



УДК 130.2

МИРОВОЗЗРЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В.А. НОСКОВ¹⁾**Н.В. ЗАЙЦЕВА²⁾***Белгородский государственный
национальный исследовательский
университет*¹⁾ e-mail: noskov@bsu.edu.ru²⁾ e-mail: ringo_02@mail.ru

В статье дается экзистенциальный срез мировоззрения человека информационного общества. В этой связи обозначаются и анализируются гносеологическая, конвективная, поведенческая составляющие проблемы трансцендирования с учетом общемировой тенденции информатизации современного жизненного пространства.

Ключевые слова: мировоззрение, экзистенция, информация, трансцендирование, знание, убеждение, социальное поведение.

Происходящие в наши дни процессы небывалого взлета научно-технической мысли, глобальных и вместе с тем радикальных социально-экономических, политических, экологических, духовных преобразований, изменений и трансформаций задают фон, или, если угодно, своеобразный контекст того, что в свое время было обозначено в философии как *экзистенция* – переживание человеком своего «бытия-в-мире», обусловленное обстоятельствами «чуждости», «враждебности», «непредсказуемости» окружающего мира по отношению к существованию человека, делающего последнего, зачастую помимо его желания и воли, «свободным», но одновременно ищущем «точку опоры», являющейся в этой связи своеобразной панацеей от «бремени свободы», т.е. от того, на что изначально обречен человек, но чему он не рад, ибо здесь его пугает перспектива быть на «переднем крае борьбы», нести постоянную ответственность за свое обустройство в этом мире.

Можно сказать, что в какой-то степени бремя этой ответственности нивелируется трансцендированием – апелляцией человека к *потустороннему бытию*, представленному «высшими» идеалами, ориентирами и ценностями, что, в какой-то степени, порождает у него ощущение снятия с себя обязательства отвечать за все, что происходит в реальности, к которой он принадлежит, иными словами, реальности, воплощающей мир *посюстороннего бытия*. Причем, сама апелляция к «высшему» аксиологическому миру имеет мировоззренческую подоплеку, ибо, во-первых, ценности являются *ядром мировоззрения*, его своеобразным стержнем, на который «нанализывается» проблемное поле познающего и преобразующего мир субъекта и, во-вторых, лишь будучи «облеченными» (глубоко усвоенными) они в реальности, так сказать, де-факто, становятся *духовными регуляторами* по отношению к многообразным направлениям, формам и способам социальной активности.

Однако данный ключевой момент существования человека следует рассматривать не абстрактно, а конкретно, т.е. с учетом цивилизационных, исторических, страноведческих и иных обстоятельств и контекстов. Ведь одно дело, апелляция к «состоявшемуся» в ценностном отношении миру и другое – к миру «трансформирующихся» ценностей.

Как представляется, первый сценарий применим к *традиционному обществу*, в котором четко обозначены основополагающие ценности (правила игры), приобретшие легитимный статус и ставшие реальной регулятивной силой как на макро-, так и на микро-уровне социальной жизни. Второй же сценарий накладывается на *инновационное общество*, характеризующееся в определенной степени состоянием аномии (Э. Дюркгейм), или, выражаясь по другому, состоянием перехода от одних ценностных предпочтений к другим, что сродни ценностно-нормативному вакууму, в котором



оказывается общество, а равно и составляющие его социальные общности и отдельные индивиды.

Применительно ко второму сценарию уместно использование понятия «информационное общество», которое во второй половине XX века, благодаря трудам Ю. Хаяши, Ф. Махлупа, Умесао, М. Пората, Й. Масуда, Т. Стоуньера, Р. Карца и др., обрело статус широко распространенного и признаваемого всеми средства познания и осмысления новой реальности, в которой оказалось человечество в XX веке. Причем, если изначально, т.е. в 60-70-е годы прошлого столетия информационное общество в лице информационных технологий и средств телекоммуникации трактовалось как «филиал», «довесок», «дополнение» гражданского общества, то в дальнейшем данный феномен стал интерпретироваться в качестве самодостаточной реальности, или, если угодно, детерминанты, определяющей в решающей степени социально-экономические, политические, культурные и иные характеристики общества.

