

УДК 124.5 + 130.2 + 141.319.8

Игорь Сухина

## КУЛЬТУРА ИНФОРМАЦИОННОГО ТИПА: КОНТУРЫ ФИЛОСОФСКОЙ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ

*В статье представлены философский анализ и осмысление феномена культуры информационного типа, содержащие его понятийное определение, рассмотрение его сущности и специфики, тенденций и перспектив. Анализ культуры информационного типа осуществляется с учетом основных положений теорий постиндустриального и информационного общества, а также общей теории информации и информационного понимания культуры.*

**Ключевые слова:** культура, культура информационного типа, информация, информационное общество, социокультурная коммуникация, компьютерные технологии, средства массовой информации.

### ***I. Suhina. Culture of information type: contours of the philosophical conceptual analysis***

*In article are presented the philosophical analysis and judgment of a phenomenon of culture of the information type, containing its conceptual definition, consideration of its essence and specificity, tendencies and prospects. The analysis of culture of information type is carried out taking into account substantive provisions of theories of a postindustrial and information society, and also the general theory of the information and information understanding of culture.*

**Keywords:** culture, culture of information type, the information, information society, social and cultural communications, computer technologies, mass media.

### ***I. Сухина. Культура інформаційного типу: контури філософської концептуалізації***

*У статті представлені філософський аналіз і осмислення феномену культури інформаційного типу, що містять його понятийне визначення, розгляд його сутності й специфіки, тенденцій і перспектив. Аналіз культури інформаційного типу здійснюється з урахуванням основних положень теорій постін-*

*дустріального й інформаційного суспільства, а також загальної теорії інформації й інформаційного розуміння культури.*

**Ключові слова:** *культура, культура інформаційного типу, інформація, інформаційне суспільство, соціокультурна комунікація, комп'ютерні технології, засоби масової інформації.*

Вторая половина XX века, связанная с интенсификацией выпестованного новоевропейской культурой научно-технического прогресса, оказалась отмеченной информационной революцией (60 – 80-е гг.), на основе которой сформировался феномен современной модернизированной культуры и в наиболее высокоразвитых странах (США, Евросоюз, Япония) вызрел новый исторический тип социокультурной реальности – информационное общество.

Научно-техническим основанием информатизации стало создание в 50-х гг. XX столетия (на базе научных разработок в области радиотехники и электроники) и широкое применение в исследованиях, производстве и управлении новых электронно-вычислительных машин. Это было началом передачи технике логических функций человеческого мышления. С появлением ЭВМ (ставших технической подоплекой кибернетики) начинается история технических средств, выполняющих наиболее сложные функции производительной деятельности человека – функции принятия решений. На базе программно-управляемых ЭВМ в 70-х гг. XX века были созданы компьютерно-информационные (микропроцессорные) технологии, оказавшие революционное влияние на социокультурную жизнь, причем в глобальном масштабе. Информатизация современного общества как раз и оказалась связанной с широким внедрением компьютеров и компьютерных сетей в соединении с технически совершенными средствами связи или коммуникации.

В наиболее технически и экономически высокоразвитых странах мира был создан новый – информационно-индустриальный комплекс, который включает: электронно-вычислительное машиностроение, микроэлектронную промышленность, массовое производство электронных средств связи и самого разнообразного бытового оборудования; этот современный комплекс отраслей промышленности и сервисной сферы услуг ориентирован на ин-

формационное обслуживание как общественного производства, так и личного потребителя.

Компьютерно-информационные технологии, которые американский социолог А. Тоффлер номинировал “интеллектуальными”, стали уникальным средством автоматизации интеллектуальной деятельности человека. Если связанные с НТП средства механизации и автоматизации производительной деятельности касались сферы материального труда человека, заменяя работу его рук, то информатизация (на основе ЭВМ и компьютеров) затронула сферу человеческого мышления, интеллекта; так, начинаются научные разработки в области “искусственного интеллекта”, рассматривающиеся как возможность информационной трактовки самого человека и его деятельности. Вследствие информационно-компьютерной революции информационные возможности современной социокультурной жизни не только возросли многократно, но стали просто несопоставимыми с “до-компьютерной эрой”. Как отмечает канадский философ М. Мак-Люэн “в современную электронную эпоху мы видим себя существующими таким образом, что нам приходится переводить все больше и больше всего, связанного с нашим существованием, в форму информации, движущейся к технологическому расширению сознания” [4, с. 64]. При этом, по словам немецкого философа Ю. Хабермаса, “информация расширяет могущество человека в техническом управлении миром” [10, с. 313].

