» сделала автомобиль насущной необходимостью, и сельский пейзаж изменился в соответствии с требованиями проникающей всюду машины. Горизонты этой новой Америки были низкими, возникли новые учреждения, отвечающие нуждам жителей пригородов. Торговые центры с большими бесплатными автостоянками стали центром притяжения потребителей и продавцов. В 1946 году в Америке было лишь 8 торговых центров. В 1949 году в Северной Каролине был построен первый специально спланированный крупный центр розничной торговли. К началу 1980-х годов было уже 20 тыс. крупных торговых центров, и они осуществляли две трети всех операций в розничной торговле. Первый полностью крытый с искусственным климатом супермаркет появился в 1956 году в Миннеаполисе» [Ергин, 1999].

В 1956 г. президент США Д. Эйзенхауэр с гордостью подчеркивал: «Площадь всего дорожного покрытия такова, что на ней могут уместиться две трети всех автомобилей США. Из бетона, пошедшего на строительство дорог, можно... проложить шесть пешеходных дорог до Луны» [там же, с. 582].

Но автомобиль – и это, возможно, самое главное при рассмотрении темы влияния гаджетов на социум – «перелопатил» не только пейзаж США. Он переформатировал мозги американцев, а заодно и значительной части остального населения мира. Некоторые ученые полагают, например, что изобретение стартера, позволившего женщинам самостоятельно заводить автомобиль, привело к тому, что представительницы слабого пола занялись бизнесом, а это, в свою очередь, открыло дорогу эмансипации [Плотинский, 1998, с. 174].

Табл. 1. Рост числа автомобилей в США и в мире (млн единиц)

Год	США	Другие страны	Всего в мире
1930	23.0	6.9	29.9
1940	27.5	9.7	37.2
1950	40.3	9.7	50.1
1960	61.7	36.6	98.3
1970	89.2	104.2	193.5
1980	121.6	198.8	320.4

Источник: [Ергин, 1999].

Тотальным распространением в 1920-е гг. женской стрижки «боб» мы также обязаны автомобилю: женщинам, работавшим на конвейерах Генри Форда, просто из соображений техники безопасности приходилось укорачивать свои прически.

По данным социологического исследования, проводившегося в 1960-х гг., почти 40% предложений о браке в США были сделаны в автомобиле, а 90% американских семей проводили свой отпуск на колесах. К 1964 г. суммарное количество автотуристов за всю историю страны составило 5 млрд.

Пример автомобиля как гаджета, повлиявшего и продолжающего активно влиять на общество, весьма впечатляет. Но у него есть некоторые специфические особенности, которые ставят этот мега-гаджет особняком в современном мире.

Во-первых, в случае с автомобилем имеет место «бесознательное» социальное проектирование – его изобретение не было предусмотрено каким-либо сценарным прогнозированием. Лишь после появления этого транспортного средства изумленные социологи стали фиксировать совершенно неожиданные последствия его распространения. Более того, с самого начала почти никто не верил в то, что этот самодвижущийся механизм способен хоть сколько-нибудь заметно изменить стиль жизни общества.

«Ничто не может сравниться с коляской, запряженной лошастью», – настаивал Чонси Депью, президент Центральной железнодорожной компании Нью-Йорка, отговаривая своего племянника от вложения денег в новую компанию Генри Форда [Минго, 1995].

Во-вторых, автомобиль – мега-гаджет не только в идеологическом, но и в материальном смысле слова: в карман его не положишь.

В условиях постиндустриального мира, когда мы имеем дело с информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), или, как их называет Э. Тоффлер, «мягкими» технологиями, гаджеты изначально создаются с намерением определенным образом повлиять на характер поведения людей.

Не мы становимся частью гаджетов, как в случае с автомобилем, а гаджеты становятся частью нас в буквальном смысле<sup>4</sup>.

В этой связи важно отметить следующее обстоятельство. Социальное проектирование – это фактически принуждение к взаимодействию в рамках сконструированных нами (социальными конструкторами) правил. Но все дело в том, что очень редко удается сконструировать работающие правила, по которым бы играли все субъекты социума (включая технетические), становясь при этом объектом социального проектирования.

Субъекты обоих типов каким-то непостижимым образом ускользают из игры по предложенным правилам, демонстрируя поистине протеческую текучесть. Гораздо чаще такое переформатирование происходит спонтанно. Картина усложняется, становится трудно предсказуемой еще и потому, что в системе возникают обратные реакции (feedback): свойства продукта/гаджета определяются пользователями, а не инженерами.