Действительно, обозначенная в рамках второго сценария понятийная корреляция вполне оправдана, так как она ориентирует на отражение того, что де-факто сложилось в современной реальности, а именно, того, что инновация и информация идут рука об руку, поскольку ускорение общественного развития невозможно без движения информационных потоков, являющихся своеобразными кровеносными сосудами данного процесса, равно как и беспрепятственное движение информации немислимо в обществе, подверженном традиционалистским искушениям постоянно апеллировать к «прошлому», «опыту предков», «простонародной старине» или чему-то в этом роде. В результате подобного симбиоза современный социум являет собой глобальную информационно-коммуникационную среду, представленную спутниковой связью, цифровым телевидением, мобильной сетью, интернетом, новыми компьютерными системами здравоохранения, дистанционным обучением, центрами научной, управленческой деятельности и т.д., которые обеспечивают возможность обмена информацией между любыми субъектами среды.

Одновременно это означает, что процессы информационного развития общества кардинально влияют на духовный мир человека, трансформируя по большому счету его мировоззренческие ориентации. Как известно, мировоззрение есть интегральное образование, сводящее воедино три блока духовно-практического освоения человеком мира: (1) знания; (2) убеждения; (3) поведение. Каждая из этих составляющих реализует свое фундаментальное предназначение: *отражать* реальность (знания); *задавать отношение* к реальности (убеждения); *ориентировать на включенность* субъекта в окружающий его мир (поведение).

В свете обозначенной выше посылки, *исходным элементом* мировоззрения являются *знания*, причем, именно обобщенные знания – повседневные, профессиональные, научные. Чем солиднее запас знаний в ту или иную эпоху, у того или иного народа или отдельного человека, тем более серьезную опору может получить соответствующее мировоззрение.

Знания мировоззренческого плана неизбежно «подпираются» *убеждениями*, ибо вне последних они «зависают», становятся лишь формальным обрамлением социальной активности человека, но никак не реальной силой, основой и фактором его самовыражения. Отсюда вытекает, что убеждения есть *ядро мировоззрения*, придающее последнему определенность, прочность и устойчивость по отношению к возмущающим воздействиям внешнего мира (Т. И. Ойзерман).

С точки зрения эмоционально-волевого (иррационального) отношения человека к миру убеждения нередко отождествляются с верой, что в определенной степени оправдано. Вместе с тем, если исходить из противопоставления рационализма и иррационализма как типов мировоззрения, то вырисовывается следующая специфика этих духовных феноменов: убеждение востребует логически обоснованное и практически подтвержденное знание, а вера – нет¹. Однако, признавая смысловую спецификацию веры и разума, нельзя игнорировать очевидный факт их тождественности, обусловленный заряженностью того и другого на трансформацию знаний в ценности,

¹ См.: Радугин А.А. Философия. – М., 1995. – С.187.

или, если угодно, придание статуса бытия (реальности) ценностно «отягощенным» знаниям», ибо без этого по большому счету невозможно капитальное обустройство человека в мире. В данной связи убеждение (вера) – ключевое звено, связующее абстрактные (в форме знания) и конкретные (в форме поведения) проявления социальной активности человека.

В русле развиваемого авторами подхода *венцом*, или, если угодно, верхушкой айсберга под названием «мировоззрение» является *социальное поведение*, которое обычно определяется через поступки и действия индивидов и групп в обществе, зависящие от социально-экономических факторов и господствующих норм². Вместе с тем, обозначая детерминанты социального поведения необходимо, на наш взгляд, наряду с уже указанными социально-экономическими факторами учитывать также роль духовных факторов, концентрированно выраженных в убеждениях (верованиях) индивидуальных и коллективных субъектов социальной жизни. В рамках выше обозначенной мировоззренческой триады поведение есть своего рода лакмусовая бумажка, позволяющая судить о мировоззрении конкретных его носителей – отдельных индивидов, социальных групп, общества в целом.

Мировоззрение является основой, средством и способом самовыражения человека в мире, что, опять-таки можно вычислить, идя, так сказать, в обратном направлении, т.е. отталкиваясь от поведения человека, а затем переходя к анализу того, что представлено в его сознании, а именно, убеждений, переплавленных в знания, получающих, в свою очередь, реализацию в соответствующих поведенческих актах. В итоге получается замкнутый круг, который мало что дает в эвристическом плане, ибо здесь ключевые составляющие мировоззрения как бы положены на один уровень, что затрудняет выявление того, какие из этих составляющих «первичные», т.е. исходные, а какие – «вторичные», т.е. производные.

