

УДК 165.24

## РЫНОЧНАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ИНФОРМАЦИЯ»

Петриченко Е.А.

*НАЧОУ ВПО «Современная гуманитарная академия», Москва, e-mail: mpc@muh.ru*

Статья посвящена раскрытию рыночной сущности понятия «информация». Наглядно указано на двойственность информация в условиях рыночной экономики. Сделан вывод о трансформации рынком понятия «информации» от знаний к абстрактным умозаключениям, а также, что сама природа рынка, рыночные отношения, в условиях которых сознание человека выделяет сущность явления, отбирают у информации функцию познания и, естественно, дают, навязывают ей новую сущность. Предварительно эту сущность можно охарактеризовать как синтез объективного и субъективного в соотношении, устанавливаемом рынком. Следовательно, в данной статье мы приходим к вполне определенному выводу: если люди сегодня имеют вопросы к информации, то ответ на них им следует искать в рамках рынка, рыночных отношений. События, происходящие сегодня в мире, дают достаточно достоверных данных, чтобы выдвинуть философскую гипотезу: проникая в общечеловеческие отношения, информация привносит в них все свои противоречивые качества, приобретенные и развиваемые в рынке.

**Ключевые слова:** информация, рыночная сущность, диалектика, философское исследование, знание

## MARKET ESSENCE OF THE CONCEPT «INFORMATION»

Petrichenko E.A.

*Non-state accredited private educational institution of higher professional education «Modern Humanitarian Academy», Moscow, e-mail: mpc@muh.ru*

The article is aimed at discovering a market essence of the notion 'information'. It illuminates duality of information in the market economy. The article concludes that market transforms the notion 'information' from knowledge to abstract reasoning and that nature of market itself and market relations create conditions for human conscience to extract essence of phenomenon in such a way that cognition becomes impossible and a new essence is imposed. We may provisionally characterize this new essence as a synthesis of objective and subjective in the relation set by market. Therefore, we have drawn a rather ultimate conclusion in this article: if information is under question, the answer is to be found within market itself and market relations. The latest events in the world provide enough reliable data to put forward a philosophical hypothesis: information, penetrating into universal human relations, contributes all of its contradictory properties acquired and developed within market.

**Keywords:** information, market essence, market, dialectics, philosophic study, knowledge

Казалось бы, зачем ещё раз возвращаться к проблеме, рассмотренной с разных сторон несколько десятилетий тому назад, ведь сегодня термин «информация» широко используется практически во всех сферах человеческой жизни и понятен даже школьнику. Но именно в этом и скрывается проблема. Мало кто знает, что сам термин «информация» появился сравнительно недавно (в 1928 г.) и в достаточно узкой технической области (телеграф) служил для обозначения меры вполне определенной технической единицы (объем передаваемых сигналов). Прошло всего несколько десятилетий, и этот термин был востребован уже в другой научной области – кибернетике, в которой он существенно расширил и изменил свое содержание. Специалисты, ученые и философы вынуждены были признать этот технический термин в качестве понятия, выработав следующее его определение: «Информация (лат. *Informatio* – разъяснение, изложение) –

а) некоторые сведения, совокупность каких-либо данных, знаний;

б) одно из основных понятий в кибернетике» [7].

С тех пор произошли коренные изменения в жизни человечества, в том числе в общественном устройстве многих стран, в научных сферах, а философско-научное определение понятия «информация» оставалось прежним. Время от времени учеными предпринимались попытки скорректировать данное определение, но безрезультатно. Мнения ученых и философов разделились, а все споры свелись к следующему вопросу: «что такое информация и информация – это понятие или категория? С философских позиций, если это понятие, то оно должно служить для обозначения чего-то объективного; если это категория, то она должна обозначать какой-то момент движения (или развития) какой-то объективной формы материи. Пока ясного ответа в сегодняшних дискуссиях на данный вопрос не найдено [3].

В данной статье представлены наши предварительные заключения относительно сущности информации на базе рассмотренной её с позиций философской категории «Сущность и явление» [6].

