

УДК 316

**Дементьев Сергей Александрович**

кандидат социологических наук,

доцент кафедры Южно-Российского гуманитарного института

[sadementiev2014@yandex.ru](mailto:sadementiev2014@yandex.ru)

**Sergey A. Dementiev**

PhD in Sociology,

associate professor of the Southern Russian humanitarian institute

[sadementiev2014@yandex.ru](mailto:sadementiev2014@yandex.ru)

**Аксиологический подход к осмыслению информации  
как человеческой ценности**

**Aksiologicheskyy approach to understanding information  
as a human value**

***Аннотация.** В статье рассматриваются с позиции аксиологического подхода угрозы информационной безопасности личности с точки зрения деформированного использования информации в коммуникативном взаимодействии субъектов в современном информационном мире, когда информация для субъекта становится опасной, некорректной, не правдивой, когда она приобретает отрицательное значение.*

***Ключевые слова.** Информация, ценность информации, коммуникативное взаимодействие, структурированная информация, социальная информация.*

***Annotation.** The article deals with the position of axiological approach information security threats to the individual in terms of the strain using the information in the communicative interaction of the subjects in the modern world of information, when the information for the subject becomes dangerous, incorrect, not true, when she becomes a negative value.*

***Keywords.** The information value of information, communicative interaction, structured information, social information.*

Рассмотрение проблемы человека в информационном пространстве современного общества, предпринятое в предыдущем разделе диссертации ставит новую проблему человеческих ценностей информационного мира и, прежде всего, ценности информации, которая является содержанием новой эпохи. Это выступает основной исследовательской задачей данного раздела нашей диссертационной работы.

В исследовании данной проблемы мы намерены исходить из тезиса о том, человек есть мировоззренческий центр любой картины мира, связанной с информационной эпохой. А мир человека – это, прежде всего, мир ценностей. Соответственно, это ставит задачу понимания информации как

ценности, прежде всего, человеческой ценности.

Обоснование данного тезиса находится в ключе познавательного и предметно-деятельностного подходов, которые широко распространены в социальной философии. Действительно, познавая окружающий мир и преобразуя его, человек использует различные средства, которые будучи оцениваемыми как успешные, продуктивные, полезные, результативные, адекватные предмету познания и практического преобразования, выступают как ценности познавательной и предметно-преобразовательной деятельности.

Одним из таких средств познания и преобразования мира является информация, которая в данном процессе приобретает характер ценности, человеческой ценности.

Соответственно этому, аксиологический подход к осмыслению информации как человеческой ценности представляется вполне уместным и продуктивным еще и потому, что информация выступает не только как ценное средство познания и преобразования мира, она также является неким продуктом, который также выступает как ценность, поскольку он удовлетворяет определенные человеческие потребности [1].

Спектр свойств информации чрезвычайно широк: информация служит не только средством познания и преобразования мира, не только некоторым продуктом, удовлетворяющим человеческие потребности и даже не целью познавательной и преобразовательной деятельности; она основой функционирования самого общества и основой человеческого бытия.

Кроме всего прочего, информация предпосылкой и основой любого бытия. Поэтому вполне можно согласиться с мнением таких исследователей, как В.И. Корогодина и В.Л. Корогодина, которые утверждают, что информация суть основа жизни [2].

Естественно, что аксиологический подход к осмыслению информации характеризует ее как ценность [3], и ценность не только познания и преобразования, не ценность как продукта, как основы жизни, ни и как ценность такого специфического взаимодействия, как коммуникация.

Именно под этим углом зрения мы намерены рассматривать ценность информации, прежде всего, как осознанную ценность коммуникативного взаимодействия. Подобным образом понимаемая ценность выступает как осознанное качество социального процесса информационного взаимодействия, которое может трактоваться как субъектно-объектное взаимодействие и субъектно-субъектное взаимодействие.

