

орієнтацій студентів вищих технічних навчальних закладів.

Проаналізовано вплив інноваційних технологій на формування ціннісних орієнтацій студентів вищих технічних навчальних закладів і користувачів персональних комп'ютерів. Визначено основні шляхи взаємодії людина -техніка -людина і прогнозуємо розвиток сучасних комунікацій в найближчому майбутньому.

Ключевые слова: комунікація, ціннісні орієнтації, інформаційні технології, творчість, власна ідентичність.

Palahniuk M. Information technologies and their importance in shaping the value of students' orientations of higher technical educational institutions.

Today engineering activities are implemented in varied forms technosphere, determined face of modern civilization and had a specific effect on the course of history. Ultimate social contribution of engineers in modern life is ambiguous and requires clarification, without which it is difficult to clearly judge the prospects of civilization of moral and spiritual progress. It is clear that further progressive development of humanity necessary reliance on the activity of free and intellectually creative community Engineers personalities.

Twentieth century showed that the problem of responsibility engineer to history and humanity should be distinguished position of engineer -researcher on the position of engineer practice. Domestic experts note that the engineer «instrumental reason» can act as a flexible and devoid of normal human intelligence robot that ignores the man and subordinates the interests of all engineering and production. Of course unfair to attribute such a way of thinking throughout the Corps of Engineers as well as how to translate the technical staff responsible politicians and lawyers.

Today, more and more new technologies arise not only of machines and tools, operating, but most affect our minds and run it.

Prospects and the fate of society are the subject of manipulation of scientific and technological elite. The technique of the person behind the machine does not see itself.

The purpose of the paper is an attempt to figure out how to now solve the problem of ethical and social responsibility, creativity and personal self-realization of man in the modern network information space, make a prediction dosage of electronic communications in the near future and their impact on the internal world and the personal beliefs of the potential user.

Keywords: communication, values, information technology, creativity, self- identity.

Надійшла до редколегії: 10.12.2013 р.

УДК 007 :124.5 : 165.21

Ю. Ю. Полулях

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

СЕМІОЛОГІЯ ІНФОРМАЦІЇ: АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Специфіка ціннісних вимірів інформації потребує усебічного розгляду. Аналіз аксіологічних й прагматичних концепцій дозволяє виявити характеристики, які розглядаються у сучасній науці як основні принципи формування цінності інформації: доцільність, афективна значущість, соціокультурна визначеність.

Ключові слова: інформація, цінність, оцінка, ціннісна інформація, ціль.

Розвиток методів і теоретичної бази інформаційного підходу, який враховує не лише синтактичні, але й семантичні аспекти інформації, приводить до визнання важливості прагматичного виміру інформації. Прагматика інформації в цілому виражає відношення між інформацією, приймачем (одержувачем) інформації і ціллю, у рамках якого це відношення набуває характер ціннісного. Ціннісна маніфестація інформації у прагматичній перспективі зачіпає проблеми корисності, ефективності, економічності, бажаності, значущості, вартості тощо інформації, оскільки на прагматичному рівні здійсненні інформаційної взаємодії важлива не інформація взагалі, а саме та інформація, яка постає як найбільш цінна (володіє найбільшою цінністю) для учасників інформаційної взаємодії. У той же час, незважаючи на важливість ціннісного визначення інформації у соціокультурній динаміці, аксіологія інформації є недостатньо розробленою у вітчизняній науці. Інформаційна культура сучасного суспільства вимагає чіткого розуміння інформаційних процесів, які у ній відбуваються, що також визначає актуальність аналітики ціннісних аспектів інформації. Саме тому метою статті є розгляд аксіологічних засад концепції

інформації та ціннісних підстав інформаційної активності.

Під цінністю в сучасній філософії розуміють принципи, які утворюють смисли людського буття та задають спрямованість і вмотивованість людському життю, діяльності, конкретним діям і вчинкам [1, с. 25]. Це певні «невербалізовані», «атомарні» складові найбільш глибинного шару усїєї інтенційної структури особистості – у єдності предметів її спрямувань (аспект майбутнього) особливого переживання-володіння (аспект сьогодення) і зберігання свого «надбання» в потайниках серця (аспект того, що пройшло), – які конституують її внутрішній світ як «унікальне суб'єктивне буття» [30, с. 320-321]. Ці визначення обмежуються сферою суб'єктивності людини, що, в певному значенні, не дозволяє побачити об'єктивну сутність цінності. Зрозуміло, цінності тісно пов'язані з існуванням людини, впливають на неї, як і людина впливає на них, проте вони не є виключно суб'єктивним чинником «унікального буття» людини. Тут відбувається плутанина між формою і змістом ціннісного відношення, які зводяться до суб'єкта як індивіда, який встановлює ці цінності, тоді як ціннісне відношення чітко ділиться на оцінку і цінність, і оцінка якраз належить до суб'єктивного чинника, тоді як цінність – до об'єктивного. Але ця об'єктивність особливого роду – вона соціокультурна за своєю природою, припускає колективне здійснення, і, в певному роді, оцінки завжди є залежними від цінності в тій мірі, в якій індивід є частиною колективу, де ці цінності домінують.