Безусловно, широкому кругу людей сегодня постановка такой задачи в отношении

информации покажется довольно странной, отвлеченной от практики жизни. И это вполне закономерно, если подходить к данной задаче с позиций рыночных отношений, властвующих сегодня в общественной жизни людей. Информация как рыночный термин или, возможно, как рыночное понятие сегодня не требует ни определения, ни философского исследования. Ниже кратко изложим наши соображения относительно рыночной сущности информации.

Никто не может отрицать тот факт, что ни один бизнес и связанные с ним области человеческой деятельности просто не смогут существовать, развиваться и конкурировать без информации. Точнее – без получения и обмена необходимыми для функционирования рынка данными и сведениями.

Сегодня следует также принять как данное, что информация, в тех формах, в которых она существует, просто необходима людям для принятия правильных решений при выборе товаров и услуг на рынке. Особо подчеркнем – мы говорим о рыночных решениях, о рыночных выборах, о поступках, диктуемых правилами и законами рынка, а не о жизненно необходимых решениях и поступках. Поскольку рыночный уклад жизни, рыночные правила и потребности нередко вступают в противоречие с жизненными потребностями человека, постольку эти противоречия в определенных формах и проявлениях несут в себе и рыночная информация.

Действительно, никто не сможет отрицать, что информация, с одной стороны, способствует получению необходимых данных и сведений для принятия соответствующего решения, но, с другой стороны, является также прекрасным, изысканным средством заблуждения. Благодаря этому она одновременно может служить в общественной среде как средство объединения людей ради каких-то целей, но и с таким же успехом она несет в себе свойство разъединять людей, сеять между ними неприязнь и вражду. «Любая информация может быть потенциально опасной. Для любого режима, любого правительства» [4].

На современном этапе практически все философы, несмотря на различный подход к проблеме, отмечают, что само понятие «информация» во многом остается интуитивным и получает различные смысловые наполнения в многочисленных отраслях человеческой деятельности, включая ее противоречивость при рыночном укладе жизни, где она довольно часто используется для манипулирования сознанием потенциальных потребителей, что усложняет определение ее сущности.

Сегодня часто можно услышать утверждение вида: «Информация – это знание, ... это общение!» Но так ли это на самом деле?

Если человек читает, то он «получает», говоря философским языком, форму. Сущность содержится в содержании тех терминов, слов, понятий, словосочетаний, предложений, умозаключений и т.п. Филологи подскажут нам, что сущность всего этого комплекса (в философии этот «комплекс» обозначается одним термином – «абстракцией»), воспринимаемого сознанием человека, далека от сущности той реальности, к которой у человека проявлен интерес познания.

Если человек слышит, то здесь воспринимаемая сущность ещё дальше от сущности реальной. Не вдаваясь в филологические и физиологические аспекты, достаточно признать, что практически человек воспринимает некоторое «эхо» сущности.

Если человек видит, слышит и читает одновременно, например, новости по телевидению, то разрыв сущностей ещё более увеличивается. В этом случае восприятие индивидом в значительной степени зависит не только от технических средств, но и от особенностей индивидуальных органов чувств.

Мы не будем останавливаться на известной философской проблеме адекватности сущностей реальной и воспринимаемой человеческим сознанием. Этот вопрос достаточно глубоко и разносторонне проработан в философском аспекте в рамках теории познания.

Для нас главное прояснить следующий вопрос: что человек получает под названием «информация»? Человеческое сознание во всех случаях имеет дело с формами, но не с сущностью, оно не имеет непосредственного контакта с реальностью. Оно получает только её форму, организованную вне воспринимающего человека. Это означает, что формирование сущности реальности и последующее формирование к ней отношения происходит в сознании воспринимающего человека.

В таких случаях большинство специалистов – политологов и обществоведов – склонны считать, что здесь виновниками являются сами люди, но на самом деле это свойство природы самой информации. Свойство, ярко проявляемое в рыночных отношениях. Также в настоящее время часто появляются дискурсы на тему информационных войн, без должного рассмотрения самой информации. «Любой серьезный труд о каком-либо ином виде оружия начинается с базовых понятий. Например, в случае ядерного оружия сначала рассказывается о таких понятиях, как атом и атомное ядро. По аналогии логично было бы, говоря

об информационном оружии, начать с ответов на вопросы: «Что такое информация? Что такое информационная система?» Удивительно, но большинство статей или докладов на тему информационной войны, сразу начинаются с определений, даваемых «информационной войне» и «информационному оружию» [5].