В первом случае взаимодействие касается отношения субъекта к окружающему миру, во втором – коммуникативное взаимодействие в социуме между людьми, социальными сообществами, в целом как коммуникативно-информационное взаимодействие в обществе.

В любом случае данный процесс будет пониматься нами как взаимообмен такими ценностями, которыми выступает информация. Соответственно этому, данный процесс понимается нами не только как деятельность и взаимодействие, не только как передача и взаимообмен информацией, а еще и как процесс создания такой ценности, как информация,

т.е. процесс, который выражается в деятельности оценивания. Мы согласны с Н.О. Моисеевой, что данный процесс может быть как осознанным, так и неосознаваемым [4].

Но в любом случае информация как ценность, создаваемая коммуникативным взаимодействием, не является абсолютно безотносительной. Она (ценность информации) является ценностью для некоторого субъекта, поскольку выражает цель его действий и интересов, выступает потребностью субъекта, а значит, приобретает в коммуникативном взаимодействии такие качества, как нужность, полезность, привлекательность, интерес, значение и смысл.

Утрата ценности или обесценивание коммуникативного взаимодействия, и тут мы полностью согласны с Н.Г. Санакуевым [5], есть, прежде всего, утрата смысла и, как подчеркивает Ю.В. Федоров, это угроза самому существованию культуры [6].

Приобретение информацией в коммуникативном взаимодействии такого качества как ценность побуждает нас рассмотреть то, какие вообще качества изначально заложены в информации, могут ли они трактоваться как ценность, либо информация приобретает качество ценности только в процессе коммуникативного взаимодействия.

Информация, трактуемая в самом общем виде, как результат восприятия, получение сведений, изложение фактов о событиях, процессах и свойствах, как сообщение и истолкование, как знание и результат процесса познания и преобразования мира, имеет свойства полезности, практичности, достоверности, актуальности, уместности, правдивости и истинности, которые вроде бы сами по себе являются ценностью. Мы исходим из того, что подобная ценность может трактоваться как потенциальная и актуальная. Потенциальная ценность – то, что еще не востребовано субъектом, а актуальная – та ценность, которая уже стала элементом коммуникативного взаимодействия.

Соответственно, такие качества, как оперативность, актуальность, полнота, своевременность, адекватность, корректность, наглядность, современность, доступность, точность, предметность, детальность, обобщенность, конкретность, целенаправленность, новизна, цельность, дискретность, кумулятивность, сегментированность, цикличность, повторяемость, способность к росту, приращению и умножению, способность к многократному использованию, способность к кодированию и декодированию, способность быть выраженной на некотором носителе, неизменность, применимость, независимость от носителя, сохраняемость, непрерывность, логичность, правдивость и истинность информации могут быть, как потенциальными, так и актуальными ценностями.

Информация как ценность также может трактоваться с точки зрения ее понятности, емкости, интерпретируемости, осмысленности (семантическая корректность), точности знакового характера (семиотическая корректность) и ассоциативности.

Информация, кроме того, что она может содержать сведения о каких-

либо свойствах предмета или процесса, может оповещать потребителя информации о качествах различных социальных практик. Такая информация является социальной информацией.

Социальная информация, обладая выше перечисленными свойствами и качествами, характеризующими ее как ценность, при получении ее потребителем информации, ведет к улучшению эффективности социальной познавательной и предметно-преобразовательной деятельности.

Социальная информация как ценность удовлетворяет социальные потребности социального субъекта в области того или иного сегмента социальных практик. Социальной информации, как отмечает Ю.Н. Столяров, присущи специфические социальные качества, в частности, качество циркуляции социальной информации по социальным каналам, доступным ее социальному потребителю, ориентированность на определенного социального потребителя, соответствие социальной действительности, востребованность, целевой характер, идейная наполненность, нормативность, соответствие моральным кодексам, объективность в виде отсутствия искажений, неточности и неполноты, социальная своевременность, релевантность, оригинальность и творческий характер [7].