Никто не мог предположить, например, какие изменения вызовет изобретение в 1970-е гг. пульта дистанционного управления телевизором. При его создании инженеры корпорации АКАИ (Япония) решали банальную техническую задачу: облегчить функцию переключения телепрограмм. В итоге изменилась сама стратегия пользования телевизором и даже восприятие действительности: теперь мы смотрим несколько программ одновременно или вообще не смотрим. Появилось такое социальное явление (даже психическая нозология), как заппинг (от англ. zapping – раз-раз; пережигание перемигчек) – «перепрыгивание» с канала на канал. Под эту стратегию просмотра вынуждены подстраиваться рекламодатели – обратите внимание: в прайм-тайм по всем основным телевизионным каналам рекламные блоки транслируются почти одновременно.

Непредсказуемые последствия, в смысле социального проектирования, могут нести с собой и совсем, казалось бы, безобидные гаджеты – детские игрушки, например кукла Барби, пластиковая «двенадцатидюймовочка».

К началу 1970-х гг., спустя 10 лет с момента ее появления, в мире было продано более 12 млн экземпляров куклы – это больше населения Лос-Анджелеса, Лондона или Парижа.

Создатель Барби – компания Mattel Inc. разработала для куклы целые коллекции одежды. Барби с ее неестественными пропорциями лица и тела тем не менее фиксируется в качестве эталона уже в детском подсознании. «Девочки с малолетства пытаются соответствовать своему кумиру, в результате в современном западном обществе остро встала проблема борьбы с анорексией. Школьницам кажется, что они страдают повышенным весом, и они стараются ограничивать себя в еде, а то и вовсе отказываются от пищи и попадают в клиники с серьезными эндокринологическими и психическими нарушениями. Стараясь соответствовать вымышленному идеалу Барби, некоторые женщины решаются на самые отчаянные поступки. Например, американка Синди Джексон перенесла 27 пластических операций лица и тела, чтобы походить на Барби» [Бутовская, 2004, с. 223]. И это далеко не единственная разновидность социообразующих гаджетов<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Летом 2006 г. информационные агентства сообщили о новом применении RFID-технологии (RadioFrequency Identification – радиочастотная идентификация). В больницах Пуэрто-Рико пациентам, страдающим периодическими потерями памяти или имеющим другие серьезные проблемы со здоровьем, предложено в добровольном порядке имплантировать опознавательные RFID-чипы. По ним врачи смогут быстро получить всю необходимую информацию о пациенте. RFID-метка – это миниатюрный кремниевый чип (размером с рисовое зерно) с подсоединенной миниатюрной же внутренней антенной. Если такую метку поднести к устройству-считывателю (ридеру), то она активизируется и посредством 125-килогерцевых радиосигналов передаст всю информацию, хранящуюся в памяти микрочипа. На сегодняшний день во всем мире такими радиоэлектронными метками обзавелись 2,5 тыс. человек. Обычно радиоэлектронная метка вживляется в плечо человека. Главная задача – не перепутать, с чем проблемы: с памятью или с кремниевым чипом.

<sup>5</sup> Даже патогенные факторы, например возбудители массовых инфекционных заболеваний, можно рассматривать как формообразующий гаджет в социальном проектировании. Так, пандемия ВИЧ-инфекции вызвала колоссальные изменения в социальной организации современного общества. Таким образом, конструирование новых патологий (биологическое оружие, например; а сейчас – генетическое) – весьма эффективный механизм социального проектирования. «С удивительным постоянством, от одной эпидемической катастрофы к другой, человек проявляет себя определенными стереотипами поведения» [Супотницкий, Супотницкая, 2006, с. 11]. Большое количество фактического материала, подтверждающего такую точку зрения, можно найти в монографии [Бужилова, 2005].

## Семиотические фантомы

Энергополитика, биополитика, гидрополитика и т.д. – не что иное, как конструирование социального через предъявление материального. Во всем этом на первый взгляд много магического. Но еще больше «магии» во втором отмеченном нами способе социального проектирования – через создание особых знаковых (вирусных, по сути) систем, «семиотических фантомов».

