



УДК 007
© 2014 г.

*А.В. Дятлов,
П.В. Сажин*

ПОНЯТИЕ «ИНФОРМАЦИЯ» В КОНТЕКСТЕ ГУМАНИТАРНОГО ЗНАНИЯ И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИЙ

Дятлов Александр Викторович – доктор социологических наук, профессор Института социологии и регионоведения Южного федерального университета
e-mail: dyatlov@aaanet.ru

Сажин Петр Викторович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Кубанского государственного университета
e-mail: petr.sazhin@gmail.com

Аннотация. Новый подход к понятию «информация» в сфере гуманитарно-социальных исследований. Новая дефиниция определяет использование этого понятия в отношениях «человек – окружающая среда»: информации как формализованной продуктом трансформации зарегистрированных сигналов в известных понятиях. В области социальных связей информация есть субъективное явление усвоенных кем-то знаний. Дается иллюстрация эмпирических ситуаций, точных и неточных представлений о сущности информации в практике.

Ключевые слова: информация, сообщение, знание, дезинформация, информационный фетишизм.

Термин «информация» широко используется во многих областях знаний. Он прочно занял место в терминологическом аппарате гуманитариев наравне с его использованием в технических науках и естественно-научных дисциплинах. Отсутствие общеупотребляемой дефи-

ниции термина «информация» привело к различным казусам в науке. На концептуальном же общетеоретическом уровне существует еще одна аномалия. Есть мнение, что появилось основание для замены кода «информационное общество», в связи с тем, что вырисовываются новые приоритеты. Появились и вошли в употребление более узкоспецифичные термины «общество знания», «экономика знания», «сетевое общество», «веб-капитализм». В то же время везде подчеркивается ключевая роль информации, которая демонстрирует тенденции к невероятному расширению понятия, придание ему дополнительных качеств.

Сейчас информация (а так было и при Бэконе, и при египетских жрецах) представляет собой не только знание, а власть, она и ресурс, она и цель, она и средство. Экономические, политические, культурные и всевозможные другие планы реализуются с её помощью, любые принятые решения зависят от её количества и разнообразия. Как особый вид «разменной монеты», информация абсолютизируется как скоропортящийся товар, который должен быть быстро продан.

Интересно, как бы выглядело сознание человека XXI в. в конкретном государстве, поддерживающем себя от зависимости одним-единственным товаром – информацией? Как современная мифологема, информация включает в себя все: звук, цвет, аромат, научные теории, жизненный опыт, мистические озарения, божественные откровения, энергию и материю. Эта «симфония» есть продукт определенного цивилизационного ожидания и в целом создает основу цивилизационного проекта «информационное общество», который при отсутствии философского самоконтроля общества легко превращается в утопию. Всегда вызывают подозрения те ученые, которые приписывают силу добрым намерениям (я надеюсь, никто не проведет ассоциацию с устойчивым выражением «Благими намерениями вымощена дорога в ад»). Но вопрос перед человечеством не состоит только во всеобщности, вездесущности и доступности, не ограничивается перемещением и неуничтожимостью.

Актуальный вопрос – в качестве информации, которая, несомненно, двигатель эволюции и которая болезненно нуждается не в технократичном, а в антропоцентричном определении. В связи с этим представляется необходимым сделать некоторые уточнения.

Потребительский подход к явлению «информация»

Не вызывает сомнения тот факт, что стратегии информационного общества стремятся давать определение понятия «информация» и даже неестественно усилить его. Не будет научно корректным, если и мы

уйдем от неловкости теоретического отсутствия законного определения информации к клише, что информация – это понятие, смысл которого становится ясен только в контексте его употребления. Это следует иметь в виду, когда мы говорим об информации в какой-то гуманитарной сфере, где очень часто рассматриваются различные формы источников информации – сигналы, данные, сведения, сообщения, послания и т.д.

Полезно было бы придерживаться единого правила при столкновении с противоречием, потому что люди часто используют одни и те же слова для обозначения различных вещей. Потребительский подход в общем есть реплика к линейно-каузальной точке зрения, что все вокруг нас есть информация. Но он бы не помог разграничить технократа от гуманитария, абсолютиста от специалиста в информационно-коммуникативной сфере.

В теоретическом плане потребительский подход имеет следующие особенности:

- во-первых, действителен для гуманитарных и социальных наук и его применение ограничивается социальной сферой;
- во-вторых, предполагает социальную направленность в научных дискуссиях, участвует в определении смысла, в объединении исследователя и его объекта, ситуации, противоположной «голодной» науке с присущим ей «холодным безразличием»;
- в-третьих, раскрывает потенциал социальных явлений, которые предлагают концентрацию на реципиенте;
- в-четвертых, сосредоточенность на эффекте от информационного обмена путем исследования пятого «к» по Х. Ласуэлу, «с каким эффектом» исполнено социальное действие;
- в-пятых, предоставляет ресурсы для развития определения информации.