Варто відмітити, що філософсько-історичний розвиток терміна «цінність» був тісно пов'язаний з поняттями «благо», «ціль» і «вартість», а складність визначення терміна набула вираження в численних характеристиках і дефініціях поняття цінності. Так, Платон розглядав вище благо як єдність ціннісної тріади: «Якщо ми не в змозі уловити благо однією ідеєю, то упіймаємо трьома - красою, співмірністю і істиною; склавши їх наче воедино, ми скажемо, що це і є дійсна причина того, що міститься у суміші, і завдяки її добрості сама суміш стає благом» [16, с. 83]. Арістотель розкрив телеологічний характер ціннісного буття: «Вище благо є досконала ціль, досконала ж ціль сама по собі є, мабуть, не що інше, як щастя» [2, с. 301]. Стоїки вказали на прагматичний характер цінності: «Благо – це користь або те, що не відрізняється від користі, що приносить користь, зокрема сама ж користь або те, що з нею єдине» [28, с. 28]. Прагматично-телеологічна характеристика ціннісного ставлення стає домінуючою у аксіологічній теорії починаючи з епохи Відродження. Л. Валла відмічає: «Благо це те, що викликає насолоду (тобто те, що містить у собі користь)» [7, с. 82]. Ф. Бекон підкреслює, що благо – це ціль спрямування, як природи, так і суспільства [6, с. 198-205]. Т. Гоббс розкриває антропологічну релятивність ціннісного ставлення: «Не можна говорити про благо безвідносно до когось-небудь, бо воно завжди є благо для яких-небудь людей або для якої-небудь людини» [10, с. 240]. Шефтсбері зосереджує увагу на антропології цінності: «Благо це те, чим задоволена буває людська природа, що єдине і може бути благом людини» [33, с. 232]. Д. Г'юм стверджує, що цінності «повністю відносні і полягають в тому приємному відчутті, яке породжується об'єктом в тому або іншому дусі відповідно до структури і устрою останнього» [34, с. 724]. І. Кант розділяє цінності на обумовлені та абсолютні, і до обумовлених він відносив цінності предметів схильностей, «оскільки якби не було схильностей і заснованих на них потреб, то і предмет їх не мав би ніякої цінності» [15, с. 269]. Абсолютна цінність, на думку Канта, це цінність розумних істот.

Г. Рікерт розглядав сутність цінностей як значущість, а не як фізичну або психічну фактичність. При цьому «цінності пов'язані з дійсністю, і зв'язок цей можна помислити у двох смислах. Цінність може, по-перше, таким чином приєднуватися до об'єкта, що останній робиться тим самим благом, і вона може також бути таким чином пов'язаною з актом суб'єкта, що акт цей стає оцінкою. Блага ж і оцінки можуть бути розглянуті з точки зору значущості пов'язаних з ними цінностей, тобто так, що намагаються встановити, чи заслуговує яке-небудь благо дійсно найменування блага і чи по праву здійснюється яка-небудь оцінка» [21, с. 94]. На думку М. Шелера, цінності існують об'єктивно, поза інтенційністю суб'єктів, але вони розкривають себе лише у афективному спогляданні і не може бути виражені

у формах логічного мислення [32, с.286-287]. Обидва філософи констатували, що цінності завжди дані у ієрархічно-ярусній маніфестації, тобто цінності існують завжди у певній системі відношень щодо світу і щодо самих себе, й, виходячи з цього, аксіологічно конструюють диференційно-структурну розмітку світу [22, с. 375-386; 32, с. 323-328].

У радянській філософії на в першу чергу розглядалася соціальна сутність ціннісного ставлення. В. Тугарінов як цінності визначає ті предмети, явища і їх властивості, які потрібні (необхідні, корисні, приємні тощо) людям певного суспільства або класу або окремої особи як засоби задоволення їх потреб і інтересів, а також - ідеї і спонукання як норма, ціль або ідеал [26, с. 11]. О. Дробницький вважає, що для теоретичної свідомості цінність «це досить-таки худа абстракція» [13, с. 334], тому що термін «цінність» може широко використовуватися лише буденною свідомістю, оскільки через нього ця свідомість виражає суб'єктивні емоції і переживання. М. Каган постулює, що цінність об'єкту «встановлюється безпосередньою реакцією суб'єкта, індивідуального або колективного, відповідно до того, як входить цей об'єкт в життєвий досвід цього суб'єкта, яке відношення до себе він викликає, як він емоційно освоюється» [14, с. 74]. Сфера ціннісної свідомості, вказує дослідник, засновується на специфічному відношенні суб'єкта до об'єкту, яке не є гносеологічним, оскільки об'єкт співвідноситься у цьому відношенні із потребами суб'єкта, а не зі своїм буттям.

Сучасна українська аксіологічна думка у визначенні поняття цінності в першу чергу орієнтується на соціокультурну дефініцію. Так, М. Попович характеризує ціннісне буття людини як світ культури: «Культура являє собою сферу життєдіяльності людини, в якій вона причетна до цінностей – споживає і творить їх» [19, с. 158]. І. Стрелецька постулює, що цінності виникають як результат цілерациональної діяльності, і робить висновок, що людина володіє здатністю «виокремлювати значуще і незначуще за допомогою механізму оцінки, що дозволяє у формі психічного процесу (діяльність регуляторної формації мозку) розсікати (ділити) реальність, телеомно й ціннісно її освоювати, закріплювати в індивідуальній пам'яті й колективній свідомості «значуще» (значення і смисли) як елементи знання про дійсність» [25, с. 9-10]. В. Стасевич розглядає цінність як «будь-який об'єкт буття, здатний об'єктивно задовольнити потребу соціального суб'єкта (індивіда або суспільства в цілому) і пов'язаний з суб'єктом певним смисловим зв'язком» [23, с. 12]. На думку О. Ременець, цінність «регулює перебіг процесу задоволення потреб і реалізації інтересів, в основі яких лежать архетипи культури» [20, с. 7]. В. Долженко вважає, що цінності це властивості предметів задовольняти потреби, інтереси і бажання людей, і розрізняє два типи цінностей: «загальнолюдські цінності – це цінності, притаманні людям усіх епох і народів, усіх класів и соціальних шарів, а національні цінності у загальному вигляді являються обмеженням загальнолюдських цінностей рамками конкретного народу, конкретної нації, яке проявляється у культурі, традиціях і обрядах того або іншого народу» [12, с. 10]. На думку Н. Буруковської, кожна система цінностей є нормативним аспектом свідомості, а поняття цінності «відображає властивість різноманітних цінностей вказувати на людське, соціально-культурне значення тих чи інших об'єктів, на визначеність об'єкту для суб'єкту» [5, с. 8].

