
И. А. ЛАТЫПОВ

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОБСТВЕННОСТИ НА ИНФОРМАЦИЮ В ВИРТУАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ

Философский анализ специфики заявленной темы становится востребованным в условиях информационной революции и развития многочисленных виртуальных сообществ. Востребованность анализа собственности на информацию связана также с тем, что ее формирование и развитие в общественных интересах может снизить уровень информационной бедности и улучшить качественные характеристики человеческой деятельности на основе использования сетевых синергетических эффектов самоорганизации виртуальных сообществ.

Все чаще проводятся междисциплинарные исследования различных процессов превращения информации в товар. Последовательное рассмотрение вопроса об усвоении/присвоении информации в современном обществе делает актуальным анализ вопроса: кто формирует представление о собственности на информацию и устанавливает его пределы, какие субъекты взаимодействуют в этом процессе? И вообще, может ли информация быть собственной, возможна ли собственность на информацию?

Этот вопрос ранее ставился только с познавательной, экономической или юридической точек зрения. С социально-философской же точки зрения собственность на информацию, за редким исключением¹, не рассматривалась и не могла рассматриваться как самостоятельный вид собственности (ранее она или включалась в интеллектуальную собственность, или рассматривалась на основе поверхностной аналогии с расширенным пониманием отношений собственности на материальные блага).

¹ Латыпов, И. А. Собственность на информацию как социально-философская проблема. – Ижевск, 2007.

Необходимость же социально-философской постановки проблемы собственности на информацию назрела именно в современных условиях по нескольким причинам. Прежде всего ставшее общепринятым (даже обыденным) понятие интеллектуальной собственности стало выражать не столько права интеллектуалов на их собственные творческие разработки, сколько права субъектов, вкладывающих деньги в эти разработки.

Без всякого сомнения, права субъектов, вкладывающих деньги в творческие разработки, права издателей и легитимных распространителей важны (без них результаты творческой деятельности не нашли бы потребителей, ценящих подобные разработки). Для защиты этих прав и необходимы общепризнанные понятия интеллектуальной собственности и авторского права. Расширение же содержания этих терминов для рассмотрения именно собственности авторов (интеллектуалов) на их творческие результаты работы с усвоенной информацией связано с введением в оборот понятия собственности на информацию. На мой взгляд, в современном информационном обществе анализ проблемы собственности на информацию является даже более важным по сравнению с исследованиями интеллектуальной собственности.

Однако понятийный аппарат для этих исследований еще не сформирован. Например, юристы отказываются признавать понятие собственности на информацию и даже не считают информацию объектом гражданских прав, несмотря на бурное развитие многих направлений экономической деятельности, основанных на различных операциях с информацией (хотя теоретически собственность на информацию можно считать нематериальным благом).

Вместе с тем в традиционном понятии собственности юридическая форма неотрывна от экономического содержания. В значительной степени это связано с тем, что для исследований отношений собственности были заложены прочные философские основания. Для собственности на информацию философские основания пока только предстоит заложить. Данная статья и нацелена на это.

Прежде всего отметим, что наряду с инструментальным использованием компьютерных технологий в коммуникативной деятельности и сетевой передачей информации стали формироваться виртуальные сообщества. «Под ними обычно понимается самоорганизующаяся электронная сеть интерактивных коммуникаций, объеди-

ненная вокруг общих интересов или целей, хотя иногда коммуникация становится самоцелью»². Виртуальные сообщества становятся, с одной стороны, способами социальной самоорганизации в условиях информационной цивилизации. С другой стороны, они становятся основой организации и развития собственности на информацию.

В данном исследовании выдвигается гипотеза о том, что развитие виртуальных сообществ дает возможность для развития собственности на информацию.

Однако традиционные трактовки информации недостаточны для характеристик заявленной темы. Необходима более адекватная сетевому обществу трактовка понятия информации. На основе теории дифференциации для информационной реальности³ возможна модификация категории информации с учетом ее социокультурной обусловленности.

Далее информация рассматривается как понятие, выражающее дифференциацию социальным субъектом новых свойств некоторых явлений или процессов, способную производить различие в последующих действиях.