Потребительский подход фокусируется на действующем субъекте, на каждом имеющем сознание, волю и свободу поведения человеческого индивиде. Такие ограничения в объекте наблюдения налагаются обстоятельством, что сам субъект с сознанием и волей может действовать произвольно, т.е. сообразно собственным интересам, потребностям и целям. Остальные субъекты для нас не представляют интерес, так как их поведение не может быть названо автономным, над ними стоит другой действующий или собирающийся действовать субъект, который ими управляет или использует. Проблема о сущности информации не могла быть разрешена при участии или соучастии с субъектом, который не целенаправлен, не проявляет волю для познания и зависим от других

субъектов. Он – типичный представитель социально-психологической категории «толпа», чья деятельность ограничивается имитацией и идентификацией с другими. Потребительский подход к информации охватывает комплекс разнонаправленных факторов, среди которых биологический, кибернетический, антропологический, философский и прогностический, основывающийся на эмпирических наблюдениях. Все они имеют потенциал свести явление «информация» к субъективному фактору, к создателю и потребителю информации [1, с. 132].

Этимология понятия «информация»

С этимологической точки зрения слово «информация» имеет латинское происхождение. Современное ее значение имеет в основе следующие термины:

- in-formo – 1) «дает вид, придает форму, образует, делает, создает»; 2) «представляется, описывает»; 3) «воспитывает, обучает»;
- Informare – «оформляет, формирует, придает форму, составляет понятие о чем-то»;
- Informatio – «идея, концепция чего-либо» [2, с. 308].

Таким образом, мы видим, что слово «информация» относится к человеческой деятельности, и требовалось бы использовать его только для обозначения сознательных действий по формированию, приданию формы (вида). Когда употребление термина «информация» определяет активный характер, идет процесс создания представлений и понятий. Кроме того, что в латинском языке не существует специализированного термина – антонима понятия «информация», как «отсутствие информации» и «дезинформация», (кроме in forme – «лишен формы, безобразен»), мы бы могли импровизировать, предположив «отсутствие информации» как non-formatia¹. В нашем обиходе присутствует слово «дезинформация», которое носит значение «подмена», «искажение». Подобного слова в английском и французском языках не существует, а для обозначения явления «заблуждение», «искаженная информация» используется слово deformatio, которое на латыни значит de formation – «обезображивание» – и de-formo – «искажать, портить». Идея этого краткого эпистемологического анализа термина «информация» заключается в конкретизации его антонима – понятия «дезинформация».

Корень в двух словах – «форма», но одно слово с созидательной энергией, а другое – с деструктивной. Информация носит знак «+», а дезинформация всегда со знаком «-». Следовательно, она более опас-

¹ В современном языке префикс а- или анти- входит в состав слов и указывает на отсутствие или отказ от того, что называется мотивирующим словом.

на, чем отсутствие информации, потому что отрицает, разрушает, подменяет существующие представления и понятия. Также уместно посмотреть на субъекта информации как на биологическое существо и вспомнить, что он является действительным потребителем и генератором информации, и этот факт определяет в максимальной степени человека как определенную информационную систему. Информация поступает в виде сигналов из внешней среды через пять органов чувств. Количество сигналов, которые поступают в мозг современного человека не только от естественной, но и от высокотехнологичной среды, составляет не менее 100 000 бит/с, в то время как он может анализировать и использовать примерно 25–100 бит/с. Из нейрофизиологии известно, что человеческий мозг фиксирует все, но обрабатывает (воспринимает) только самые сильные сигналы, полученные извне. С увеличением интенсивности информационных потоков снижается чувствительность к слабым сигналам со стороны реципиента, а мозг его получает ограниченное информационное разнообразие от разноуровнево воспринимаемых сигналов. Тем самым можно констатировать процесс ограниченного познания. Когда события, изменения в окружающей среде, происходят быстрее нормального темпа, человек способен реагировать только избирательно, в то время как в обычной ситуации нормальной динамики избирательная динамика (селективное отношение) спасает его от ошибок и неудач. Даже только встав на основу физиологии и нейрофизиологии, коммуникативная наука смело может принять постулат, что информация не является ни материей, ни функцией, ни также журналистским жанром, а изначально субстанция человеческой жизни до вещества (материи) и энергии (то, что нам известно еще от Н. Винера с середины прошлого столетия).