К таковым можно отнести, например, мифологические, религиозные, эзотерические, культурологические доктрины, моду и др. Уникальность современной ситуации в том, что синергетические процессы привели к рождению совершенно неизвестного раньше феномена – семиотических фантомов эпохи цифровых технологий. В этом смысле показательное функционирование в современном обществе уфологической традиции.

«Я готов поверить в пришельцев, но только не в тех, которые один к одному выглядят как инопланетяне из комиксов пятидесятих годов. Это – семиотические фантомы, осколки подспудных фантазий в рамках определенной культуры, которые откололись и обрели собственное бытие... Канзасским фермерам до сих пор постоянно видятся воздушные корабли Жюль Верна». Американский писатель У. Гибсон вложил эти слова в уста одного из героев своего рассказа «Континуум Гернсбека» [Гибсон, 2003, с. 280]. В них схвачена самая суть феномена: НЛО есть не что иное, как семиотические фантомы. Другими словами – знаки.

Миф – это принципиально семиотический объект: динамическая система знаков, их совокупность и когерентное сцепление. Возможности манипулирования массовым сознанием посредством порождения и распространения семиотических фантомов практически неограниченны. Однако в конечном счете знаки должны нести некий смысл. Что может означать семиотический фантом (знаковый объект, мем) под названием «НЛО»?

Скорее всего, Комиссия РАН по борьбе с лженаукой и фальсификацией научных исследований расценила бы это как возврат в Средневековье. Но, возможно, дело обстоит как раз с точностью до наоборот: уфологическая «пандемия» – индикатор наступающего «постчеловеческого будущего». Фрэнсис Фукуяма дал четкое определение этому

парадоксу: «Люди, конечно же, быстро сообразили, что эти два события – крах тоталитарных империй и возникновение персонального компьютера, равно как и других видов дешевых информационных технологий, от телевизора и радио до факса и электронной почты, – довольно тесно взаимосвязаны. Тоталитарное правление требует сохранения монополии режима на информацию, а современная технология, делая ее невозможной, подрывает мощь режима» [Фукуяма, 2004, с. 15].

НЛО-мифология, несомненно, продукт такого тотального медиа, как телевидение. Первое, признанное уже каноническим, сообщение об НЛО, привлекавшее массовое внимание общества к этому феномену, было сделано 24 июня 1947 г.

В этот день американец Кенес Арнольд летел на персональном самолете в штат Вашингтон. Зная, что в горах по ходу его маршрута недавно разбился военный самолет, Арнольд решил пролететь над этим местом, надеясь увидеть остатки самолета. В небе, над зоной аварии, он заметил девять странных дискообразных предметов. Они перемещались со скоростью 2700 км/час – немыслимой для тогдашней авиации.

Так был создан один из самых культовых семиотических фантомов, который стал стремительно распространяться. Принципиально важно, что этот процесс совпал с началом эры взрывного развития телевидения и электронных массмедиа.

Становление ТВ как тотального медиа привело к новым массовым мифам, которые стали распространяться с беспрецедентной скоростью. Так, в 1951 г. телевизионную аудиторию в США составляли лишь 9% домохозяйств, тем не менее ТВ уже приносило прибыль. К тому же зона его охвата стремительно расширялась и в 1960 г. включала в себя уже 87% американских семей. По данным на 1987 г., 87.4 млн американских домохозяйств имели телевизоры, из них 82.7 млн – цветные. На начало 1988 г. кабельным телевидением было охвачено 52% населения США.

Сегодня средний европеец проводит перед телевизором около 4 часов в день, американец – 4.5 часа, в то время как на общение с домочадцами уходит в среднем 14 минут [Киреев, 2006, с. 34].

В этой связи, на мой взгляд, симптоматична статистика, приведенная на одном из интернет-сайтов: по количеству наблюдаемых за год НЛО первое место в мире занимают США [Horror13.Ru].

### Хронология распространения феномена НЛО

**1950 год.** 94% жителей США верили в летающие тарелки.

**1966 год.** Согласно опросу Гэллага, свыше 5 млн жителей заявили, что сами видели летающее блюдце, а около 50 млн – почти половина взрослого населения США – верит в реальность НЛО.

**1968 год.** 40% опрошенных американцев считали, что НЛО – космические корабли с другой планеты.

**1977 год.** Очередной опрос показал, что не только половина взрослого населения США верит в НЛО, но и свыше 15 млн заявляют, что видели их.