Как же можно определить понятие собственности на информацию? Собственность на информацию является видом невещественной собственности, характеризующим уникальную форму объективного различения социальным субъектом определенных свойств некоторых явлений или процессов, способного производить различие в последующей общественной деятельности.

Способность производить различие в последующей общественной деятельности является наиболее важной для собственности на информацию. В самом деле, возможностей доступа социального субъекта к различным результатам освоения человеческого опыта, закрепленным в усвоенных и переработанных сведениях о различных явлениях и объектах, уже недостаточно (это характеризует лишь возможную собственность на информацию). Дело в том, что даже при имеющемся доступе к конфиденциальной информации невозможность ее использования делает собственность на информацию недействительной. Ситуация же отсутствия собственности на социально значимую информацию у какого-либо субъекта

² Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000. – С. 342.

³ Луман, Н. Реальность массмедиа. – М., 2005. – С. 34–35.

потенциально становится общественно опасной, поскольку это, как правило, происходит в случае крайней бедности и обостряет социальное неравенство.

Вместе с тем выявление новых различий в развитии собственности на информацию является выражением определенного социокультурного сдвига. Этот сдвиг, по А. Турену, характеризуется тем, что на смену прежним представлениям о социокультурной деятельности должно прийти понимание постоянного преодоления собственных пределов, ускользания от застывших догм, процессуальности общественных трансформаций. Такой сдвиг характерен и для изменений в понимании информационных отношений, и для общественных отношений в целом.

Эта ситуация характеризуется следующим образом. «Общество взорвано, с одной стороны, оно поглощено государственной властью, с другой – оно “отстает” (отставание скорее социальное, чем культурное) в отношении культурных трансформаций... “Общество” перестает быть объектом социологии, им становятся поведения и общественные отношения»⁴.

Различные явления собственности на информацию в современных условиях оказываются внутри социокультурного процесса. Таким образом, рассмотрение вопроса о перспективах развития собственности на информацию в современном обществе неразрывно связано с вопросом перспектив социокультурных процессов.

На основе введенного определения собственности на информацию возможно формирование нового подхода к анализу особенностей формирующихся виртуальных сообществ, например их информационной субкультуры. Для этого в качестве основания используется подход Мануэля Кастельса, исследующего информационную культуру в интернет-пространстве сетевого общества.

Она определяется этим исследователем как «культура, построенная на технократической вере в прогресс человечества под воздействием техники, принятая сообществами хакеров, развивающимися на основе свободного открытого технического творчества, внедренная в виртуальные сети, ставящие своей целью построение нового общества, и материализованная вдохновенными прибылью предпринимателями в творениях новой экономики»⁵.

⁴ Турен, А. Возвращение человека действующего. – М., 1998. – С. 16.

⁵ Кастельс, М. Галактика Интернет. – Екатеринбург, 2004. – С. 80.

В связи с этим информационная субкультура виртуальных сообществ может определяться как понятие, выражающее совокупность знаний, творческих способностей и навыков эффективного использования информации различных субъектов самоорганизующихся электронных сетей интерактивных коммуникаций, объединенных вокруг общих интересов или целей. Тем самым выявляются социокультурные качества понятия информации.

Эту дефиницию можно переформулировать, учитывая проведенную модификацию содержания понятия информации на основе конструктивистской методологии Н. Лумана. Тогда информационная субкультура виртуальных сообществ может быть охарактеризована как современный конструкт, выражающий сетевую структуру дифференциации новых коммуникативных потоков, способной производить различие в последующей социокультурной деятельности.

Другое из возможных направлений развития собственности на информацию определяется перспективами развития такого вида культурного капитала, как информационный.