Різноманіття дефініцій цінності пов'язано в першу чергу з різноманітністю ціннісного ставлення і соціально-історичним розвитком його форм. Проте, на нашу думку, виявлені Г. Рікертом співвідношення «оцінка / цінність» і «благо / цінність» (оцінка – суб'єктивний акт судження, а благо – об'єкт-носій цінності) [21, с. 93-96] дозволяють простою формою ціннісного відношення вважати тріаду «цінність – благо – оцінка», де цінність є тим значенням, яке виступає і як зміст оцінки, і як зміст блага.

Специфіка цінності проявляється в такому: вона є значуще-цілеспрямованою по відношенню до суб'єкта і об'єкта. Іншими словами, цінність є ціллю, яка значуща для суб'єкта і досягти яку він може тільки за допомогою отримання або створення певних об'єктів (у свою чергу антицінність – те, чого суб'єкт уникає за допомогою

ігнорування або знищення певних об'єктів). Ціннісне відношення – це цілеспрямоване відношення, утвердження об'єктів (речей, ідей, смислів, переживань) у вигляді цілі, яку повинен прагнути або яку повинен уникати суб'єкт (індивід, група, суспільство). На відміну від простої цілі (наприклад, суто практичної – побудувати будинок для житла), цінність несе в собі значущість, яка має вплив в першу чергу на емоційну сферу людини (й афективну сферу культури взагалі) і тим самим викликає оцінку. Наприклад, спорудження будинку може нести суспільну значущість (як подолання будівельної кризи), естетичну значущість (створення художньо-архітектурного комплексу), історичну значущість (реставрація старовинних будинків), релігійну значущість (зведення храму) тощо. У цьому смислі суспільні цілі в тій чи іншій мірі є цінностями як своєрідними афективними векторами (афекторами) соціокультурної діяльності.

У вітчизняній науковій традиції цінність інформації визначали, виходячи з її впливу на поведінку тієї або іншої інформаційної системи, її зв'язки з цілеспрямованою поведінкою. У рамках розгляду цінності як властивості інформації виділяють такі підходи [27, с. 121-125]:

а) підхід О. Харкевича, який вважає, що питання про цінність інформації вирішується у рамках шеннонівської теорії інформації для фіксованого класу завдань, в яких задана ціль, заради якої інформація збирається: «Інформація цінна, оскільки вона сприяє досягненню поставленої цілі. Одна і та ж інформація може мати різну цінність, якщо її розглядати з точки зору використання для різних цілей» [29, с. 54]. На думку О. Харкевича, цінність інформації може бути виражена через логарифмічну міру приросту ймовірності досягнення цілі $I = \log P_1 / P_0$, де I – цінність інформації, P_0 – ймовірність досягнення цілі до отримання інформації, P_1 – ймовірність досягнення цілі після отримання інформації;

б) теоретично-ігровий підхід, в якому застосовується математичний апарат теорії прийняття рішень і оптимального керування для визначення цінності інформації у ряді конкретних завдань. М. Гавурін [9], Б. Гришанін [11] та Р. Стратонович [24, с. 297-333] вважають, що якщо поняття кількості інформації в статистичній теорії визначається лише завданням ймовірності результатів, то міра цінності інформації вимагає введення додаткових функцій штрафів (втрат). Оцінка інформації відбувається в результаті мінімізації втрат, і тоді максимальну цінність матиме та кількість інформації, яка зменшує втрати до нуля;

в) підхід М. Бонгарда, який вводить поняття корисної інформації, припускаючи, що отримувана кількість інформації певних відомостей може взагалі не мати ніякої цінності або цінність може бути негативною. Дослідник намагається сформулювати міри цінності інформації, яка залежала б від того, яке завдання вирішує одержувач, що він знає до отримання повідомлення і як він це повідомлення тлумачить. М. Бонгард вважає, що невизначеність повідомлень може не лише зменшуватися в результаті передачі повідомлення, але й зростати у тому випадку, коли передається помилкова інформація (дезінформація). Інформація являється корисною, якщо вона зменшує невизначеність. Дослідник зазначає, що «не має смислу говорити про корисну інформацію, що міститься в сигналі, якщо не вказані: завдання, яке вирішується, початковий стан вирішального алгоритму і властивості алгоритму, що декодує» [4, с. 14]. Тому корисність інформація залежить не лише від вирішального алгоритму, але й від алгоритму, що декодує, від інтерпретації повідомлення з точки зору наявних знань системи-одержувача повідомлення.