**1992 год.** Согласно опросу Роуперовского центра, около 3.7 млн американцев заявили, что похищались инопланетянами.

**2003 год.** По данным Университета Вирджинии (Virginia Commonwealth University), 34% американцев считают, что «летающие тарелки» и привидения – не выдумки, а реальность.

Неудивительно, что именно Штаты – абсолютный лидер в изучении данного феномена. Причем эти исследования стартовали как раз в 1947 г. Одновременно в стране начались регулярные социологические опросы. В том же году образовалась Американская ассоциация исследователей общественного мнения. Годом ранее был организован Роуперовский центр общественного мнения, а в 1963 г. – служба Луиса Харриса по проведению общенациональных опросов. Знаменитый Американский институт общественного мнения, больше известный как Институт Гэллага, был основан несколько раньше – в 1935 г.

Жан Бодрийяр еще в 1968 г. писал по этому поводу: «От масс постоянно требуют, чтобы они подали свой голос, им навязывают социальность избирательных кампаний, профсоюзных акций, сексуальных отношений, контроля за руководством, празднований, свободного выражения мнений и т.д. На то, чтобы удержать эту массу в состоянии управляемой эмульсии и защититься от инерции ее неконтролируемой тревожности, тратится огромная энергия. Воля и репрезентация над массой уже не властвуют, но она сталкивается с напором диагностики, чистой пронизательности. Она попадает в безграничное царство информации и статистики... Отсюда эта бомбардировка массы знаками, на которую ей полагается отвечать подобно эху. Ее и исследуют методом сходящихся волн, используя световые и лингвистические сигналы, – совсем как удаленные звезды или ядра, которые бомбардируют частицами в циклотроне. На сцену выходит информация. Но не в плане коммуникации, не в плане передачи смысла, а как способ поддержания эмульсионности, реализации обратной связи и контролируемых цепных реакций...» [Бодрийяр, 2000, с. 30-31].

В качестве иллюстрации возможного социально-психологического «эха» подобной «бомбардировки знаками» приведу лишь несколько отрывков из серии объемистых писем, которые я получаю на протяжении десяти лет от некоего Сергея К. (орфография и пунктуация оригинала сохранены):

«В настоящее время земное человечество очень сильно переоценивает значение для цивилизации компьютерной техники и робототехники... В реальности это – подброшенная людям для их эксплуатации и закабаления, а также чтобы как можно дольше удерживать людей – как “кабанов на ферме” на планете и не выпускать в космос... Опасность компьютерной техники и робототехники связана с фактическим наличием невидимого разумного энергетического мира ненашей материальности средой обитания которого является космос (объекты этого мира присутствуют и в земной атмосфере), поскольку небольшие эфирные структуры этого мира могут подходить и подключаться к указанной технике, делая ее разумной и обладающей свойствами личности даже в современных ее моди-

фикациях – не говоря уже что для этих целей могут быть созданы специальные схемные блоки (такие блоки уже очень давно используют некоторые технические цивилизации – при этом были случаи восстания подобных “разумных машин” с гибелью большого количества представителей данных цивилизаций)!!! Серии фантастических кинобоевиков “Терминатор” неплохо демонстрируют идею таких “разумных машин” и чем она может закончиться для цивилизации».

Этот пример – очень фактурная иллюстрация к проблеме происхождения семиотических фантомов. Действительно, сюжет, когда человечество и окружающая нас действительность, вроде бы данная нам в ощущениях, всего лишь артефакт деятельности гигантского метакомпьютера, уже стал культовым. Свидетельство тому – феноменальный успех (и не столько коммерческий, сколько интеллектуальный) кибертриллера братьев Вачовски «Матрица»: «Matrix» (1999), «Matrix Reloaded» и «Matrix Revolutions» (2003). Первая «Матрица» стала первым же фильмом, чей тираж на DVD-носителях превысил миллион копий. Эту картину уже окрестили «фильмом онтологических ужасов».

Один из крупнейших американских специалистов по кинофантастике, профессор факультета кино, телевидения и цифровых медиа Университета Калифорнии (Лос-Анджелес, США) В. Собчак подчеркивает: «...американское фантастическое кино сформировалось как жанр с ясно различимым корпусом текстов лишь в 50-е годы XX века. Это жанр послевоенный и постмодерный» [Собчак, 2006, с. 106].