В процессе информационной революции, активизировавшейся в 70-х – 80-х гг. XX века (в связи с компьютеризацией, появлением разветвленных информационных систем и т. д.), в ареале западной модернизированной культуры произошел переход к новой – постиндустриальной эпохе, к новому типу социокультурной реальности, который американский социолог Д. Белл назвал “постиндустриальным обществом”, а японский социолог И. Масуда – “информационным обществом”; само понятие “информационного общества” Масуды указывает на основной стратегический ресурс современного и грядущего общества – информацию. При этом идущую на смену развитому индустриальному обществу, новую постиндустриальную социокультурную реальность отличает: 1) комплексная автоматизация и информатизация производства и управления (связанная с развитием ЭВМ, микропроцессоров, информатики, робототехники); 2) рост производительности труда,

решение на базе высокотехнологического арсенала наукоёмкой экономики проблемы массового производства товаров широкого потребления, переход от товаропроизводящей – к сервисной экономике; 3) децентрализация и деконцентрация в производстве, сочетающиеся с сегментацией и разнообразием рынка товаров и услуг (что предоставляет возможность быстрого реагирования на изменение рыночной ситуации); 4) становление “общества изобилия” с преобладанием в нем третичного сектора экономической деятельности – сервисной сферы обслуживания; 5) рост значения информации и постепенное утверждение нового информационного сектора экономики, следующего за сельским хозяйством, промышленностью и экономикой обслуживания (возникает целая инфраструктура по переработке, хранению и передаче информации); 6) рост значения интеллектуальной деятельности, направленной на переработку информации; 7) широкое/массовое использование электроники и компьютерных технологий, их проникновение практически во все сферы социокультурной жизни; 8) бурное развитие технических средств массовой коммуникации (масс-медиа); 9) рост значения образования, знания и социальной роли университетов как “индустрии знаний”, центров развития науки, социального планирования и инноватики; 10) рост социального влияния ученых, специалистов, высококвалифицированных менеджеров, и структурирование общества по профессиональному признаку (возникновение нового лидерства, основанного на интеллектуальных талантах, специальной подготовке, научных знаниях); 11) дальнейшая демократизация социокультурной жизни на основе либеральных ценностей и широкого доступа к информации; 12) превращение прогрессирующих новейших (компьютерных) технологий в главный инструмент принятия управленческих решений; 13) всемерная поддержка обществом НТП, его апология в сфере общественного мнения, и соответствующая этому – сциентистская парадигма культуры.

В социально-экономическом плане постиндустриализм обнаруживает тенденцию перехода от доминирования сферы обслуживания (ранняя стадия, связанная с комплексной автоматизацией производства и управления) к преобладанию информационно-перерабатывающей деятельности (зрелая или развитая стадия, связанная с тотальной компьютеризацией производства и управ-

ления, с информатизацией общественного производства и общественной жизни, со становлением глобального киберпространства компьютерных сетей, пользователями которых являются сегодня уже более миллиарда человек).

Учитывая всеохватывающий, всепроникающий характер влияния современного этапа НТП на социокультурную жизнь в целом (особенно – в плане ее информатизации), радикальные изменения в ней происходящие, можно говорить о становлении нового варианта модернизированной культуры – культуры постиндустриального типа; во всяком случае, такое наименование вполне адекватно по отношению к особенностям и тенденциям развития современной культуры в условиях НТП. А принимая во внимание возможности и перспективы развития современной культуры (в условиях информатизации социокультурной жизни) следует говорить о культуре информационного типа.

Культуру информационного типа надо понимать как информационно-коммуникативную сторону жизнедеятельности современного общества, его функций, которая выступает базовым механизмом и определяющим фактором присущих обществу социальных связей, отношений и взаимодействий. Культура информационного типа является сердцевинной информационного общества как иницируемого современными компьютерно-информационными технологиями социального пространства интересубъективных коммуникаций. В широком смысле она представляет собой воплощающуюся в социокультурных процессах совокупность всех видов информационно-коммуникативной деятельности; при этом она опирается на массовое привлечение человека к наиболее эффективным и совершенным средствам информации, коммуникации, к новым информационным технологиям, что становится неременным условием социализации личности как субъекта культуры и социальной жизни. В предельном своем выражении культура данного типа осуществляет репрезентацию человеку действительности как информационного процесса. Ее типичным продуктом является интернет – глобализирующаяся международная компьютерная сеть электронной связи-коммуникации, которая объединяет и инкорпорирует в себя региональные, национальные, локальные и др. сети, обеспечивая постоянное увеличение и улучшение обмена информацией.