Как уже отмечалось выше, будучи ядром мировоззрения, убеждения, несомненно, имеют статус первоосновы («субстанции») любой мировоззренческой конструкции, определяющей природу, вектор развития и фундаментальное предназначение последней. Но убеждения существуют не сами по себе, а нуждаются в корреляции, соотношении с миром ценностей, что ориентирует на выявление ролевого предназначения того и другого: первое – это логически выраженная воля, а второе – это то, ради чего порождаются, стимулируется и развиваются соответствующие волевые качества человека. Причем, диалектика взаимосвязи этих социальных качеств человека – волюнтаристских и аксиологических – такова, что они переходят друг в друга, когда, например, цель, представленная ценностью, становится средством, и наоборот. Результат подобного взаимного перехода таков, что «ценностное восприятие действительности порождает и мотивацию действий и поступков, основанную на ценностных отношениях, дополняющую и обогащающую мотивацию, основанную на потребностях и интересах»³.

Обозначенные выше общие теоретико-методологические посылки необходимо «преломить», т.е. сориентировать на выявление особенностей мировоззрения человека информационного общества. А отправным моментом в анализе данного вопроса является, на наш взгляд, то, что информационное общество является в некотором роде *провокатором дефицита духовности*, воспроизводящим социальные условия, способствующие принижению, нивелированию стремления человека к трансцендированию – прорыву, выходу, перескакиванию за рамки наличного бытия в целях приобщения к «потустороннему» и, следовательно, к более «совершенному» бытию. Исходя из того, что дефицит духовности, или, выражаясь по-другому, засилье «посюсторонних» ценностей есть атрибут информационного общества, можно обозначить следующие формы проявления данной проблемы, каждая из которых привязана к соответствующей составляющей мировоззренческой триады.

(1) *Информационное общество как провокатор «поверхностного» мировоззрения (когнитивный аспект)*. В условиях информационного общества, как это ни странно, актуализируется *проблема дефицита знания*. В философии науки обще-

² См.: Социальное поведение // <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D1%E1>.

³ Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М., 1986 – С. 165- 166.



признанным стало положение, согласно которому информация не тождественна знанию, точнее, информация автоматически не превращается в знание. Это превращение возможно лишь при условии «приватизации» информации субъектом, а именно, тогда, когда информация отвечает синтаксическим (законам соединения слов и строения предложений), семантическим (смысловым) и прагматическим (востребованности социальной практикой) характеристикам⁴. Если обозначенные выше три момента не стыкуются, то информация выступает для субъекта как *terra incognita*, т.е. становится для него потенциальным (заученным), а не актуальным (усвоенным) знанием. Информационное общество называется таковым в силу того, что здесь информация становится субстанцией его бытия, что, однако, в силу очерченных выше моментов, не гарантирует наличие в таком обществе большого числа людей, которых можно считать «знатоками» или теми, кто не поступится своими «убеждениями» в деле реализации своей социальной миссии. Парадокс данной ситуации в том, что здесь информации «вообще» много, а информации «в частности» мало, ибо не вся информация получает интеллектуальное, моральное и иное «облучение» со стороны воспринимающих и потребляющих ее социальных субъектов и, следовательно, становится реальной силой, способной управлять обществом. Отсюда гипотетическим императивом (по терминологии И. Канта) информационного общества становится обращение к каждому требование – *быть информированным*, но никак не требование – *быть знатоком*.

(2) *Информационное общество как провокатор «конъюнктурного» мировоззрения (конвективный аспект)*. Мировоззрение типичного человека информационного общества в первую очередь определяется не возвышающими (ценности), а низводящими (интересы) его духовное бытие факторами. Иными словами, оно жестко привязано не к фундаментальным ценностным ориентирам, а к *актуальным жизненным ситуациям*, в рамках которых человеку приходится обозначать, реализовывать и защищать свои интересы. Это остро продуцирует *проблему трансцендирования*, т.е. того, что означает апелляцию, обращение человека к миру, стоящему вне конъюнктуры сиюминутных социальных и исторических обстоятельств. Однако по самой своей природе информационное общество востребует в качестве первичного бытия «имманентное», а не «трансцендентное»: сам динамизм процессов информатизации общества до такой степени погружает человека в омут проблем «текущего дня», что у него просто не остается времени на приобщение к проблемам высшей метафизики – разрешения противоречий на пути достижения высших, вечных, фундаментальных ценностей/ориентиров/идеалов.