Фильмография того периода, сформировавшая канон фантастического кино вообще, выглядит весьма красноречиво в контексте рассматриваемой нами темы:

- «Тварь из другого мира» (The Thing from Another World), 1951, США;
- «Война миров» (The War of the Worlds), 1953, США;
- «Это пришло из космоса» (It Came from Outer Space), 1953, США;
- «Захватчики с Марса» (Invaders from Mars), 1953, США;
- «Земля против летающих тарелок» (Earth vs. Flying Sausers), 1956, США;
- «Вторжение похитителей тел» (Invasion of the Body Snatchers), 1956, США;
- «Я вышла замуж за космическое чудовище» (I Married a Monster from Outer Space), 1958, США;
- «Мозг с планеты Арус» (The Brain from Planet Arous), 1958, США.

Рассмотренные примеры показывают: мы сталкиваемся с последствиями синергетического воздействия двух современных средств коммуникации: «холодного» – телевидения, и «горячего» – кино<sup>6</sup>. Социальные последствия порой бывают весьма причудливыми.

<sup>6</sup> Классическая концепция «горячих и холодных средств коммуникации» предложена канадским социологом Маршаллом Маклюэном. «Есть основной принцип, отличающий такое горячее средство коммуникации, как радио, от такого холодного средства, как телефон, или такое горячее средство коммуникации, как кино, от такого холодного средства, как телевидение. Горячее средство – это такое средство, которое расширяет одно-единственное чувство до степени “высокой определенности”. Высокая определенность – это состояние наполненности данными» [Маклюэн, 2003, с. 27].

«В качестве одного из ведущих кинематографических жанров фантастика, кроме всего прочего, может похвастаться развитой фэн-культурой, сотнями тысяч активных поклонников, способных внести смятение в ряды американских социологов, зарегистрировавших во время одной из недавних переписей населения новую нацию джедаев» [Самутина, 2006, с. 69].

И это уже не только американский феномен. Последняя российская перепись населения 2002 г. зафиксировала появление не менее экзотичных социальных конструктов, например скифов – так записались в опросные листы 30 человек в Ростове-на-Дону, а группа пермских подростков из числа поклонников произведений Д.Р. Толкиена – хобби-тами и эльфами [Полян, 2004].

«Идентичность стала ценностью – тем более что рынок идентичностей агрессивно разрастается, – замечает Д. Драгунский. – Здесь и религиозные, и этнокультурные, и региональные, и партийно-политические, и стилевые, и даже игровые идентичности. К последним относятся разного рода “толкинисты” – в недавней переписи населения РФ около 200 тыс. взрослых людей самоопределились как “эльфы” и “гоблины”<sup>7</sup>. И так, семиотическим фантомам под силу сконструировать целую нацию. И даже не одну<sup>8</sup>.

## Правовые системы

Как отмечалось, есть еще один инструмент социального проектирования – создание правовых систем. Фактически любое законодательство – разновидность семиотического фантома, отличающаяся от последнего только одним: значительно большей выраженностью сознательного, т.е. собственно проектного, подхода. Но даже указанное обстоятельство отнюдь не гарантирует воплощения именно задуманной версии будущего.

Это очень обширная тема. Отметим только одну характерную особенность законодательного механизма социального проектирования – кумулятивность, т.е. даже в случае абсолютно точно рассчитанного (или угаданного) законодательства результаты его воздействия на социум могут проявиться лишь через десятки лет. Но зато изменения будут носить характерный вид массовых мгновенных вспышек эпидемических заболеваний.

Хорошая иллюстрация сказанному – известный феномен внезапного падения уровня преступности в США в 1990-х гг. Так, в 1992 г. в Нью-Йорк-Сити

произошло 2154 убийства и 626 182 тяжких преступления, основная часть – в беднейших предместьях Браунсвилл и восточный Нью-Йорк. Далее, в течение пяти лет здесь уровень преступности буквально рухнул: число убийств сократилось на 64,3% – до 770, а общее число преступлений уменьшилось почти наполовину – до 355 893 [Гладуэлл, 2006, с. 18-19].

Подобная картина наблюдалась и в других городах США. Известный американский экономист С. Левит считает, что «этим мы обязаны решению Верховного суда США, легализовавшего аборт в 1973 г. Нежеланные дети в среднем чаще совершали бы преступления, чем подростки, рождения которых родители желали». В доказательство он использовал статистику по количеству аборт и уровню преступности в различных штатах США<sup>9</sup>.