Від розглянутого аксіологічно-прагматичного підходу відрізняється кібернетично-аксіологічний підхід І. Полетаєва [17; 18]. Аналізуючи прагматичні виміри інформації, І. Полетаєв вводить поняття автономної системи (А-системи) на основі моделі функціонуючої відкритої системи загального вигляду (Ф-системи), прообразами якої є реально існуючі природні і штучні системи, такі як органели живих клітин і клітина в цілому, орган в організмі і сам організм, популяції в межах біоценозу і сам біоценоз тощо. Істотними властивостями такої кібернетичної Ф-системи є такі:

1) Ф-система є відкритою і безперервно забезпечується вільною енергією із

зовнішнього джерела;

2) Φ -система є метастабільною, тобто має властивість виявляти реакцію високого рівня енергії на специфічні слабкі дії ззовні (сигнали);

3) структура Φ -системи визначає різноманітність реакцій і їхню належність до специфічних сигналів.

Саме ці властивості перетворюють будь-яку систему в кібернетичну Φ -систему, яка допускає керування за допомогою інформації. І. Полетаєв зазначає, що інформацією зазвичай називають явище, коли події на вході системи спричиняють інші події усередині системи і на її виході. При цьому інші події пов'язані з першими подіями ланцюжком процесів кодування, і тому умовно, в кодї системи, відповідають їм.

Виходячи з цього визначення інформації, дослідник розробляє співвідношення фізичної ентропії H_e , інформаційної ентропії H_k , фізичної негентропії N й кількості інформації I , відмічаючи, що вони виявляються порівняними і тісно пов'язаними в процесах керування. З одного боку, отримання, трансляція і перероблення інформації пов'язані із зростанням фізичної ентропії в системі, а з іншого боку, керування за допомогою інформації може бути організоване так, щоб відновити її втрати в Φ -системі завдяки негентропії, що надходить ззовні. Принцип зв'язку кількості інформації і негентропії на рівні такого роду систем і виступає безпосередньою основою негентропійного визначення цінності інформації, яке поширюється на A -системи. Критерієм цінності інформації, яка використовується для керування A -системою, за І. Полетаєвим, є величина накопичень в A -системі негентропії (як заходи структурності, впорядкованості, різноманітності тощо) і швидкість її накопичення.

Прагматичні властивості інформації є залежними від особливостей «сприйняття» A -системи, від здатності декодувати повідомлення і зрозуміти його значення, оскільки цінність повідомлення, по відношенню до якого система є некомпетентною і яке тому для неї не має смислу, дорівнює нулю. У свою чергу, збільшення міри компетентності і ускладнення «сприйняття» веде до зростання цінності повідомлення і підвищення ефективності A -системи щодо накопичення негентропії. Тому І. Полетаєв пов'язує цінність інформації з негентропійними процесами на рівні A -систем, а будь-яка зміна керування A -системою чи зміна її структури, що призводить до збільшення негентропії, називає адаптивною зміною.

У рамках цих адаптивних змін особливу роль має ціль, яка виступає як модель, як образ адаптивної реакції або класу адаптивних змін. Виникнення образу цілі або уявлення про ціль в «сприйнятті» A -системи пов'язано з відображенням підсистемою керування будь-якого лімітуючого чинника в процесі функціонування системи. Поведінка A -системи в цьому випадку стає доцільною, спрямованою на рішення певних завдань, які утворюють ієрархію критеріїв. Серед цих завдань вищим виявляється накопичення негентропії. Таким чином, в рамках підходу І. Полетаєва проблеми цінності інформації визначається розглядом зв'язку інформаційних і негентропійних процесів на рівні кібернетичних систем, в ході яких цінність інформації пов'язується з негентропійним критерієм розвитку матеріальних систем.

Потрібно вказати, що у рамках статистичної теорії інформації цінність інформації визначається як певний синтаксис, певна форма кодування змісту повідомлення, яка забезпечує передачу повідомлення по каналу зв'язку. Аксиологічний акцент тут ставиться на пропускній спроможності каналу зв'язку, на поліпшенні якості системи кодифікації і стані самого каналу зв'язку, який б зменшував шумові перешкоди і збільшував би пропускну спроможність.

Проте цей підхід не враховує стан суб'єкта-одержувача, його здатність приймати ту або іншу інформацію, його потребу і зацікавленість в змісті інформації, а також якісний стан інформації (істинність, достовірність, ясність тощо). Цінність інформації пов'язана, в першу чергу, з її практичним застосуванням в соціальній діяльності, використанням її для вирішення поставлених завдань керування для досягнення певної цілі. Ціль в даному випадку виникає як прогностичне передбачення людської діяльності по перетворенню дійсності, і досягнення тієї або іншої цілі пов'язане із зменшенням невизначеності, тому критерієм цінності інформації може бути зміна

ймовірності досягнення цілі після отримання інформації. Отримана інформація може збільшувати, зменшувати або зовсім не змінювати ймовірність досягнення цілі, проте інформація, яка зменшує ймовірність досягнення цілі, має негативну цінність і є дезінформацією.

На думку В. Василенко [8], для вирішення проблеми цінності інформації треба розмежувати і встановити взаємозв'язок цінності інформації про якийсь об'єкт і цінність самого цього об'єкта для адресата, а також цілі пізнавальної, яка може бути досягнута за допомогою однієї інформації, і цілі практичної, яка досягається за допомогою предметної діяльності. Інформація набуває цінності, вважає дослідник, якщо вона використовується одержувачем. Це використання може бути:

1) внутрішнім, коли за допомогою цієї інформації розробляються ментальні проекти і програма майбутньої діяльності та її результатів;

2) зовнішнім, коли закладена в планах і проектах інформація є спрямовуючим орієнтиром практичної діяльності.