Второй вопрос, который возникает после вопроса о том, обладает ли информация ценностью лишь по отношению к пользователю информацией, к субъекту коммуникативного взаимодействия, или ценность информации – есть ценность сама по себе и она безотносительна к любому субъекту, ее использующему, это вопрос об объективных и субъективных качествах информации.

Мы уже отмечали, что в решении первого вопроса пришли к заключению, что информационная ценность может трактоваться как потенциальная и актуальная, потенциальная ценность – то, что еще не востребовано субъектом, а актуальная – та ценность, которая уже стала элементом коммуникативного взаимодействия.

И хотя информация – это не сам по себе пространственно-временной континуум, все равно прав, конечно, был основатель кибернетики Норберт Винер, говоря, что информация – это не материя, не пространство и не время, информация – это информация [8]. Разнобой в определениях информации велик. Так, В.З. Коган определяет информацию как переданное сообщение, которое является результатом познавательной или практической деятельности людей [9]. В. Горбачук характеризует информацию как нематериальный ресурс, который является результатом познавательной, производственной или общественной деятельности человека [10]. Э. Куррас трактует информацию как феномен и как процесс, причем, процесс глобальный, связанный с космическим порядком [11].

Информация действительно, как объективное качество, лежит в основе всякого материального взаимодействия и в этом плане ее объективность не подлежит сомнению. Все это, безусловно, так, пока речь не идет о коммуникации, о коммуникативном взаимодействии людей. В этом процессе также используются те компоненты информации, которые изначально,

объективно обладают некоторыми свойствами, которые можно оценить как ценность.

Но вместе с этим, в самом процессе коммуникативного взаимодействия ценностными качествами наделяются те элементы, которые до этого, до самого коммуникативного процесса, ими не обладали. Эти элементы могут быть ситуативными, контекстуальными, прагматическими, праксематическими, комбинационными, конспирологическими, стратегическими, тактическими, речевыми, приобретшими смысл лишь во время их использования в ответ на что-то в этом же процессе. В коммуникативном процессе имеет место процесс трансформации элементов этого процесса в ценности, наделением их ценностными качествами или оцененными в данной ситуации как таковые. Можно сказать даже так: коммуникация – суть процесс оформления информации как ценности.

Действительно, мудрость языка показывает, что сам термин «информация» восходит к глаголу «информировать», т.е. осведомлять, оповещать, сообщать что-то, а глагол «информировать» происходит от существительного «форма». Соответственно, информировать кого-то о чем-либо, значит придавать чему-либо форму, порождать форму из чего-то.

Придать форму или породить форму из каких-то элементов, как пишет Б. Кверк, значит каким-то образом рассмотреть в структуре данных то, что для нас имеет значение [12].

Продолжим эту мысль: рассмотреть в структуре элементов нужное нам, значит иметь такую цель или потребность; выделить имеющее значение – означает осмыслить, понять, интерпретировать и использовать. Вот это и есть то, что называется порождением формы или сотворением ценности в процессе коммуникативного взаимодействия.

Этим, как нам представляется, снимается противоречие объективного и субъективного в ценности информации: в информации изначально есть определенные объективные качества (потенциальные или актуальные), которые трактуются как объективная ценность; но в процессе коммуникативного взаимодействия оформляются новые качества-ценности, которые нигде помимо данного процесса не могли бы быть проявленными. Это и есть информация как ценность в процессе коммуникативного взаимодействия. В коллективной монографии, посвященной информатике и информационным процессам в науке и обществе, информация понимается как смысл, который субъект приписывает тем или иным данным, на основании своих знаний, представлений и идей [13]. Суть такого подхода – в способности субъекта структурировать информацию, систематизировать ее и наполнять своими собственными смыслами, обусловленными целями и потребностями. Именно структурированная информация, как отмечает Е.А. Медведева, становится ценностью, т.е. становится знанием [14].