Согласно исследованиям Бурдьё, основными видами капитала являются «экономический капитал в его различных формах, культурный капитал, а также символический капитал – форма, которую принимают различные виды капитала, воспринимаемые и признаваемые как легитимные. Таким образом, агенты распределены в общем социальном пространстве в первом измерении по общему объему капитала в различных его видах, которым они располагают, и во втором измерении – по структуре их капитала, то есть по относительному весу различных видов капитала (экономического, культурного...) в общем объеме имеющегося у них капитала». Проводя функциональный анализ поля интеллектуальной деятельности, П. Бурдьё вводит концепцию интеллектуальной деятельности как критики оппонентов на основе накопленного культурного капитала.

Формально понятие информационного капитала Бурдьё строго не определяет, однако его можно рассматривать как системообразующий вид культурного капитала или, более широко, как вид капитала в информационном обществе. На основе всего вышеизложенного строгое определение информационного капитала может быть дано следующим образом.

Информационный капитал – это понятие, выражающее такой вид капитала, который характеризуется совокупностью знаний,

усвоенных норм информационной культуры, творческих способностей и навыков эффективного использования информационных продуктов.

Неклассическое понятие духовной собственности фактически относится к теоретическим конструктам, предшествовавшим появлению понятия информационного капитала.

В современных условиях духовная собственность является видом собственности, характеризующим уникальную форму объективного выражения собственных духовных ценностей отдельных субъектов интеллектуальной деятельности и творческих коллективов в духовном производстве (и в производстве информации). Духовная собственность как один из факторов культуры в информационном обществе является одной из основ формирования информационной культуры.

Если вещная собственность выражает классический вид, а духовная собственность – неклассический, то собственность на информацию выражает постклассический вид отношений собственности. С другой стороны, в классических философских характеристиках отношения собственности сводились в основном к субъект-объектным отношениям, в неклассических – к субъект-субъектным, а постклассическая философия выявляет перспективы полисубъектных (сетевых) отношений собственности на информацию.

Ранее автором уже отмечалась возможность трактовки интеллектуальной собственности как вида духовной собственности. Аналогично собственность на информацию также может быть рассмотрена как вид духовной собственности. Интеллектуальная же собственность является юридически защищаемым видом собственности на информацию, характеризующимся признаками творческой новизны. Тем самым выстраиваются следующие родо-видовые соотношения: духовная собственность – собственность на информацию – интеллектуальная собственность.

Отношения собственности на информацию формируются в процессе возникновения различных информационных сообществ. Эти сообщества реализуют направление по созданию систем коллективной информационной безопасности как основного вида социальной защиты собственности на информацию.

В еще большей степени это направление дает возможности для сохранения и развития собственности на информацию, например

для собственности на оцифрованные продукты, несущие эстетическую информацию (фильмы, музыкальные произведения).

Примером эффективной деятельности в подобном направлении являются рекомендательные системы, позволяющие пользователям выбирать и оплачивать те информационные продукты, которые не просто лучше рекламируются и продаются, а те, которые способны удовлетворять информационные потребности пользователей. Основным критерием для них является качество. Тем самым развитие собственности на такую эстетическую информацию может способствовать улучшению качественных характеристик человеческой деятельности.

На смену отмеченной Гегелем возможности «овнешнения» духовной собственности в современном обществе пришла возможность «овнешнения» собственности на информацию. Эта возможность реализуется в превращении информации в товар, в прорывных результатах применения информационных технологий (ИТ), а также в тех следствиях информационной теории стоимости, которые характеризуют рост информационной составляющей в стоимостных оценках товаров. По сути дела, это означает реализацию имеющегося информационного капитала.

В свою очередь информационный капитал выражает возможность влияния в поле информационной деятельности.

Функционирование вышеупомянутых рекомендательных систем определяется процессированием того информационного капитала, которым обладают авторы произведений, оцениваемых в этих системах, и те социальные субъекты, которые готовы их оценивать. Выбор информационных продуктов осуществляется на основе рекомендаций пользователей с близкими информационными потребностями, определяемыми путем опросов. Важно, что опросы фиксируют не общий объем продаж, а различия удовлетворенности пользователей.

«Хотя процесс выработки рекомендаций опирается на добровольные платежи, все же, по сути, они представляют собой не дар, а экономически оправданную операцию. Во-первых, платежикупаются поставляемой взамен информацией о качестве, во-вторых, затраченные на сигнализирование средства могут сторицей вернуться плательщику, что придает этому занятию оттенок азарта.