Цінність інформації при внутрішньому її використанні є умовною, оскільки використання інформації є переходом від внутрішнього її освоєння до практичної взаємодії з її джерелом. Саме на основі цінності відповідного об'єкта або дії для практичної життєдіяльності людини людина судить і про цінність інформації. Таким чином, використання інформації виникає у виді «накладення» двох оцінних актів: розгляду об'єкта як цінного з присвоєнням йому позитивної або негативної оцінки і розгляду цінності інформації залежно від присвоєної оцінки.

Виходячи з цієї залежності цінності інформації від цінності об'єкта (джерела інформації), В. Василенко вважає, що цінність інформації має вимірюватися в одиницях, якими вимірюється цінність об'єктів, що відображаються нею і перетворюються за її допомогою. Наприклад, міра цінності інформації може бути виражена величиною заощаджених або витрачених при її практичному використанні матеріальних засобів, енергетичних ресурсів, трудових витрат або грошових капіталів.

Отже, цінність інформації, з одного боку, визначена властивостями самої інформації (такими, як кількість різноманітності, що міститься в ній, міра відображення нею об'єкта, зрозумілість, новизна і істинність), а, з іншого, ця цінність детермінована ціллю і мірою її практичного використання конкретним одержувачем. Тому, згідно з В. Василенко, специфічною рисою цінності інформації є її вторинність по відношенню до цінності об'єкта. Проте варто відмітити, що в деяких випадках саме інформація є більш цінною, ніж сам об'єкт як зміст цієї інформації. Без попередньої інформації про навколишні об'єкти, про їхні властивості і структуру, відношення до інших об'єктів тощо неможливо адекватно оцінити самі об'єкти, а цінність інформації може мати різну значущість для відправника і одержувача. Так, наприклад, цінність інформації для відправника може залежати від спонукання одержувача до зміни думки або дії, а цінність інформації для одержувача – від вибору завдяки їй найкоротшого шляху до досягнення цілі.

Правомірність розгляду прагматичного аспекту інформації як ціннісного обґрунтовується зв'язком між ціннісними і цілеспрямованими процесами, а саме – цілеспрямованими підставами функціонування систем, які використовують інформаційні процеси для свого становлення і розвитку. Корисність, ефективність, значущість і інші прагматичні властивості інформації впливають на поведінку складних біологічних і соціальних систем, функціонування яких пов'язане з керуванням і прогнозуванням.

Цінність інформації в цьому випадку визначає ухвалення рішень щодо керування для здійснення тієї або іншої цілі. Наслідком впливу інформації на систему може бути зміна поведінки цієї системи, проте кібернетичні системи часто сприймають інформацію, не реагуючи на це зміною поведінки, а реагуючи виникненням готовності до зміни. Тому вплив інформації в ціннісному вимірі можна розділити на репрезентативний, який змінює внутрішню модель системи, і актуальний, який впливає безпосередньо на поведінку системи. На нашу думку, це є не тільки різними способами впливу інформації, але й різними способами буття цінності – аксіологічного і прагматичного.

Цінність інформації виступає як єдність суб'єктивного і об'єктивного, оскільки в

даному випадку ціннісне відношення здійснюється лише при наявності одержувача інформації (суб'єктивний чинник цінності), і самої інформації (об'єктивний чинник цінності). При цьому варто розуміти, що цінність, в певному значенні, є інформаційним феноменом, своєрідною інформаційною моделлю, по відношенню до якої акт судження і носій інформації стають оцінкою і благом відповідно.

В. Баєва вказує, що «що особливістю цінностей як виду інформації про суб'єкта, є здатність не лише відображати ту або іншу якість, але і моделювати належний, досконалий варіант реальності, який у свою чергу починає управляти актуальним станом, і перепрограмувати його» [3, с. 69]. На думку дослідниці, для суспільної свідомості цінності виступають семантичними кодами культури і життєдіяльності, на основі яких не тільки відбувається дескрипція історичних подій такими, як вони є, «у площині», але і зрозуміти їх потенціал, побачити їх «у перспективі». Цінності тоді є факторами, які викликають у природній системі соціуму процеси, які засновані на виборі значущих модальностей: «Результатом цього виявляється набагато більший діапазон варіантів існування і розвитку соціальної реальності, де роль індивідуального може виявитися значнішою, ніж роль типового. Інформаційне бачення цінності, таким чином, виражається в розумінні її суті як маніфестації суб'єктивності і її ролі як можливості «перекодування» реальності, наповнення буття смислами і цілями, що мають творчий перетворюючий характер» [там само].

Виходячи з цього, В. Баєва припускає, що якщо цінності є одним із видів інформації, заснованим на маніфестації уявлень про досконале буття через суб'єктивність, яка за допомогою цих уявлень може управляти своїм життям і навколишньою дійсністю, то цінності є екзистенціальними утвореннями. Суб'єктивність тут виступає формою інформаційного розкриття екзистенціальних смислів, оскільки саме через можливість прочитання й використання інформації її трансляція придбаває смисл: «Добування інформації, таким чином, виявляє її цінність, яка полягає у збереженні і розвитку унікальних, різноманітних можливостей прояву буття» [3, с. 103]. Така ціннісна сутність інформації й інформаційна сутність цінності, згідно з В. Баєвою, визначається буттям інформації. Це буття є джерелом й підґрунтям різноманіття феноменів буття, а також причиною їх здатності до змін й самостійного становлення.