Еще раз отметим то, что информационное взаимодействие является в природе, в объективном мире в обществе и в мире причинно-следственных отношений является неисчерпаемым по своему многообразию процессом. Мы в рамках данной диссертационной работы рассматриваем лишь часть

этого процесса, а именно, ту часть, где информация выступает как ценность в коммуникативном взаимодействии, а это процесс субъектно-субъектных отношений.

И в этом процессе ценностью наделяются те элементы информации, которые до этого, как ценность не рассматривались. Это коммуникативные ценности информации. Именно этот процесс мы рассматриваем с точки зрения философской теории о ценностях – аксиологии.

Не только понятие информации вызывает дискуссии и предпринятое множество подходов должно охарактеризовать его многозначность, но осмысление аксиологического подхода к информации тоже далеко не однозначно. Так, по мнению С.Басова, ценностный подход обусловлен тем, что с точки зрения различных доминант исследования, например, антропологических и философских, ценностные характеристики дают хорошую возможность сравнительного анализа [15].

Рассмотрение вопросов объективности и субъективности информации как ценности, ставит и другие вопросы. В их числе вопрос о человеческих ценностях в информационном мире. Вернее, этот вопрос нужно сформулировать так: какова ценностная человеческая составляющая в ценностях информационного мира? Выражается ли она только в обретении и использовании глобальных массовых коммуникаций и наукоемких технологий, или, в чем выражается человеческий ресурс развития этого мира? Или даже так: сумма инновационных информационных технологий характеризует основной ресурс развития нового общества, или эта сумма складывается из других составляющих.

Еще Станислав Лем в своей знаменитой «Сумме технологии» показал, что главной проблемой общества будущего будет не проблема технократического и технологического развития, а проблема возможного ценностного коллапса, потенциального сдвига или даже разрушения базисных мотивационных основ человеческого поведения [16]. Философ, футуролог и даже социальный пророк предупреждал, что глобальная информационная среда изменит саму сущность человека, она устранил многие существовавшие ранее моральные императивы, идеи и принципы и породит новые принципы информационного мира, которые и будут править этим миром.

### ***Литература***

1. Грабарь Н. Аксиологический подход к оценке информации в коммуникационных каналах: библиотечковедческий аспект. [электронный ресурс] – Режим доступа URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=3566>
2. Корогодина В.И., Корогодина В.Л. Информация как основа жизни [электронный ресурс] - Режим доступа URL: [http://polbu.ru/korogodin\\_information/ch28\\_i.html](http://polbu.ru/korogodin_information/ch28_i.html)
3. Ткачова О.В. Сучасна аксіологія про міжкультурну комунікацію // Гуманітарний часопис. - 2012. - №1. - С.59-60.
4. Моїсеєва Н.О. Аксиологічність як лінгво-філософська категорія //

Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. - 2011. - №6 (ч. 1). - С.183.

5. Санакуев Н.Г. Аксиологический аспект информации в рамках современных коммуникативных теорий // Молодой ученый. - 2012. - №12

6. Федоров Ю.В. Аксиологический кризис современности как глобальная угроза тотальной массовой культуры // Гілея: науковий вісник. - 2012. - Вип. 61.; Федоров Ю.В. Аксиологический кризис современности как глобальная угроза тотальной массовой культуры // Гілея: науковий вісник. - 2012. - Вип. 61.

7. Столяров Ю.Н. Сущность информации / Ю.Н. Столяров; Междунар. акад. информатизации, Отд-е «Библиотековедение», Гос. публ. науч.-техн. б-ка России. - М.: 2000. - С.34-35.

8. Винер Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине. - М.: Советское радио, 1968.

9. Коган В.З. Маршрут в страну информологию. - М.: Наука, 1985. - С.27.

10. Горбачук В. Информатика як інтегральна наука // Інформація та нові технології. - 1993. - №1. - С.16.

