

УДК: 004.001

*Михайлюк О. В., д-р іст. наук, професор,
зав. кафедри документознавства та інформаційної діяльності,
Український державний університет науки і технологій,
Вершина В. А., канд. філос. наук, доцент, доцент кафедри філософії,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

ФУНКЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ В СУСПІЛЬСТВІ

Анотація. Розглядається феномен інформації в її відношенні до реальності та її основні функції в суспільстві. Аналізуються особливості функціонування інформації у сучасному суспільстві.

Ключові слова: інформація, реальність, відображення, моделювання, міф.

Вступ. Термін «інформація», з одного боку, є одним найбільш часто вживаних, з іншого – одним з найбільш багатозначних і важких для визначення. Тема інформації в різноманітних її аспектах останнім часом стала однією з найбільш популярних серед науковців, публіцистів, журналістів, політиків тощо. Метою цих тез є аналіз функцій інформації в суспільстві в її відношенні до реальності.

Основний текст. Існування людини нерозривно пов'язане з інформацією. Все, що пов'язано з людською діяльністю, так чи інакше має інформаційну сторону. Будь-який предмет навколишньої дійсності, крім свого безпосереднього існування, може розглядатися як носій інформації. Людина живе в двох світах – природи і культури, речей і знаків, реальності й інформації.

Вважається, що інформація – це відображення реальності. Втім сьогодні ми часто стикаємося з ситуацією, де інформація заступає собою реальність, формує чи симулює реальність. За словами Ж. Бодрієра, ми перебуваємо у світі, в якому дедалі більше інформації і дедалі менше смислу. Інформація, в яку перетворюється або за допомогою якої поширюється певна подія, вже початково являє собою деградовану форму цієї події. Інформація не створює смисл, а імітує його. Ж. Бодрієр називає такий стан речей гігантським процесом симуляції [1].

Можливість викривлення закладена в самій природі інформації. Інформація існує як модель реально наявного об'єкта. Інформація заміщає об'єкт, виступає посередником між об'єктом і споживачем інформації, пов'язує їх між собою. Але модель – не реальний об'єкт, а його спрощений опис, і не може бути тотожною оригіналу. Модель – ця певна спрощена подібність реального об'єкта, створена людиною за допомогою знаків. Хоча модель і відтворює деякі характеристики модельованого об'єкта, вона не є «відображенням реальності», а тим паче – самою реальністю. Вона може з більшою чи меншою мірою точності та суб'єктивності відображати його окремі риси та властивості. Такими моделями будуть, наприклад, і фотографія, і карикатура. Можна, наприклад, привносити оцінку події, застосовуючи конотації, метафори, патетику, іронію, форму подання, смислові акценти та інші риторичні прийоми; перебільшувати чи применшувати значущість події тощо. Водночас об'єкт залишається тим самим, просто змінюється його статус у віртуальному просторі.

Омана, помилки, брехня, фантазії і вигадки – це теж інформація. Істина і реальність – це все-таки різні речі, адже якою б правдивою не була розповідь, вона ніколи не зможе відобразити реальність у всіх її аспектах. Отже, інформація, моделюючи реальність, створює другу, ілюзорну реальність. Моделювання проявляється у двох модусах – відображення і конструювання.

Ю. Н. Харарі [3] називає «наївним» погляд, який пов'язує поняття інформації з поняттям істини і припускає, що головна роль інформації – представляти реальність. Протилежний же погляд, який вважає, що об'єктивної істини взагалі не існує і що у кожного є «своя правда», він називає «популістським». Тут інформація розглядається як засіб для перемоги над суперниками, як засіб здобуття та утримування влади. Такий погляд він пов'язує з іменами К. Маркса, Е. Саїда, М. Фуко і навіть Д. Трампа.

На противагу цим поглядам Харарі висуває власний. Згідно з його версією, більша частина інформації в людському суспільстві, та й в інших біологічних і фізичних системах, нічого не представляє. Інформація створює нові реалії, пов'язуючи між собою різні речі. Її визначальною рисою є зв'язок, а не представлення, а інформація – це те, що з'єднує різні точки в мережу. Інформація не обов'язково повідомляє нам про речі. Швидше, вона розставляє речі по місцях.