Отже, у рамках прагматичного розгляду, інформація набуває цінності у рамках певних цільових стратегій кібернетичної активності і комунікативної взаємодії. Це актуальний ціннісний вплив інформації. Аксиологічна інтерпретація вказує на цінність як на особливу інформаційну сутність, яка розкриває різноманіття буття через ціннісне моделювання. Це репрезентативний ціннісний вплив інформації. Доцільність є загальним феноменом для прагматичної оцінки інформації і здійснення ціннісної інформації. Виходячи із прагматичного аналізу цінності інформації, можливо припустити, що цінності формуються завдяки селекції, стереотипізації й універсалізації прагматичних якостей інформаційної взаємодії. Прагматика інформації засновується на значущих розрізняльних опозиціях, по яким оцінюється інформація: «ефективності – неефективності», «важливості – не важливості», «істинності – неістинності» тощо. Оцінка інформації тут відбувається з точки зору відповідності інформації цілям суб'єктів інформаційної взаємодії, а внаслідок селективних трансформацій й соціальних регламентацій оцінок, через які створюються єдині для усіх членів певного соціуму системи оцінювання, породжуються автономні комплекси цінностей та ієрархічне співвідношення між ними. Треба підкреслити, що мова тут йде про оцінку інформації та про ціннісну інформацію, тобто, інформацію, породжену певною ціннісною моделлю – афективно-значущою цільовою схемою соціокультурної діяльності індивідів. Тобто, цінності як афекторні моделі є певного роду інформаційними сутностями, оскільки виступають як кібернетичні регулятори соціокультурної діяльності. І саме на підставі ціннісних моделей надалі відбувається оцінка інформації на основі певної системи цінностей, а не лише тільки на основі її прагматичних властивостей.

Різницю між прагматикою інформації (актуальна оцінка інформації на основі її прагматично-інформаційних якостей) і аксиологією інформації (репрезентативна оцінка інформації на основі її певної цінності) можна продемонструвати таким чином. Згідно з А. Урсулом [27, с. 131], цінність інформації може бути класифікована:

1) залежно від споживача інформації (може бути індивідуальною (для окремої людини), групою (для соціальної організації, установи), відомчою, державною тощо);

2) залежно від цілей, які ставляться при використанні інформації (наприклад, можна виділити теоретичну і практичну цінності наукової інформації; у свою чергу, теоретичну цінність наукової інформації можна підрозділити на методологічну, методичну тощо, практичну ж цінність – на економічну, виробничу, технічну тощо);

3) залежно від форми інформації (наприклад, цінність фактів, понять, суджень, висновків, законів, принципів, теорій, гіпотез тощо як різних форм наукової інформації).

Тут мова йде про оцінку інформації на основі певних якостей самої інформації, у відповідності інформації цим якостям. На відміну від А. Урсула, Т. Чапля [28, с. 89-92] пропонує розрізняти цінність інформації, виділяючи такі аксіологічні аспекти інформаційної взаємодії, як:

1) цінність наукової інформації – визначається мірою її відповідності об'єктивній реальності як за змістом, так і за тим, наскільки її форма кодування здатна донести цей зміст. Тут важлива об'єктивність, істинність, верифікованість інформації відносно навколишньої дійсності або людської діяльності;

2) цінність естетичної інформації – визначається смисловою варіативністю знаків, а також суб'єктивним досвідом і сприйняттям, незважаючи на те, що мистецтво оперує знаками, які несуть в собі об'єктивну інформацію. Проте використання знаків залежить не лише від виду мистецтва, але і від простору-часу, в якому вони функціонують, оскільки знаки в різних культурах можуть набувати різні, навіть протилежні значення. Але з точки зору полісемантичності цінність розміщеної у творі мистецтва інформації тільки збільшуватиметься;

3) цінність етичної інформації – визначається її роллю у вибудовуванні і визначенні поведінки людини, групи, суспільства, з позиції її передбачуваності і переваги. Вона проявляється у вигляді ціннісних орієнтацій, на основі яких формуються відносини між індивідом та іншою людиною, групою, суспільством;

4) цінність ідеологічної інформації – визначається її здатністю відображати і транслювати системи ідеалів і переконань, навколо яких організовується соціальне життя індивіда і усього суспільства. При цьому тут важлива функція соціального контролю і регуляції. Тому цінність ідеологічної інформації визначає її здатність зберігати цілісність суспільної системи шляхом обмеження свободи індивіда і одночасно дозволяти системі розвиватися;

5) цінність економічної інформації – визначається матеріальною стороною життя суспільства і кожного індивіда окремо, маючи значущість для своїх споживачів у контексті досягнення ними своїх цілей в економічній галузі життєдіяльності;

6) цінність соціально-політичної інформації – визначається організацією і ефективністю функціонування соціальних систем і системи влади (керування). Цінність соціально-політичної інформації залежить від її здатності зберігати єдність соціальної системи, допускаючи певну міру варіативності.

На відміну від А. Урсула, Т. Чапля розглядає цінність інформації як певного регулятора (схеми) конкретних форм соціокультурної діяльності. Прагматика інформації тут засновується на співвідношенні «оцінка / цінність», де ціннісна визначеність інформації належить «оцінці», у той час як аксіологія інформації засновується на співвідношенні «благо / цінність», де ціннісна визначеність інформації належить «цінності». Цю різницю треба розуміти і постійно артикулювати. Як цінність не зводиться до окремих явищ користі, бажаності, телеологічності тощо, а є системною суперструктурою на їх базисі, так само їй ціннісна інформація не зводиться до оцінки інформації, однак існує саме на основі цього механізму.