Важность информации неизменна с момента возникновения человека. В древности, например, охотник на мамонтов нуждался в адекватной информации о поведении животного, о расстоянии до него, о климатических условиях, о характере поверхности, по которой тот движется. Совершенно иной природы необходима и важна информация для современного человека. С развитием цивилизации информация не может стать «все важно», так как по своей природе (продукт преобразования внешних сигналов в понятия) всегда была и будет средством, с помощью которого субъект ориентируется в окружающей среде. На уровне отношений «окружающая среда – человек» дефиниция «информация» – это формализованный продукт преобразования регистрируемых сигналов в известные понятия. Как получить этот продукт? Сфера, которая нас интегрирует на этом этапе, – соприкосно-

вение между объективным миром и человеком как субъектом. Объективный мир, как мы знаем, представляет собой динамичную систему, все элементы которой находятся в непрерывном взаимодействии. В структурном отношении объективный мир есть совокупность материальных тел, энергетических полей. Результаты их взаимодействия называются сигналами, изменяющими количественный и качественный состав элементов объективного мира. Субъект, который располагается внутри объективного мира, обладает необходимой чувствительной системой, через которую регистрирует и фиксирует известную часть этих сигналов. Но это только выбранные сигналы, которые ему необходимы, чтобы ориентироваться в окружающей среде, быть в равновесии с ней и сохранять свое внешнее равновесие, то есть сигналы, которые важны для него и представляют субъективную ценность. Множество регистрируемых сигналов человек объединяет в группы или массивы, которые определяются как данные. Эти данные необходимо распознавать, то есть преобразовать в известные осознанию понятия¹.

В процессе преобразования сознание оперирует с так называемым тезаурусом, своеобразной матрицей, оформленной из всего накопленного знания, полученного опыта, и способностью организма воспринимать новые данные и знания. Тезаурус определяет информационный потенциал индивида. Но чтобы стать понятиями, новые данные должны подвергнуться обработке с помощью соответствующих методов, среди которых сопоставление, индукция, дедукция, анализ, синтез. Именно в этом процессе обработки данных получается информация. Необходимо понимать, что это происходит мгновенно и непрерывно по принципу лавинообразования. Но во всех случаях информация является естественным фундаментом, посредством которого субъект формирует свое поведение в направлении изменения своего окружения и сохранения внутреннего и внешнего равновесия (иными словами, выживания) – действий, для которых расходуются имеющиеся материальные и энергетические ресурсы [3, с. 293].

Очевидно, что антропоцентрический подход берет за основу качество опыта (существующую часть тезауруса) индивида, который определяет понятие «информация». Важные наблюдения в этом отношении регистрирует и коммуникативная наука. Доказано, что информация может появиться в рамках первого опыта, то есть человек может устранить свою неосведомленность на основании своих естественных

¹ Понятие есть мысленная форма об общих и существенных свойствах и характеристиках объектов, процессов и явлений и носит абстрактный, а не описательный характер.

непосредственных контактов (некоммуникативной природы) с окружающей средой. Но все чаще человек нуждается в информации, обеспечивающей вторичный опыт, то есть когда неосведомленность редуцирует посредством других людей или технических средств. Медиаторетик В. Шульц [4, с. 148–164] очень удачно объясняет генезис и ресурсы обоих видов опыта через понятие, полученное от переработки информации в виде символов/знаков: «Такие простые понятия, как "дуб", "яблоко", "дом", "автомобиль", "кладбище", представляют в нашем обществе первичный опыт, но понятия "дерево манго", "папайя", "иглу", "катамаран", "пирамиды" у большинства людей, населяющих Центральную Европу, являются результатом вторичного опыта, и их значение получено на базе снимков или описаний в книгах, или описаний в прессе, фильмах, телевидении; это же относится и к понятиям "космическое пространство", "атом", "сила", "честь", "интеллигентность"». Знаки, чей смысл недоступен через первичный опыт, потому что обозначают абстракции или объекты, которые не воспринимаются через обычные способности человеческого мозга, и знаки с историческим значением – «Вавилон», «Цезарь», «тридцатилетняя война», «французская революция» – могут представлять только вторичный опыт.