В узком смысле культура информационного типа является собой систему информационного воспитания и образования как способ эффективного усвоения присущего обществу культурного наследия и достижений с целью оптимальной социализации или инкультурации человека как личности и его специальной или профессиональной подготовки. Основой информационной культуры личности (как пролонгации данной культуры на индивидуально-личностном уровне человеческого бытия) являются знания об информационной среде в ее социокультурном содержании, о ее возможностях, принципах и закономерностях ее функционирования, перспективах развития, а главное – умение ориентироваться в “расширяющемся мире” современной информации.

В материально-технологической модальности культура информационного типа удостоверяет информационную инфраструктуру современного общества, с технико-технологическим арсеналом ее коммуникативных средств (технико-технологических средств массовой коммуникации). В содержательном плане она представляет собой актуальную или значимую, обладающую определенной ценностью, информацию, которая выступает предметом и содержанием социокультурной коммуникации. При этом основной содержательной единицей социокультурной коммуникации является сообщение – моноаспектная информация о чем-либо или текст – комплексная информация о многих или нескольких существенных аспектах чего-либо. С семантической точки зрения (от греч. “*semantikos*” – означающий) любой культурный артефакт как объект или процесс искусственного происхождения обладает значением или спектром значений и соответственно – символическими свойствами, и в силу этого выступает в качестве культурного текста (несущего информацию о себе и своем социокультурном контексте). Потому вся культура как системная совокупность артефактов, образующих предметный мир человеческого бытия, и каждый ее артефакт в отдельности, выступает средством социокультурной коммуникации. По словам М. Мак-Люэна “культурная среда сама представляет собой информационное послание” [5, с. 26]. Вместе с тем культура (информационного типа) как особое, корреспондентное творческому и человекотворческому содержанию самого этого понятия качество транслируемой информации и информационной репрезентации всей доступной человеку дей-

ствительности, выступает также и целью социокультурной коммуникации, через которую она обретает свое адекватное – конструктивное, творчески-предметное выражение.

Инспирируемая культурой информационного типа социокультурная коммуникация обретает признаки явления системного порядка с определенной иерархией средств информационного коммуницирования: культурная форма артефактов, выражающая их значения; сообщение; текст; специализированная культурно-семантическая информационная подсистема (сфера опыта, отрасль знаний или деятельности в ее информационном аспекте); локальная культурно-семантическая информационная подсистема (этническая культура, национальный язык); международная или глобальная культурно-семантическая система (интернациональный специализированный язык обмена информацией). Причем эта социокультурная коммуникация в условиях информационного общества выступает не только средством социокультурного взаимодействия, но и самой его действительностью, имеющей процессуальный характер.

В содержательном плане инспирируемая культурой информационного типа социокультурная коммуникация может быть дифференцирована на следующие четыре основных информационных направления:

– *ориентационное* (помогающее человеку как пользователю информации ориентироваться в мире информации, в структуре социокультурного топоса, социализирующее индивида в сообществе его жизнедействий, формирующее его ценностно-мировоззренческие ориентации, критерии оценочных суждений);

– *мотивационное* (воздействующее на мотивационные основания и начала социально-культурной активности людей, актуализирующее знания человека об окружающей действительности и их современную интерпретацию, знания о технологиях и нормах деятельности, стремление к получению новых знаний для удовлетворения его притязаний и для социокультурной субъектности);

– *инновационное* (приобщающее человека как пользователя информации к новым знаниям о явлениях природной и социокультурной действительности, о технологиях осуществления какой-либо деятельности, актов поведения и взаимодействия, о языках и средствах социокультурной коммуникации, обучающая его социокультурному опыту сообщества или человечества и т. д.; сам

инновационный характер культуры информационного типа требует постоянного повышения квалификации, обновления знаний, освоения новых видов деятельности и реформатирования имеющихся, – в этой связи особенно важна идея постоянного образования, обучения в течение всей жизни);

– *коррекционное* (производящее необходимую коррекцию, корригирующее, уточняющее и обновляющее отдельные параметры обозначенных выше видов ориентиров, мотивационных детерминант, инновационных знаний и тем самым осуществляющее их адаптацию к конкретным целям и условиям применения).