Таким чином, цінність інформації пов'язана з різноманіттям форм соціокультурної діяльності. Вона формується на основі прагматичних установок окремих суб'єктів, розвивається у системі суспільних цілей і виражає різноманіття соціокультурних афективно-значущих моделей. Саме тому цінність інформації має відносний характер. Те, що має значущість для одного суб'єкта, може не володіти значущістю для іншого, і тому одним з основних завдань суспільства є створення загального ціннісного

простору (загального аксіологічного коду) для індивідів, що входять в нього. При цьому потреба в адекватному відображенні безлічі суспільних зв'язків і різноманітності навколишнього світу приводить до різноманіття форм ціннісного відношення за аналогією з різноманітністю семантичного простору суспільства.

Бібліографічні посилання:

1. Аксіология : Новейший философский словарь / сост. и гл. н. ред. А. А. Грицанов. – 3-е изд., испр. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – С. 25-28. – (Мир энциклопедий).
2. Аристотель Сочинения в четырех томах. Большая этика / Аристотель ; пер. с древнегреческого, общ. ред. А. И. Доватура. – М. : «Мысль», 1983. – Т. 4. – С. 295-374. – (Серия «Философское наследие»).
3. Баева Л. В. Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории: Монография / Л. В. Баева. – Астрахань : Изд-во АГУ, 2004. – 277 с.
4. Бонгард М. М. Проблема узнавания / М. М. Бонгард. – М. : Наука, 1967. – 320 с.
5. Буруковська Н. В. Аксіологічний вимір методологічних тенденцій гуманітарного знання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.02 «Діалектика та методологія пізнання» / Н. В. Буруковська. – К., 2001. – 19 с.
6. Бэкон Ф. Сочинения в двух томах. Т. 2. Новый органон / Фрэнсис Бэкон; сост., общ. ред. и вступит. статья А.Л. Субботина. – 2-е, испр. и доп. изд. – М. : «Мысль», 1978. – С. 5-214. – (Серия «Философское наследие»).
7. Валла Л. Об истинном и ложном благе / Лоренцо Валла // Эстетика Ренессанса: Антология. В 2-х томах. Т. 1 / Сост. и науч. ред. В. П. Шестаков. – М. : Искусство, 1981. – С. 109-138.
8. Василенко В. А. Философский анализ проблемы ценности информации / В. А. Василенко // Информация в организации и проведении научных исследований: тезисы докладов респ. симпозиума. Выпуск 1. Некоторые проблемные вопросы информатики. – К. : [Б.и.], 1968. – С. 76-88.
9. Гавурин М. К. О ценности информации / М. К. Гавурин // Вестник ЛГУ. Сер.я: Математика, механика и астрономия. – 1963. – Вып. 4. – № 19. – С. 27-34.
10. Гоббс Т. Сочинения в двух томах. Т.1. Основ философии. Часть вторая. О человеке / Т. Гоббс ; сост., ред. изд., авт. вступ. ст. и прим. В. В. Соколов. – М. : «Мысль», 1989. – С. 219-269. – (Серия «Философское наследие»).
11. Гришанин Б.А. Учет стоимости информации в теории ценности информации / Б. А. Гришанин // Известия АН СССР. Техническая кибернетика. – 1967. – № 2. – С. 9-16.
12. Долженко В. О. Виховання духовних цінностей у студентській молоді в полікультурному просторі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.07 «Теорія і методика виховання» / В. О. Долженко. – Луганськ, 2006. – 20 с.
13. Дробницкий О. Г. Мир оживших предметов. Проблема ценности и марксистская философия / О. Г. Дробницкий. – М. : Политиздат, 1967. – 351 с. – (Над чем работают, о чем спорят философы).
14. Каган М. С. Человеческая деятельность (Опыт системного анализа) / М. С. Каган. – М. : Политиздат, 1974. – 328 с. – (Над чем работают, о чем спорят философы).
15. Кант И. Сочинения в шести томах. Том 4. Часть 1. Основы метафизики нравственности / И. Кант ; ред. тома В. Ф. Асмус. – М. : Мысль, 1965. – С. 219-310. – (Серия «Философское наследие»).
16. Платон Собрание сочинений в трех томах. Государство / Платон; пер. с древнегреческого под общ. ред. А.Ф. Лосева и В.Ф. Асмуса. – М. : «Мысль», 1971. – Т. 3. – Ч. 1. – С. 89-454. – (Серия «Философское наследие»).
17. Полетаев И. А. К определению понятия «информация». I. Семантический аспект. Об «информации по смыслу» / И. А. Полетаев // Исследования по кибернетике. – М. : Советское радио, 1970. – С. 211-227.
18. Полетаев И. А. К определению понятия «информация». II. Прагматический аспект. О ценности информации / И. А. Полетаев // Исследования по кибернетике. – М. : Советское радио, 1970. – С. 228-239.
19. Попович М. В. Рациональність і виміри людського буття / М. В. Попович. – К. : Сфера, 1997. – 290 с.
20. Ременець О. В. Базові цінності становлення громадянського суспільства в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / О. В. Ременець. – К., 2011. – 16 с.
21. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре / Генрих Риккерт // Науки о природе и науки о культуре / пер. под. ред. С. И. Гессена. – М. : Республика, 1998. – С. 44-128. – (Мыслители XX века).
22. Риккерт Г. О системе ценностей / Г. Риккерт // Науки о природе и науки о культуре / пер. под. ред. С.И. Гессена. – М. : Республика, 1998. – С. 365-402. – (Мыслители XX века).
23. Стасевич В. П. Культура як аксіологічний феномен буття (соціально-філософський аналіз природи та ієрархії культури) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / В. П. Стасевич. – Донецьк, 2004. – 17 с.
24. Стратонович Р. Л. Теория информации / Р. Л. Стратонович. – М. : Советское радио, 1975. – 424 с.
25. Стрелецкая И. Г. Цінність як предмет соціально-філософського аналізу (методологічний і лінгвосемантичний аспекти) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / И. Г. Стрелецкая. – Донецьк, 2008. – 17 с.
26. Тугаринов В. П. Теория ценностей в марксизме / В. П. Тугаринов. – Л. : Издательство ЛГУ, 1968. – 124 с.
27. Урсул А. Д. Информация: методологические аспекты / А. Д. Урсул. – М. : Наука, 1971. – 295 с.
28. Фрагменты ранних стоиков. Хрисипп из Сол. Этические фрагменты / Пер. и коммент. А. А. Столярова. – М. : Греко-латинский кабинет Ю. А. Шичалина, 2007. – Т. 3. – Ч. 1. – 311 с.