11. Куррас Э. Информационная наука - информация как диалектическая интерактивная система // Междунар. форум по информ. и документации. 1995. - Т.20. - №1. - С.25

12. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикorporативные коммуникации в бизнес-стратегии. - М.: Изд-во «Вершина», 2007. - С.44.

13. Инфосфера: информационные структуры, системы и процессы в науке и обществе / Ю.М. Арский, Р.С. Гиляревский, И.С. Туров, А.И. Черный. - М.: ВИНТИ, 1996. - С.389.

14. Медведева Е.А. Современная трактовка понятия информация [электронный ресурс] Режим доступа URL: [http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb98/8/f8\\_02.html](http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb98/8/f8_02.html)

15. Басов С.А. Библиотека: формирование базовых ценностей на переломе эпох / С.А. Басов // Роль библиотеки в формировании регионального социально-культурного пространства: сб. науч. тр. / Гос. публич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния РАН; отв. Ред. Е.Б. Артемьева. - Новосибирск, 2009.

16. Лем С. Сумма технологий. - М.: Изд-во «Мир», 1968.

### **Literature**

1. Grabar H. Aksiologichesky approach to the assessment of information and communication channels: library science aspect. [Electronic resource] - URL Access: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu>

2. Korogodin V.I., Korogodina V.L. Information as the basis of life. [Electronic resource] - URL Access: [http://polbu.ru/korogodin\\_information/ch28](http://polbu.ru/korogodin_information/ch28)

3. Tkachova O.V. Suchasna aksiologiya about mizhkulturnu komunikatsiyu // Gumanitarny chasopis. - 2012. - №1. - P.59-60.

4. Moiseeva N.O. Aksiologichnist yak lingvo-filosofska kategoriya // Naukova News Volins'ka natsionalnogo universitetu imeni Lesi Ukraïнки. - 2011. - №6(1 hr.). - S.183.

5. Sanakuev N.G. *Aksiologichesky aspect of information within modern communication theories // Young scientist. - 2012. - №12.*

6. Fedorov Y. *Aksiologichesky crisis of modernity as a global threat of total mass culture // Gileya Naukova News. - 2012. - Vip.61; Fedorov Y. Aksiologichesky crisis of modernity as a global threat of total mass culture // Gileya Naukova News. - 2012. - Vip.61.*

7. Stolyarov Yury *The essence of the information / YN Stolyarov; Intern. Acad. informatization, e-Dep "Library" Gos. Publ. scientific and engineering. Bk Russia. - M.: 2000. - P.34-35.*

8. Wiener N. *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine. - M.: Soviet Radio, 1968*

9. Kogan V.Z. *Route to informologiyu. - M.: Nauka, 1985. - P.27.*

10. Gorbacuk V. *Informatika yak integralna science // Informatsiya that novi tehnologii. 1993. - №1. - S.16.*

11. Kurras E. *Information Science - Information as a dialectic interactive system // Intern. Forum Inf. and documentation. 1995. - T.20. - №1. - S.25*

12. Quirke B. *Creating a connection. Internal communications in the business strategy. - M.: Publishing house "Peak", 2007. - S.44.*

13. *Infosphere: information structures, systems and processes in science and society / Y.M. Arsky, R.S. Gilyarevsky, IS Desk, AI The black. - M.: VINITI, 1996. - S.389.*

14. Medvedev E.A. *The modern interpretation of the concept of information. [Electronic resource] - URL Access:[http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb98/8/f8\\_02](http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb98/8/f8_02)*

15. Basov S.A. *Library: the formation of the basic values at the turn of eras / SA Basov // The role of the library in the formation of regional socio-cultural space: Sat. scientific. tr. / Government. publchen. scientific and engineering. Bk Sib. Dep-of RAN; holes. Ed. EB Artemyev. - Novosibirsk, 2009.*

16. Lem S. *Technology sum. - M.: Publishing House "Mir" 1968.*