Понятие информации в коммуникативной науке

Рассмотрим информацию и её человеческую природу, чтобы проиллюстрировать явление «психологизация информации». Его суть заключается в фиксации знаков и символов в полученных сообщениях, в их прохождении через психику информируемого, их обработки соответствующими методами, их превращении в понятия и новые знания. А также непосредственная их передача в формате «эксформации» (потенциал для другого получателя информации). Вызывает недоумение тот факт, что достигнутая ясность в 60–70-е гг. XX в. относительно понятия «информация» в американской и немецкой коммуникативной науке сегодня является непризнанной и, соответственно, не имеет преемственности. В соответствии с открытием К. Шеннона (1949) и его математической теорией информации в предыдущие годы существовало единое понимание термина «информация», который означал «устранение невежества». Раньше информацией называлось только то, что устраняет или уменьшает неопределенность. Теоретики убеждены, что человек может получать информацию только о вещах, о которых у него был недостаток информации [5, с. 21–36].

Тем не менее существует довольно точная и лаконичная формулировка, которая гласит: «Информация – это восприятие от кого-то

или чего-то знания» [6, с. 28]. Это означает, что информация есть средство индивидуализации знания. Не все знание представляет собой информацию, а только субъективно оцененное и воспринятое как новое и нужное. Невоспринятое знание (нераскрытое, не декодированное, неразборчивое, неосмысленное) останется только знанием, только сведениями – объектом сохранения и передачи, но не информацией.

Информация существует только в латентном виде и отделится от сообщения только при активированном информационном потоке после соответствующей обработки в мозге субъекта, при которой фильтруется старое знание и зарождается новое.

С этой теоретической позиции мы подходим к понятию «сообщение» [7, с. 13]. Сообщение принимается как информационное только тогда, когда не сообщается ничего, что не было нам известно до этого момента. Сообщение есть информация, только если сокращается, корректируется или полностью исчезает неосведомленность, невежественность, дефицит знаний о чем-то конкретно. Ф. Этнив дает один характерный пример: «Эскимосы живут на дальнем севере, где холодно» не является информацией, потому что не увеличивает знания об эскимосах. Это же относится и к сообщению «Два плюс два равно четыре», когда-то это было информацией, но сегодня это ни в коей мере не устраняет дефицит математических знаний. Следовательно, информационность сообщения никоим образом не зависит ни от самого сообщения, ни от его отправителя, а только от уровня информированности и осведомленности получателя, субъекта, идентифицирующего сообщение на наличие информации. Информационность сообщения определяется «функциональным состоянием получателя», то есть не является объективной величиной, потому что, содержа в себе одну и ту же «новость», один и тот же «материал» или сигнал для различных получателей будет содержать много, мало или вовсе не содержать информации [8, с. 71–76]. Таким образом, будет ли сообщение или послание информацией, зависит только от уровня информированности, а также фактора неожиданности для автономного реципиента. Каждое сообщение, переданное непосредственно или с помощью технических средств, может определяться как информация только волей и сознанием его получателя.

Следует отметить важный аспект в природе информации: информация носит субъективный характер. На основании просмотра критериев, приведенных ниже, станет ясно, что информация – это результат, продукт отношений между раздражителем (среда, сообщение) и конкретным человеком:

- опытный лекарь в древности мог только при помощи слуха различить несколько видов пульса;
- опытный эксперт может различать более 70 видов духов;
- русские иммигранты-белогвардейцы падали, когда слышали песню В. Высоцкого «Я коней напою, я куплет допою», в то время как для французов она не несла никакого драматизма и текст оставался непонимаемым;
- фильм о концлагере Бухенвальд для 15–20-летних зрителей может представлять собой 100 % информации, хотя для евреев, переживших ужас в этом лагере, этот фильм вызовет только воспоминания о прошлом и ни в коем случае не будет информацией.

Теперь мы можем рассмотреть и актуализировать понятие «информирование». Информирование – это процесс, субъектом которого является получатель, принимающий сообщение, и именно от этого получателя зависят эффективность и результат информационного акта, а не от источника сообщения. Информирование представляет собой сознательное действие получателя сообщения. Информирование – это акт самоинформирования. То, что происходит в акте информирования и как информация обрабатывается в мозге, можно узнать от исследователей, изучающих процессы, происходящие в мозге. В настоящее время принято полагать, что отделенная от сообщения информация флуктуирует (колеблется, отклоняется от своего нормального положения) или отбрасывается в зависимости от состояния и приоритетов субъекта. Мы можем предположить следующее: чтобы превратиться в новое знание, информация подлежит перманентной проверке на практике, и если не найдет адекватной области применения на практике, то она формулируется и фиксируется как гипотеза.

Что такое информация?