29. Харкевич А. А. О ценности информации / А. А. Харкевич // Проблемы кибернетики. – Выпуск 4. – М. : Физматгиз, 1960. – С. 53-57.
30. Ценность : Новая философская энциклопедия в 4 томах // научно-ред. Совет : предс. В. С. Степин, зам. предс. А. А. Гусейнов, Ю. Г. Семигин, уч. секр. А. П. Огурцов. – Т.4. – М. : Мысль, 2010. – С. 320-323.
31. Чапля Т. В. Аксиология информационного взаимодействия: теоретико-методологический анализ / Т. В. Чапля. – Новосибирск : Наука, 2006. – 243 с.
32. Шелер М. Формализм в этике и материальная этика ценностей / Макс Шелер // Избранные произведения / пер. с нем. Денежкина А.В., Малинкина А. Н., Филлипова А.Ф. – М. : Издательство Гнозис, 1994. – С. 259-338.
33. Шефтсбери. Моралисты / Шефтсбери // Эстетические опыты / сост., перевод, коммент. А. В. Михайлова. – М. : Искусство, 1974. – С. 77-236. – (История эстетики в памятниках и документах).
34. Юм Д. Сочинения в двух томах. О норме вкуса / Д. Юм ; пер. с англ. С.И. Церетели, и др. – М. : «Мысль», 1965. – Т. 2. – С. 721-744. – (Серия «Философское наследие»).

Полулях Ю. Ю. Семниология информации: аксиологический аспект

Специфика ценностных измерений информации нуждается во всестороннем рассмотрении. Анализ аксиологических и прагматических концепций позволяет выявить характеристики, которые рассматриваются в современной науке как основные принципы формирования ценности информации: целесообразность, аффективная значимость, социокультурная определенность.

Ключевые слова: информация, ценность, оценка, ценностная информация, цель.

Polulyakh J. Semiology of information: axiological aspect

The specific of valued dimensions of information need to be in a careful consideration. Historical and theoretical development of a problem of value forms idea of value as teleological (purposing) structure of human being. In culture, this structure appears as norms, ideals, the goods. This structure becomes value by means of emotional (affective) presentation in experience. Thanks to this presentation, the things given in experience are allocated with the importance and become valuable. In sociocultural dynamics of value exist as certain regions of significant life and form certain valuable hierarchies. Value of information in pragmatical interpretation is considered as existence at information of the properties doing it valuable. Valuable information is given by qualities, which possess the pragmatical importance in the course of an exchange of this information: efficiency, profitability, utility, importance etc. Such value of information is defined from the purposes of exchange of information. Value of information in axiological interpretation is considered as existence of special valuable information. In this concept, value is considered as a certain type of information. Information essence of value defines it as a model, which provides a variety of a choice in various situations of activity. The purpose structure is the general phenomenon for a pragmatical assessment of information and axiological value of information. Through selection, stereotypization and a universalization of pragmatical properties of information valuable models are created. These models are various for various forms of activity and various cultures. Based on valuable models further there is an assessment of information proceeding not only from its pragmatical properties, but also from compliance to values. Thus, the analysis of axiological and pragmatical conceptions allows revealing characteristics, which are considered in a modern science as basic principle of forming valued information. This principle are: expedient, affection significance, sociocultural specific.

Keywords: information, value, evaluation, valued information, purpose.

Надійшла до редколегії: 13.12.2013 р.

УДК 32 : 81'42

О. В. Поспелова

*Северный (Арктический) Федеральный Университет имени М. В. Ломоносова,
г. Архангельск*

ДИСКУРС-АНАЛИЗ И ЕГО МЕСТО В СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ПОЛИТИКИ

Данная статья посвящена месту и роли категории дискурса, а также метода дискурс-анализа в современных социальных и политических исследованиях. Особое внимание уделяется методологическим основаниям и интеллектуальным истоками современных теорий дискурса. В статье рассматриваются различные варианты анализа дискурса, в том числе пример экспликации политического дискурса в онтологии Мартина Хайдеггера, предпринятый социологом Пьером Бурдьё. Однако наибольшее внимание уделяется постструктуралистскому анализу, в том виде, в каком он представлен у основателей Эссекской школы дискурс-анализа Эрнесто Лакло и Шангаль Муфф, которые считают, что именно дискурс конституирует весь социальный мир, в том числе и политику.