Важность междисциплинарного статуса информации и влияние ее на социокультурные механизмы описаны в статье Лукова Вал. А. и Погорского Э.К. «Информатика и новая информационная реальность: философский взгляд» [2].

Не менее наглядно проявляется двойственная сущность рыночной информации в личностном плане. Так, например, интернет, неразрывно связанный с информацией и являющийся ее флагманом, вызывает информационную зависимость и приводит к разрушению мозга, что доказали эксперты под руководством Хао Леи из Китайской академии наук в городе Ухань [8].

Таким образом, если рассматривать информацию в философском аспекте в качестве рыночного явления, следует признать, что никакого общего определения сущности информации выработать на данном этапе невозможно. Мы можем, как это частично показано выше, только выделить те или другие проявления этой сущности. Не более. Не определив сущность, мы не сможем прояснить содержание этого термина, и, следовательно, нет никакой возможности дать однозначный ответ на вопрос: «Это понятие или категория?». Вполне возможно, что в одних моментах рынка это вспомогательный термин, в других – понятие, в третьих – категория, а в некоторых случаях – просто яркий символ без какой-либо либо сущности, т.е. без содержания, но необходимый для привлечения внимания участников рынка (например, реклама). Однако всем участникам рынка абсолютно понятно без какого-либо научного или философского объяснения, что информация – это важный, а в некоторых моментах и ключевой инструмент поддержания успешного функционирования рынка, рыночных правил, рыночных отношений, рыночного уклада жизни.

*Предварительное философское осмысление ряда жизненных наблюдений позволяет нам выдвинуть гипотезу, что в рынке природа информации трансформируется – из продукта знания она превращается в продукт абстрактного человеческого сознания.* Никто не будет возражать, что в общем виде информация представляет собой продукт, получаемый человеком из сферы абстрактных умозаключений. Человеческое сознание, воспринимая информацию,

обязательно подключает воображение. Это происходит объективно и нередко может служить причиной заблуждения человека. Например, при определенных условиях человеческое сознание имеет способность обратить воображаемый образ в степень фантазии, даже в определенной степени осмыслить его, описать, изобразить с помощью различных видов искусства, дискутировать о нем, но не более. Это означает, что в определенных случаях воображение может способствовать формированию представления, далекого от реальности. Обычно это результат оперирования абстракциями – терминами, понятиями, высказываниями, словосочетаниями и т.п. – взятыми произвольно из разных областей человеческой жизнедеятельности. «Они передаются и продаются «реципиентам», «целевым группам», «аудиториям», эти «знания» — не качественные, а избыточная «информация» создает многообразие семантических знаков и смыслов [9]. Могущество человеческого сознания ограничено – это признавали в прежние времена, этим следует руководствоваться и сегодня.

Если в процессе целенаправленного познания человеком объективной реальности абстракция есть продукт отражения реальности в человеческом сознании, то в рынке абстракция – продукт оперирования другими, подобранными стихийно, абстракциями в человеческом сознании.

Следовательно, можно прийти к заключению, что сама природа рынка, рыночные отношения, в условиях которых сознание человека выделяет сущность явления, отбирают у информации функцию познания и, естественно, дают, навязывают ей новую сущность. Предварительно эту сущность можно охарактеризовать как синтез объективного и субъективного в соотношении, устанавливаемом рынком. Таким образом, мы приходим к вполне определенному выводу: если люди сегодня имеют вопросы к информации, то ответ на них им следует искать в рамках рынка, рыночных отношений.

Конечно, это не означает полное игнорирование философского взгляда на информацию. Например, философия, безусловно, может подсказать, что развитие форм функционирования информации в рынке неизбежно ведет к изменению её содержания и – закономерное следствие – к изменению её роли в развитии рыночных отношений, её роли в развитии рыночного уклада общества. Человеческое сознание может только способствовать такому развитию информации, но не может ему препятствовать, не обладает способностью изменить направление этого развития.