Причем подлинно культурную специфику (если понимать культуру в традиционном, а точнее – все-временном смысле) данная информационная социокультурная коммуникация приобретает постольку, поскольку регулирует ценностно-мировоззренческие представления людей об уровне и критериях социально-нравственной приемлемости тех или иных способов осуществления любого вида деятельности, оценок и смысложизненных позиций, чем и определяется функциональная нагрузка этих знаний и представлений в обеспечении социально-коммуникативного взаимодействия людей в обществе. Так, само понятие “информация” (лат. “informatio” – разъяснение, изложение, осведомление) как термин обыденного языка, относящийся к познавательной и собственно коммуникативной сферам человеческой жизнедеятельности, обозначает совокупность актуальных сведений о каких-либо событиях, фактах. Однако если говорить об информации в культурном смысле, то на первый план выходит ее содержание, и эта содержательная сторона здесь наиболее важна.

Трансляционные возможности культуры информационного типа, которые определяются ее материально-технологической модальностью, номинируются массовой коммуникацией. Массовая коммуникация может быть определена как культурная инфосфера, состоящая из открытых, упорядоченных процессов трансляции культурно – и социально-значимой информации, которая целенаправленным образом продуцируется и регулируется посредством СМИ; при этом массовая коммуникация отождествляется со СМИ, с масс-медиа.

Благодаря развитию средств массовой информации на основе научно-технических достижений (цифровые технологии, волокон-



ная оптика, спутниковая связь, Интернет, наконец) социокультурная коммуникация приобрела поистине глобальный масштаб своего распространения и влияния. Ныне посредством технических средств массовой коммуникации, т. е. СМИ, огромные массивы информации могут быть переданы практически в любую точку земного шара, что революционным образом воздействует на все стороны жизнедеятельности общества. Современное развитое общество потому и именуют информационным, поскольку информация как массово тиражируемый коммуникативный процесс обеспечивает в нем связь всех уровней его жизни и составляет основу функционирования всех его систем, подсистем и элементов.

Новые технологии сделали присущие культуре информационного типа (и выступающие ее, своего рода, квинтэссенцией) СМИ настолько влиятельными и всеохватывающими, что они начинают оказывать определяющее влияние на современную социокультурную жизнь, формировать облик социокультурной среды человеческого жизнедействия. Глобально-всеохватывающее влияние трансляционных возможностей СМИ воссоздает современный мир в образе “глобальной деревни” (понятие М. Мак-Люэна), где меняются масштабы событийности, стираются пространственно-временные границы, возникает состояние всеобщей включенности, меняются масштабы человеческого интереса, деятельности и влияния. Как отмечает американский культуролог К. Додд, “международное использование “масс-медиа” открывают просто захватывающие новые перспективы глобальной деревни. Телевизионные, спутниковые тарелки, видео, компьютерное использование сбора и распространения новостей, факсы, волоконно-оптические кабельные системы и другие технологии повсеместно открывают новые границы” [3, с. 271]. По его словам, “масс-медиа” становятся доминирующей характеристикой культуры, определяющей поведение и межличностные отношения людей” [3, с. 266].

Современные информационно-коммуникативные системы становятся основоположным, базисным средством и способом накопления, сохранения, возобновления и передачи/трансляции коллективного социокультурного опыта и знания – главного человеческого фактора в развитии культуры и общества.

Можно говорить о взаимосвязанной с развитием современной культуры информационной типа “информационной глобализа-

ции”, развертывающий коммуникативный, по своей сути, процесс формирования нового типа социокультурной реальности, причем в глобальном масштабе. Этот глобальный социокультурный процесс идет одновременно в трех основных направлениях:

1) становление информационного общества в наиболее развитых странах мира, характеризующегося всесторонней информатизацией своих структур;

2) образование глобального, охватывающего весь цивилизованный мир социокультурного порядка (так называемой “глобальной деревни”);

3) актуализация в масштабах глоболизирующейся инфосферы феномена глобального сознания, к которому можно применить термин “ноосфера”.

Этот, радикально меняющий сам образ культурной жизни и деятельности человека (причем на всех ее уровнях) процесс знаменует собой начало (хронологически – на стыке II и III тысячелетий) принципиально нового “мегацикла” культурно-исторического развития человечества. Во всяком случае, исторической эпохе самозамкнутого, изолированного, информационно “закрытого” существования культур/культурно-исторических типов, народов и стран пришел конец. Наступает новая – информационная эпоха сотрудничества и объединения во всемирном масштабе, эпоха глобального полилога культур.