Эмпирические наблюдения объективно производятся с целью дальнейшего индуктивного анализа, с целью «обратной связи», то есть когда требуется проверить уровень научного знания – в том случае если теория опережает практику. Вначале рассмотрим более общее наблюдение. Учитывая вышеизложенные выводы о неидентичности информации и сообщения, будет некорректным называть массмедиа средствами массовой информации, ибо являются ли они таковыми, имеют право определить только получатели, а не сотрудники и руководители этих средств. Адекватнее и научнее было бы определить их как «средства осведомления». В этом отношении российское радио и телевидение (как правило) стоят на разумной дистанции от информационного фетишизма. Зачастую слово «информация» используется уместно и, как

правило, адекватно ситуации, а официальные формулировки релизов и рубрик содержат ключевые слова: «новости» и «вести».

Проведем эмпирическую проверку характеристик информации. Какое сообщение на практике является информацией?

1. Регистрация сигнала или получение сообщения. В 1977 г. с космической станции на мысе Канаверал стартовала космическая ракета «Вояджер», на борту которой находилась золотая пластинка с 1500 сообщениями на 55 языках, музыкальные произведения и звуки Земли – треск огня, музыкальные инструменты, звуки домашних животных, звуки взлетающей ракеты, звук поцелуя и звук плача ребенка. Все эти сообщения станут информацией, если они все ещё распространяются в космосе и если есть кому их воспринимать и регистрировать.

2. Открытие сообщения. Информация в одних случаях исследуется активно, ищется сознательно и целенаправленно, а в других – появляется случайно и неожиданно. Например, древние сокровища и археологические находки всегда являются информацией, независимо от того, как они были открыты. В фондах Российской государственной библиотеки находится около 50 % книг, которые никогда не затребовались читателями, – их можно определить как сообщения, застрявшие в ожидании, а знания, зафиксированные в них, станут информацией, когда они будут открыты читателями. Такова же и ситуация с посланием потомкам, которое должно быть вскрыто 9 мая 2045 г. Это послание тогда станет информацией, когда его откроют спустя 100 лет.

3. Декодирование сообщения. Сообщение, посланное или написанное на чужом языке получателю, который не владеет этим языком, не может быть информацией. Например, фраза *Veni, Vidi, Vici* станет информацией только для владеющих латынью и только тогда, когда она декодирована (переведена). Классическим примером, когда сообщение может стать информацией, является Розеттский камень, своеобразная книга египетской культуры. На нем зафиксировано одно и то же послание в трех разных письменных системах, благодаря чему египетовед Шампольон смог разгадать иероглифическую письменность. Еще один пример декодирования информации дает история с предметным письмом, описанным древнегреческим историком Геродотом, который в своем трактате «История» свидетельствовал о дипломатическом документе, направленном персидскому царю Дарию скифами. Послание содержало птицу, мышь, лягушку и пять стрел. Персы получили соответствующую информацию, когда дешифровали символы. Оказалось, что смысл сообщения ультимативен: «Если вы, персы, не улетите, как птицы в небеса, или подобно мышам не скроетесь в зем-

лю, или подобно лягушкам не ускачете в озера, то не вернетесь назад и падете под ударами этих стрел» [9, с. 8].

4. Распознавание сообщения. Распознавание (recognition) – это «повторное познание», то есть распознавание предполагает определенное «познание», наличие предварительного, априорного знания объекта. Для распознавания нет необходимости в абсолютной идентичности сигнала – достаточно лишь ключевых информационно-содержательных элементов. Например, мы видим человека, называем его по имени, узнаем его в толпе, узнаем виды травы на лугу, узнаем город по его гербу или снимку, узнаем радиостанцию по музыкальной заставке, слышим речь ведущего на телевидении и узнаем национальность канала, открываем книгу и узнаем язык, на котором она написана, наблюдаем на расстоянии жестикуляцию иностранца и узнаем, представителем какой этнической группы он является. Все это примеры взаимодействия между сигналами, сообщениями и субъектом, показывающие способность человека классифицировать понятия в своем сознании и различать классы. Без этой способности мы бы не могли общаться, исполнять волевые социальные действия. Когда мы слышим какой-то звук, то соотносим его с множеством подобных звуков, сохраненных в нашем мозге, находим класс, к которому он относится, и реагируем в соответствии с навыками, полученными в ходе прошлого опыта. По этой причине ищем в своем сознании класс языка (невербальный, устный, письменный), на котором получили сообщение, и если код системы (язык) нам знаком, то мы будем искать информационно-содержательные элементы в нем, несмотря на то что форма и содержание могут быть новыми. Так же мы можем разгадать любой чужой или небрежный почерк, если он организован согласно известной грамматической системе, можем воспринимать выступление оратора с дефектом речи, узнать лицо человека в различных ракурсах, при различном освещении. И все эти примеры подтверждают тезис о том, что информация всегда представляет собой информацию о чем-то, в случае для распознающего субъекта детерминированная его первичным и вторичным опытом, зависящая от его навыков и способностей.