Нам осталось только выяснить, что делает те или иные способы социального проектирования собственными таковыми, что придает им феноменологическую легитимность.

Существует вполне объяснимый соблазн объявить любые артефакты материальной и информационной сферы жизни человека точкой кристаллизации «массовой “ритуальной” активности». Тем более это соблазнительно в эпоху, когда многие из этих артефактов уже чуть ли не официально рассматриваются как индексы и символы глобального общества.

Хороший пример – глобальная сеть ресторанов быстрого питания McDonald's, ставшая «красной тряпкой» для антиглобалистов. Однако изъятие этого элемента ничего не меняет в структуре социума: очень легко представить себе мир без ресторанов McDonald's. Что действительно образует новые техносциальные устойчивые структуры, так это сам принцип быстрого питания (fast food). Вот без него мир уже труднопредставим! Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть статистику заболеваний, связанных с избыточным весом.

Изъятие таких артефактов, как шариковая ручка (изобретена в 1930-х гг. венгерским журналистом Л. Биро) или канцелярская скрепка (автор – норвежский математик И. Валер, 1899 г.), повлечет такое потрясение социальных сетей, которое можно сравнить только со знаменитой «Ошибкой 2000» (ожидавшимися массовыми сбоями обработки дат в компьютерных системах при переходе в обозначении года с 1999 на 2000).

Именно способность порождать сетевые структуры – тот самый признак, отличающий эффективный, в смысле социального проектирования, гад-

<sup>7</sup> [http://www.newtimes.ru/artical.asp?n=3142&art\\_id=7802](http://www.newtimes.ru/artical.asp?n=3142&art_id=7802).

<sup>8</sup> В этом смысле другой вид семиотических фантомов, так называемые бренды (торговые марки, эмблемы), конструируют «нацию» глобальных масштабов – нацию конечных пользователей. К концу XX в. вложения в бренд составляли уже около трети всего бюджета большинства корпораций. Их усилия, судя по всему, не пропадают даром. Так, в 2006 г. компания Nargis Interactive предложила жителям США назвать торговые марки, под которыми, на их взгляд, продаются лучшие товары. Опрошенные должны были сами называть любимые им бренды, а не выбирать их из предложенного списка. Наибольшее количество голосов получила марка Sony (радиоэлектронные товары). На втором месте – Dell (компьютерная техника, США), на третьем – Coca-Cola (прохладительные напитки, США) [Washington ProFile, 2006].

<sup>9</sup> Исследование Университета Иллинойса в Чикаго показало, что ожирение сокращает срок жизни человека на 2-5 лет [Washington ProFile, 2005]. Эксперты считают, что эпидемия «тучности» непосредственно связана с распространением ресторанов fast food. По последним данным, которые приводились на конференции Международной ассоциации сельскохозяйственных экономистов в Австралии (2006 г.), число жителей планеты, страдающих ожирением, превысило число тех, кто недоедает. Сейчас избыточным весом или ожирением страдают более 1 млрд чел., в то же время систематически недоедающих в мире насчитывается около 800 млн [http://www.medportal.ru/mednovosti/news/2006/08/15/obese/].

жет, семиотический/законодательный фантом, от миллионов и миллиардов материальных и информационных артефактов, остающихся за пределами внимания социума.

Семиотических фантомов, создающих сетевые структуры (массовую «ритуальную» активность, «бессубъектное сообщество», «молекулярное», балансирующее устройство как внутренней, так и внешней политики), достаточно много. Но они все-таки вполне обозримы...

«В конечном счете, – приходит к выводу, анализируя закономерности развития такого рода сетевых структур, немецкий социолог Р. Хойслинг, – всякое формирование чего-либо на сетевом уровне можно возвести к импульсам/вмешательствам. Сети пластичны! Виртуозность при содействии их формированию может появиться лишь в случаях, если при формировании сетей мы будем вести себя активно. Ведь правила формирования сети могут узнаваться только методом проб и ошибок» [Хойслинг, 2003, с. 74].

В России традиционно главными сетевыми артефактами были природные условия и законотворческая деятельность государства. Пространство как артефакт (как гаджет, если угодно) формирует здесь семиотическое поле.

Более того, как отмечалось, за счет возникновения обратных связей само пространство, вернее его образ, становится семиотическим фантомом, который воспроизводится с удивительной устойчивостью. Этот процесс и порождает то сетевое семиотическое поле, которое называется «Россия».