Проте, на нашу думку, в розумінні Харарі, інформація розглядається знову ж таки як засіб. Інформація має цінність і виконує певні функції в суспільстві не стільки через свою достовірність, правдиве відображення реальності, а через можливість її використання з тією чи іншою метою. І основними формами такого використання інформації є розповідь, історія (тобто міф як різновид інформації) і бюрократія (як механізм обробки інформації). Якщо для міфотворців достовірність інформації не має особливого значення, то для бюрократії – має. Втім бюрократичні системи протягом всієї історії людства, визначаючи свої кінцеві цілі, поклалися на міфологію, в кінцевому підсумку перебували на службі у того чи іншого міфотворця. Тобто міфологія залишається чи не єдиним і найбільш важливим засобом організації людського суспільства. В цьому, на нашу думку, погляди Харарі на інформацію мало чим відрізняються від критикованого ним «популістського» погляду. Інформація тут постає насамперед як засіб організації та управління.

Влада – це інформаційна взаємодія між керівником і керованим. Інформація, впливаючи на людину, може створити у неї соціальну або психологічну установку, тобто свідому або неусвідомлену внутрішню готовність до певних дій.

Інформація виступає як моделювання реальності, яке має дві сторони, і відповідно дві функції – моделюючи та конструюючи. Одна постає як засіб відображення реальності (наскільки це можливо), друга – як засіб впливу на свідомість з метою конструювання бажаного образу реальності. Вони б мали доповнювати одна одну. Інформація мала б бути прив'язаною до реальності, відображати реальність. У нормі реальність знаходиться на першому місці, інформація на другому. Натомість протягом усієї історії можемо спостерігати домінування і гіперболізацію другої функції. Водночас у масовій свідомості панує ілюзія домінування першої функції – «наївний» погляд на інформацію.

Уявлення про реальність так чи інакше мають суб'єктивний характер і залежать від багатьох факторів. Тобто реальність об'єкта включає не тільки (і не стільки) сам об'єкт, скільки наше знання про нього. Інформація формує уявлення про реальність. Комунікація породжує об'єкти нової природи. Вони не тільки мають функції, схожі з реальними об'єктами, але часто споживач інформації ставиться до них як до реальних. Інформація заступає собою реальність. У вжиток входять поняття «віртуальна реальність», «інформаційна реальність», які, по суті, є знаковими конструкціями, що моделюють реальність. Межа між реальністю й інформацією виявляється розмитою. Сьогодні бар'єр між реальністю і створеною сучасними засобами інформації картиною світу зникає, а факти реальності в них представлені як ігрові елементи. У віртуальному світі все гра, а в грі ніхто не задається питанням про достовірність, істинність того, що відбувається. Осмислення людиною об'єктивної реальності здійснюється під впливом нав'язуваних образів, спотворюється. Сучасний стан інформаційного простору отримав у літературі назву «постправада». Як би це не звучало парадоксально, але прогрес у сфері інформаційних технологій призводить до зниження інформованості [2].

Інформація мала б сприяти розумінню реальності. Культура, особливо сучасна, орієнтована не на саму реальність, а на образ реальності, який формується у масовій свідомості з метою впливу на цю свідомість. Конструювання образу, управління образом ототожнюється з конструюванням і управлінням самою реальністю.

Висновки. Інформація пов'язана з реальністю, але не однозначно. Вона не лише моделює реальність, але й конструює її образ у свідомості споживачів. З цим пов'язані особливості функціонування інформації в суспільстві.

Список використаних джерел

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.
2. Дем'яненко В. М. Інформаційна гігієна в епоху «постправади». *Молодий вчений*. 2017. № 9.1. С. 46–50.
3. Harari Y. N. *Nexus: A Brief History of Information Networks from the Stone Age to AI*. Random House, 2024. 528 p.