5. Информация – новое, неискаженное и актуальное сообщение. Вспомним один случай, который произошел 15 марта 2001 года, – автомобильная катастрофа президента Мальты. Информация для всех журналистов и их аудитории состояла в сообщении о том, что есть один погибший – шофер автомобиля, пятеро тяжело ранены и находятся в больнице. В одном из выпусков новостей того же вечера по европейскому каналу диктор читал не только старое, но и невероятное

сообщение о том, что лишь два человека пострадали и находятся в больнице, адрес которой не совпадал с настоящим. Для коллектива этого канала, возможно, это сообщение и было информацией, но для осведомленной ранее аудитории – нет. Когда мы говорим, что термины «информация» и «новости» идентичны, мы должны учитывать, что не существует сообщений с абсолютно новыми элементами и характеристиками, с тем, что на 100 % неизвестно и непознано. Если не существует системы, которая его распознает, или для сообщения предполагается совершенно новая, никому не известная кодовая система (графическая, вербальная), то это будет значить, что не существует и сообщения. Аналогичный вывод можно сделать и по поводу сообщения, в котором все понятно и было известно раньше получателю, – оно тоже перестает быть сообщением. Когда говорят, что нет ничего древнее, чем вчерашние газеты, отвергают слово «газета» на чисто семантическом уровне, это уже не «вестник», а документация, библиотечная и архивная единица.

6. Информация – нужные, полезные сообщения или сведения. Если сообщение ненужное и бесполезное, человеческий мозг проявляет селективное отношение и пропускает его без фиксации, отбрасывая его как «слабый» сигнал. Каждый субъект сам определяет, что есть новость, и декодирует актуализируемую для него информацию: новая археологическая находка, новая химическая формула, новый программный продукт.

7. Информация – всегда осмысленное сообщение. Давайте представим, что на компьютерном мониторе в кабинете коллеги появится сообщение «1:1». Мы попытаемся расшифровать его и разобраться: здесь представлено деление или результат спортивного состязания? Через минуту входит коллега и сообщает: «А, один к одному!» Это результат вычисления, установленный системой в соотношении между числом рождений и аборт за последние 10 лет в Европе. По этой причине мы не только расшифровываем, но и осмысливаем сообщение компьютерной системы и, соответственно, получаем информацию.

8. Информация – это точно переданное, эквивалентное, неискаженное сообщение. Практика представляет следующий пример: 19 мая 2000 г. СМИ распространяет интервью с А. Гором, переданное по радио «Свобода». В тексте приводятся следующие сообщения: «Я подозреваю одну организацию, которая три раза делала переворот» Но уже 19 мая СМИ приносят свои извинения по поводу того, что в прессе была допущена ошибка. Точное высказывание вице-президента гласит: «Я принадлежу к организации, которая три раза подвергалась перево-

роту». Следовательно, быстрое исправление информации в пару слов преобразует неточно переданное сообщение в точное, соответственно, дезинформацию в информацию.

Что не является информацией?

Научное определение предмета или явления имеет возможность разграничить, какие составляющие или их свойства войдут в границы определения, чтобы оно было понятным. Так как возможно указать, что не представляет собой новость, коммуникацию, средства массовой информации, а это не публицистика или журналистика, значит, мы должны определить, что не будет информацией.

1. Не будет информацией незарегистрированный сигнал (не принятый нашими органами чувств). В одной группе находятся сигналы, для которых наши органы чувств не имеют необходимой чувствительности. Например, человеческое ухо воспринимает звуковые волны с частотой от 40 до 16500 Гц, то есть это диапазон, который дает человеку звуковую информацию. Звуки, которые остались вне его низко- и высокочастотного спектра, не воспринимаются человеком, а следовательно, не являются для него информацией. Человеческий глаз, в свою очередь, воспринимает или регистрирует свет с длиной волны от 400 до 800 мкм. Невидимые для глаза колебания – инфракрасные и ультрафиолетовые лучи, рентгеновские лучи и гамма-лучи не несут информации. В другой группе находятся сигналы или коды, для восприятия которых у нас нет (или мы его потеряли) чувствительного опыта. Сложные музыкальные произведения и сложные (сочетающие в себе много различных стилей) произведения изобразительного искусства не несут информации о субъекте без соответствующей грамотности и опыта воспринимающего.