По мнению отечественного географа Д. Замятина, наиболее важная особенность его развития «состоит в формировании и развитии российского пространства как своего рода “ментального продукта”, являющегося в известном смысле знаково-символической конвенцией господствовавших в российских сообществах социальных групп и их дискурсов» [Замятин, 2006, с. 351].

Таким образом, Россия – это некий аккумулятор пространства и одновременно фабрика по его производству.

Люди, живущие на этом гигантском пространстве, заняты предельно серьезным делом – обслуживанием семиотического фантома «Россия». Это может выражаться, например, в совершенно официальном госзаказе академической науке – разработать «национальную идею».

Бесполезно пытаться увернуться от этого семиотического фантома, ведь, по сути, мы сами его создаем. Что можно сделать в целях сознательного социального проектирования в таких условиях?

Попытаться в своем сознании переименовать семиотический фантом в сетевобразующий метагаджет.

Тогда и гаджеты меньшего масштаба, задающие новые локальные социальные сети, будут с легкостью «внедряться» в богатую русскую почву. А люди, проживающие под сенью семиотического фантома «Россия», оторвутся наконец-то от бесконечного строительства светлого будущего и займутся предсказанием настоящего времени. ■

- Андерсон Дж. К. Древнегреческая конница. СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2006.
- Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000.
- Бужилова А.П. Homo sapiens: история болезни. М.: Языки славянской культуры, 2005.
- Бутовская М.Л. Тайны пола. Мужчина и женщина в зеркале эволюции. Фрязино: Век 2, 2004.
- Гибсон У. Джонни-Мнемоник. Фантаст. роман, рассказы. М.: АСТ, 2003.
- Гладуэлл М. Переломный момент: как незначительные изменения приводят к глобальным переменам. М.: ИД «Вильямс», 2006.
- Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993.
- Ергин Д. Добыча. Всемирная история борьбы за нефть, деньги и власть. М.: ДеНово, 1999.
- Замятин Д.Н. Культура и пространство: моделирование географических образов. М.: Знак, 2006.
- Иголкин А.А. Источники энергии – экономическая история (до начала XX века). М.: Институт российской истории РАН, 2001.
- Кей Дж. Проект «Б»: Застольная экономика / Ведомости, 2006, 12 мая, №84 (1611).
- Киреев О. Поваренная книга медиа-активиста. Екатеринбург: Ультра.Культура, 2006.
- Контурь мирового будущего. М.: Изд-во «Европа», 2005.
- Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, «Кучково поле», 2003.
- Материалы сайта Horror13.Ru. <http://horror13.ru/news/2007-02-13-65>.
- Минго Дж. Секреты успеха великих компаний (52 истории из мира бизнеса и торговли). СПб.: ИД «Питер», 1995.
- Полян П. Подготовка, проведение и некоторые качественные итоги Всероссийской переписи населения 2002 года / Демоскоп Weekly, 2004, 19 апреля - 2 мая 2004, № 155–156.
- Плотинский Ю.М. Теоретические и эмпирические модели социальных процессов. Уч. пособие для вузов. М.: Логос, 1998.
- Рогов С. Евразийский проект России: новое измерение русской идеи / Независимая газета, 1996, 29 августа.
- Самутина Н. Фантастическое кино и проблема иного / Фантастическое кино: эпизод первый. Сб. статей. Под ред. Н. Самутиной. М.: Новое литературное обозрение, 2006.
- Собчак В. Города на краю времени: Урбанистическая кинофантастика / Фантастическое кино: эпизод первый. Сб. статей. Под ред. Н. Самутиной. М.: Новое литературное обозрение, 2006.
- Спутникский М.В., Спутницкая Н.С. Очерки истории чумы (в 2-х кн.). Кн. 1: Чума добактериологического периода. М.: Вузовская книга, 2006.
- Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее: последствия биотехнологической революции. М.: АСТ, ЛЮКС, 2004.
- Хойслинг Р. Социальные процессы как сетевые игры. Социологические эссе по основным аспектам сетевой теории. М.: Логос-Альтера, 2003.
- Эпштейн М. Знак пробела: о будущем гуманитарных наук. М.: Новое литературное обозрение, 2004.
- Washington ProFile, 2006, 16 июля, № 60 (691).
- Washington ProFile, 2005, 18 марта, №28 (546).