(3) *Информационное общество как провокатор «адаптационного» мировоззрения (поведенческий аспект)*. В рамках информационного общества социальное поведение пронизано духом адаптации, так как приспособление к быстро изменяющимся обстоятельствам, процессам, контекстам становится для человека залогом его социального выживания (программа-минимум) и социального благополучия (программа-максимум). Но адаптация атрибутивно отрицает пассионарность как доминирующий способ выражения социальной воли, ибо сама атмосфера «когнитивного дилетантизма» и «духовной приземленности» информационного общества воспроизводит и подпитывает данную поведенческую установку. В итоге личность пассионария (по терминологии Л.Н. Гумилева) становится скорее маргинальной, нежели знаковой фигурой социального творчества.

Резюмируя все выше изложенное, можно констатировать, что динамика мировоззренческого бытия в условиях информационного общества подчиняется цепной реакции, когда *информация не может сформировать убеждения, а последние не реализуются в соответствующем социальном поведении*. В результате мировоззрение типичного его носителя воплощает собой поверхностное отношение к миру, а именно, сводится к *реакциям* на те или иные ситуации, факты, процессы, считающиеся властными структурами (государством, СМИ и т.д.) актуальными, получившими оформление в «общественных запросах», «общественных ожиданиях», «общественных дискуссиях» и других формах выражения «мнения народа». Для «адекватных ответов» на подобного рода социальные

⁴ См: Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М., 1986. – С.624; Философский энциклопедический словарь. – М., 1983. – С. 217.

вызовы значимость приобретает именно информация, но никак не знание, которое по сравнению с информацией менее конъюнктурно и, следовательно, ориентирует типичного социального субъекта не только на реакции, но и на акции по отношению к тому, что «в фокусе внимания» общества и власти и, следовательно, олицетворяет срезы/аспекты/фрагменты социальной реальности, считающиеся «значимыми», «актуальными», «модными» и т.д. В конечном счете дефицит знания оборачивается дефицитом убежденности, а дефицит убежденности закономерно ведет к дефициту пассионарности – стремления служить высоким социальным целям и идеалам. Подобные социальные метаморфозы являются своеобразной визитной карточкой информационного общества с его неотъемлемым духовным антуражем – мировоззрением, для которого характерны такие черты, как: *во-первых, поверхностный характер*, когда акцентировка делается на определение, поиск, вычисление мега (гега) байтов информации, но не на выявление и постижение ее смысла – знания; *во-вторых, конъюнктурный характер*, когда убеждения подменяются «доминирующими», «модными», «распространенными» и тому подобными мнениями, наносящими по большому счету ущерб духовной самостоятельности субъекта; *в-третьих, адаптационный характер*, когда пропагандируется и стимулируется реактивное, приспособительное поведение в ущерб пассионарному (активному) поведению.

Таким образом, если применить к характеристике мировоззрения информационного общества кибернетическую логику, то вырисовываются три ключевых момента: «вход» – бездуховность как визитная карточка социума и воплощающих его социальных групп, персоналий и типажей; «процесс» – отторжение «знаний», «убеждений», «пассионарного поведения» как ключевых составляющих мировоззрения; «выход» – экзистенциальный кризис как воплощение «дилетантизма» (поверхностных знаний), «приземленности» (прагматических убеждений), «приспособленчества» (реактивного поведения).

Разумеется, выше изложенные мировоззренческие характеристики формирующиеся на наших глазах информационного общества не являются очевидной духовной доминантой современной жизни хотя бы потому, что они генетически вырастают из аналогичных (по форме) характеристик *гражданского общества* и поэтому, скорее, не сменяют последние, а сосуществуют с ними, выражая общемировую тенденцию информатизации современного жизненного пространства человечества. Но данный процесс, несомненно, пронизан противоречиями, что налагает на исследовательскую мысль задачу его корректного очерчивания, понимания и диагноза и, соответственно, поиска путей и способов разрешения заключенных в нем проблем и противоречий.

Список литературы

1. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986.
2. См: Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1986; Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983.
3. Радугин А.А. Философия. – М.: Владос, 1995.
4. Социальное поведение // <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D1%E1>

THE OUTLOOK OF THE MAN OF THE INFORMATION SOCIETY: EXISTENTIAL ASPECT

V.A. NOSKOV¹⁾
N.V. ZAITSEVA²⁾

*Belgorod National
Research University*

¹⁾ e-mail: noskov@bsu.edu.ru

²⁾ e-mail: ringo_02@mail.ru

The article analyses the existential aspect of the outlook of the man of the information society. In this respect the authors discuss the transcendental problem as the integrity of the epistemological, convectional and behavioral composition.

Key words: outlook, existential, information, transcendent, knowledge, convection, social behavior.