2. Не будет информацией недекодированное сообщение. Известные новые системы, иностранные языковые системы не могут нести информацию субъекту, который не умеет ее декодировать (примером могут служить сообщения морской азбуки, азбуки глухонемых или химические формулы соединений различных природных или искусственных веществ). Существуют бесконечные примеры несостоявшихся информационных процессов или коммуникаций в результате отсутствия общего языка и понимания сообщений.

Располагаем мы примерами и с трагическими последствиями: 27 мая 2010 г. ИТАР-ТАСС сообщило о катастрофе в бельгийском городе Пекро. Два пассажирских железнодорожных состава столкнулись, в результате погибли 8 человек. Причиной инцидента явился человеческий фактор, а точнее информационное недопонимание. Стрелочники не ус-

пели передать друг другу информацию: один из них был франкоговорящим бельгийцем, а другой – фламандцем. Два противоположно движущихся состава попали на один и тот же путь, поскольку двое разноязычных не смогли дешифровать, своевременно обменяться сообщениями, координирующими их действия.

3. Информация не раскрывается при использовании аббревиатуры и сокращений. Проблема здесь связана также с актом декодирования, но существуют и случаи, когда одна аббревиатура может быть распознана без раскрытия информации. Такой случай с аббревиатурой INTERNET (INTER connected computer NETworks (компьютеры, объединенные в сеть)) или UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organizations). Но аббревиатуры ДОВСЕ или ТМОИИ не несут информации до момента, когда их развернут в соответствующие информационные сообщения.

4. Не являются информацией неперебиваемые выражения, особенно для людей, не владеющих языком. А.П. Чехов – автор следующей эпиграммы: «Настоящий мужчина состоит из мужа и чина». Этот каламбур не может стать информацией для невладеющих русским языком, так как он не переводим в соответствующем виде на другие языки. Некоторое время назад на международной конференции в ООН было артикулировано понятие, которое автоматически исключило из данного информационного процесса представителей арабских стран, так как перевести его оказалось невозможным вследствие отсутствия аналога.

5. Не будет и информацией развивающееся слово или образ, которые диалектически не разработаны. Развивающиеся слова представляют собой знаки, возникающие по взаимной, групповой договоренности в различных исторических условиях и географических регионах.

6. Не будет информацией и сообщение, представленное на чужом или псевдонаучном языке. Откроем Современный словарь по психологии для получения информации по понятию «человек» [10, с. 736]. Декодируем, иначе не сможем разобрать или осмыслить написанное: «Человек – это индивид-существо, который отражает-воплощает высшую ступень в эволюции бытия – этноса – экзистенции, это субъект культурно-социально-онтологической-исторической деятельности, как продукт и субъект деятельности-активности в социуме – экосреде, человек рассматривается как система-модель». Это немислимо сложное выражение создает достаточно препятствий читателю, которому будет сложно извлечь необходимую информацию о понятии «человек».

7. Не будет информацией нерастолкованное и неосмысленное сообщение. Здесь мы можем привести несколько групп примеров:

- сообщение-сигнал, но без смысла – некое слово-«абракадабра», с помощью которого можно привлечь внимание аудитории, с уточнением, что на иврите это слово произносится «абракадабра», имеет смысл заклинания и переводится как «скройся, зло»;
- сообщение-слово с двойным значением: таким является слово «кенгуру», которое для всех нас означает животное, вынашивающее детенышей в сумке, но на языке австралийских аборигенов означает «не знаем» и было произнесено перед капитаном Куком, когда он спросил, что это за животное;
- сообщение с неправильным порядком слов, который приведет к двусмысленности или непониманию;
- сообщение с подтекстом, неправильно истолкованное;
- сообщение с полисемантическими ключевыми словами или использование слова, несущее разные функции.

8. Не будет информацией и сообщение (или часть сообщения) с повторением (тавтологией) или с ненужным уточнением. Сигналы и сообщения, навязчиво повторяющиеся, не несут информации. Потому что мозг пропускает их как шум. Примером может служить тиканье часового механизма, приветственные клише, рекламные послания, многократные повторяющиеся напоминания, таблички на дверях и так далее.

9. Не будут информацией и сообщения с противоречивыми данными. Противоречия чаще всего обнаруживаются в журналистских материалах об одном или том же событии, освещенном в различных СМИ.

10. Не будут также информацией сообщения, которые распространяются в неграмотном виде (хотя и в заслуживающем внимания источнике).

Что есть дезинформация?

При проведении краткого этимологического анализа понятия «информация» было установлено, что дезинформация опаснее, чем отсутствие информации, потому что она несет знак «-» и, следовательно, может изменить направление человеческой деятельности, смысл обрабатываемых в мозге данных, определить полученное после обработки новое знание, отклонить, отменить, аннулировать имеющиеся в тезаурусе знания, представления, понятия.