Таким образом, денежные потоки рекомендательной системы частично закольцованы, и процесс полностью вписан в бизнес-схему»⁶.

Такие рекомендательные системы необходимы как альтернатива традиционному продвижению навязчивой рекламой цифровой продукции, которая обычно не удовлетворяет потребителей.

Рекомендательные же системы, напротив, акцентируют внимание на различиях качественных характеристик цифровой продукции.

Другой социально значимый результат формирования и развития рекомендательных систем наряду с дифференциацией объектов цифровой культуры заключается в формировании нового вида виртуальных сообществ.

Этот вид сообществ формируется в целях поддержки различных форм «беспосреднических коммуникаций художника с его поклонниками. Вполне вероятно, что люди будут рады перечислить экстраплатежи, зная, что те пойдут напрямую в адрес творцов. Так таланты смогут обрести в лице своих почитателей коллективного патрона, избавляющего их от пут бизнеса. Очистив акт дарения от латентных выгод, потребители обнаружат в деньгах наиболее свободную, бескорыстную и благотворную форму дара. В этом варианте дарения не будет ни скрытой меркантильности, ни эмоционального вампиризма, ни навязчивости...»⁷.

Такая форма оплаты результатов творческой деятельности может стать более привлекательной даже по сравнению с традиционными авторскими гонорарами для тех многочисленных субъектов интеллектуальной собственности, которые еще не могут на равных оговаривать условия и размеры выплат с социальными субъектами, вкладывающими деньги в обнародование их произведений. Таким образом, рекомендательные системы становятся основой виртуальных сообществ пользователей со схожими информационными потребностями.

К виртуальным сообществам относятся социальные сети и интернет-сообщества. В качестве примера можно рассматривать российские социальные сети moikrug.ru, odnoklassniki.ru, vkontakte.ru и другие. В глобальном информационном обществе примерами международных социальных сетей являются MySpace (более 100 миллионов членов), Orkut (более 32 миллионов), сетевое сообщество

⁶ Долгин, А. Б. Экономика символического обмена. – М.: Инфра-М, 2006. – С. 376.

⁷ Там же.

LinkedIn (более 20 миллионов), Xing (более 4 миллионов членов) и т. д. Еще более многочисленны представители субкультуры различных сообществ блоггеров, ведущих «сетевые дневники», содержащие большие объемы персональных данных. В целом же представляется возможным говорить уже не только о социальных, но и о социокультурных сетях.

Эти социокультурные сети можно привязывать к информационным сообществам (термин И. Масуды), развивающимся в межкультурных коммуникациях. Определенный интерес для философии представляет формирование виртуальных сообществ на стыке различных культур и цивилизаций. Например, саами, живущие на границе Финляндии, Норвегии и России, но не имеющие своего государства, благодаря собственному сайту создали виртуальное национальное объединение⁸. Основным требованием к информационной культуре в этом сообществе является знание языка и владение сетевыми технологиями. В целом различные виды сообществ, возникающих в полисубъектных сетевых коммуникациях, можно отнести к информационным сообществам.

Новые возможности развития информационных сообществ создают новые перспективы развития коллективной собственности на информацию. Эти перспективы открываются как для социальных, так и для индивидуальных субъектов, обретающих возможность коллективной поддержки приоритета их собственности на информацию.

Информационные сообщества как микросоциетальные субъекты, поддерживающие более или менее известных индивидуальных субъектов собственности на информацию, способны порождать различия в последующих произведениях этих субъектов. Кроме того, эти сообщества как коллективные наблюдатели способны защищать и процессы развития собственности на информацию индивидуальных субъектов с точки зрения постоянного подтверждения их приоритета и авторитета.

Итак, собственность на информацию не только теоретически возможна и необходима в условиях развития множества виртуальных сообществ в современном социуме, но и имеет определенные прецеденты в реализации.

⁸ Засурский, Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы Интернета // Информационное общество. – 2003. – № 5. – С. 37–41.