В сущности, лишь в современную эпоху информационной глобализации человечество в истории обретает единство не только сугубо *антропологическое* – как биологический вид, но и *социальное* – объединяясь в целостную всемирную социальную систему или “мир-систему” (термин И. Валлерстайна), с присущими ей международными институтами, и *культурное* – поскольку во взаимообмене достижениями различных культур, их многомерном глобальном полилоге образуются основы мировой общечеловеческой мета-культуры; так, в новую “информационную эру” взаимодействие культур в рамках глобального информационного пространства становится непременным условием развития каждой из них. При этом глобальный социокультурный коммуникативный процесс создает основу для согласования и унификации различных культурных форм, в которых проявляются в разных культурах общечеловеческие ценности.

С развитием глобальных компьютерных сетей (типа редком или Интернет – с многомиллионной аудиторией в развитых странах с различными порталами, сайтами, анонсами и объявлениями, электронной почтой, журналами, конференциями, дискуссиями и т. п. внутри сети Интернет) и другой техники, способной аккумулировать и транслировать огромные объемы информации, доступ к ней демонстрирует возможности ее использования. Примером того, как формируется и действует глобальная информационная структура, могут быть: система взаимосвязей в рамках ЮНЕСКО, глобальные СМИ типа Евровидения или Национальная Информационная Инфраструктура США.

Новая культура информационного типа предполагает, что ведущей творческой формой человеческой деятельности становится именно ментальная активность, связанная с инициированием, производством и использованием информации как главного фактора и движущей силы социокультурного развития. При этом источник информации, принимая во внимание творческий потенциал человеческого воображения, ментальный потенциал человеческого сознания и мышления в целом – неисчерпаем. Это значит, что культура данного типа с ее технико-технологическим арсеналом способна оптимальным образом реализовывать творческое призвание человека как культурогенного субъекта, что и требует значительных перемен в современном воспитании и образовании.

И что крайне важно, требуется концептуальное философское осмысление феномена культуры информационного типа, удостоверение его в виде понятия, определение его содержания, специфики, а также уяснение тенденций и перспектив данного феномена, его технико-технологических, социальных, культурогенных и, что самое главное, – человекотворческих возможностей.

Во всяком случае, осмысление феномена культуры информационного типа выявляет то, что человеческая культура как таковая представляет собой особый тип информационного процесса, которого природа не знает. Благодаря культуре у человека имеется особая надбиологическая форма хранения, воспроизводства, передачи и использования информации в целенаправленной творчески-преобразующей действительность деятельности. И в культуре информация кодируется не в генах, а в знаковых системах (языках), которые в своем современном технико-техническом

оснащении способны осваивать огромные, постоянно растущие объемы информации. И от того, каким образом человечество сможет воспользоваться этим накапливаемым посредством культуры своим информационным достоянием, и будет зависеть его судьба.

### **Литература:**

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования: пер. с англ. / Д. Белл. – М. : Академия, 2004. – 783 с.

2. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века: пер. с англ. / И. Валлерстайн. – М. : Логос, 2003. – 368 с.

3. Dodd C.H. Dynamics of Intercultural Communication / C. H. Dodd. – Madison etc. : Brown & Benchmark, 1995. – 333 p.

4. McLuhan M. Understanding Media: the extensions of man / M. McLuhan. – New York : The New American Library, Inc., 1964. – 318 p.

5. McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the message / M. McLuhan. – New York : Bantam Books, 1967. – 160 p.

6. Сухина И. Г. Аксиология культуры: философско-антропологические основания: монография / И. Г. Сухина. – Донецк : Донбасс, 2011. – 560 с.

7. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века: пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2002. – 669 с.

8. Тоффлер Э. Третья волна: пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 1999. – 784 с.

9. Флиер А. Я. Культурология для культурологов: учебное пособие / А. Я. Флиер. – М. : Академический Проект, 2000. – 496 с.

10. Habermas J. Knowledge and human interests / J. Habermas. – Boston : Beacon Press, 1972. – 356 p.

11. Чумаков А. Н. Глобализация. Контуры целостного мира: монография / А. Н. Чумаков. – М. : Проспект, 2005. – 428 с.