Целью нашего анализа является поиск превращения сообщения в дезинформацию. Конечно же, здесь необходимо отметить, что дезин-

формирование сначала также зависит от субъекта-получателя и интерпретатора сообщения. Вот несколько типичных ситуаций:

1. Сообщения, в которых отсутствует или неправильно поставлен знак препинания. Классический пример с запятой во фразе «Казнить нельзя помиловать», в котором перемена места постановки запятой может поменять смысл на противоположный, а при отсутствии запятой фраза просто теряет смысл.

2. Сообщение с отсутствующим логическим ударением и информацией. Оно легко может превратиться в дезинформацию, если представлено в письменном виде.

3. Сообщение с отсутствующей паузой при артикуляции тоже может превратиться в дезинформацию при невыразительном чтении или изречении.

Деформационное воздействие имеет целью фальсифицировать и замаскировать информационные сообщения.

Позволим предположить, какой будет прагматический эффект от обновленного понятия «информация». Во-первых, импонирует экономическая теория асимметричной информации, за которую её автор Дж. Стиглиц получил Нобелевскую премию в 2001 г. Профессор, автор нового раздела в экономике – экономика информации, сам дал лаконичное объяснение своей нобелевской теории: некоторые люди знают больше, чем другие. Логично предположить, что, поскольку информация – строго субъективное явление, не может быть информативным комфорт, одинаковым для всех. Не могут знания у всех людей, даже представителей одной профессии, быть одинаковыми. Не могут все люди, даже потребители одного и того же массива СМИ, в равной степени информированы. Предложенное видение феномена информации может обогатить (или уменьшить) многие утверждения и теории, даже в классической экономической теории, где «информация является товаром».

Субъективизация понятия «информация» могла бы расширить многие способы и дать объективные решения актуальных проблем в области права, публичного образования, научных коммуникаций и так далее. Если мы сделаем усилие и пересмотрим свои представления о понятии «информация», то сможем гарантированно в дальнейшем избежать недоразумений.

И последнее, на потребителях информации лежит ответственность критично смотреть со здоровым скептицизмом на тех, кто говорит, что их «информируют».

Литература

1. *Бодрийяр Ж.* Иллюзия конца или

References

1. *Bodriiia Zh.* Illiuziia kontsa ili

прекращения событий. М., 1995.

2. *Воинов М., Милев А.* Латинско-русский словарь. 4-е изд. София, 1944.

3. *Буркарт Р.* Наука о коммуникациях. Велико Тырново, 2000.

4. *Шульц В.* Передачи смысла через средства массовой коммуникации: основные идеи в аналитической теории СМИ. Вена, 1974.

5. *Просс Х.* Связь и новые медиа // Рейман, Х. и Х. Рейман. Информация. Munchen, 1977.

6. *Атанасов Л., Цанков Д.* Некоторые соображения по концепции информации // Сборник исследований и публикаций материалов в области научной информации. София, 1987.

7. *Этнив Ф.* Теория информации в психологии. Берн, 1965.

8. *Флехнер Г.-Й.* Основные понятия кибернетики: Введение. Штутгарт, 1967.

9. *Владимиров Л.И.* Всеобщая книга по истории. М., 1988.

10. Современный психологический словарь / авт.-сост. В.В. Юрчук. Минск, 1998.

prekrashcheniia sobytii. M., 1995.

2. *Voinov M., Milev, A.* Latinskoruskii slovar'. 4-e izd. Sofiia, 1944.

3. *Burkart R.* Nauka o komunikatsiiax. Veliko Tyrnovo, 2000.

4. *Shul'ts V.* Peredachi smysla cherez sredstva massovoi kommunikatsii: osnovnye idei v analiticheskoi teorii SMI. Vena, 1974.

5. *Pross Kh.* Sviaz' i novye media // Reiman, Kh. i Kh. Reiman. Informatsiia. Munchen, 1977.

6. *Atanasov L., Tsankov D.* Nekotorye soobrazheniia po kontseptsii informatsii // Sbornik issledovaniia i publikatsii materialov v oblasti nauchnoi informatsii. Sofiia, 1987.

7. *Etniv F.* Teoriia informatsii v psikhologii. Bern, 1965.

8. *Flekhner G.-I.* Osnovnye poniatii kibernetiki: Vvedenie. Shtutgart, 1967. S. 71–76.

9. *Vladimirov L.I.* Vseobshchaia kniga po istorii. M., 1988.

10. *Sovremennyi psikhologicheskii slovar' / avt.-sost. V.V. Iurchuk.* Minsk, 1998.