С философских позиций вполне очевидно, опять-таки опираясь на законы диалектики, что рано или поздно рыночные отношения приобретут другое качество, рыночный уклад жизни заменит другой уклад, а вместе с этим изменятся также форма и содержание информации.

События, происходящие сегодня в мире, дают достаточно достоверных данных, чтобы выдвинуть философскую гипотезу: проникая в общечеловеческие отношения, информация привносит в них все свои противоречивые качества, приобретенные и развиваемые в рынке. Очень емко это явление описано, например, в монографии Баевой Л.В. «Информационная эпоха: метаморфозы классических ценностей» [1].

На наш взгляд, философия, которая испокон веков уделяла главное внимание проблемам, касающимся существования и развития человеческого общества, и ставила перед собой вопросы, относящиеся к будущему человечества, должна подходить к проблеме информации в аспекте развития человечества.

#### Список литературы

1. Баева Л.В. Информационная эпоха: метаморфозы классических ценностей: монография. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2008.
2. Луков Вал.А., Погорский Э.К. Информатика и новая информационная реальность: философский взгляд // Знание. Понимание. Умение. – № 2. – 2011. – С. 292.
3. Материалы круглого стола «Информационный подход в междисциплинарной перспективе». [Электронный ресурс] // журнал «Вопросы философии». URL: [http://vphil.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=103&Itemid=52/](http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=103&Itemid=52/) [архивировано в WebCite] (дата обращения: 1.06.2013).
4. Оатс С. «Перехватывайте нарратив!» // Русский журнал. – 2011. – № 2 (58). – С. 1
5. Расторгуев С.П. Информационная война. – М.: Радио и связь, 1999. – С. 58
6. Философский словарь. – М.: Изд-во политической литературы, 1963. – С. 443.
7. Философский словарь. – М.: Изд-во политической литературы, 1968. – С. 136.

8. Хао Л. Аномалия белого вещества у подростков, страдающих интернет-зависимостью // PLoS ONE. – 2012. – № 7 (1). – С. 5.

9. Шендрик А.И. Информационное общество и его культура: противоречия становления и развития [Электронный ресурс] // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2010. – № 4. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/4/Shendrik/> [архивировано в WebCite] (дата обращения: 10.07.2013).

#### References

1. Baeva L.V. The Information Age: metamorphosis classical values // Monograph. Astrakhan: Publishing House «Astrakhan University», 2008.
2. Lukov Val.A. Pogorsky E.K. Computer and new information reality: a philosophical view // Knowledge. Understanding. Skill. no. 2. 2011. pp. 292.
3. Proceedings of the round table «Information approach from an interdisciplinary perspective». [Electronic resource] // Journal «Problems of Philosophy». URL: [http://vphil.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=103&Itemid=52/](http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=103&Itemid=52/) [archived in WebCite] (date accessed: 06/01/2013).
4. Oats S. «Intercept narrative!» // Russian Journal. no. 2 (58). 2011. pp. 1
5. Rastorguev S. P. Information warfare. M: Radio and communication, 1999. pp. 58
6. Philosophical Dictionary. Moscow: Publishing House of political literature. 1963. pp. 443
7. Philosophical Dictionary. Moscow: Publishing House of political literature. 1968. pp. 136
8. Hao L. Anomaly white matter in adolescents suffering from Internet addiction. PLoS ONE. no. 7 (1). 2012. pp. 5.
9. Shendrik A.I. Information society and its culture: the contradictions of formation and development [electronic resource] // Humanities Information Portal «Knowledge. Understanding. Skill» no. 4. 2010. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/4/Shendrik/> [archived in WebCite] (date of access: 10.07.2013).

#### Рецензенты:

Семенова В.Г., д.ф.н., доцент кафедры русского языка, культуры и коррекции речи, ФГБОУ ВПО «ТГПИ им. А.П. Чехова», г. Таганрог;

Щеглов Б.С., д.ф.н., профессор кафедры философии, ФГБОУ ВПО «ТГПИ им. А.П. Чехова», г. Таганрог.

Работа поступила в редакцию 15.05.2014.