

Информационные потребности и интересы личности: связь и соподчинение общего и частного

Л. В. Мрочко¹, А. И. Пирогов²

¹ *Московский гуманитарный университет*

² *Национальный исследовательский университет «МИЭТ»*

Рассматриваются сущность и содержание понятий «информационные потребности» и «информационные интересы» с онтологической и гносеологической точек зрения. Обосновывается мысль о том, что природа информационных потребностей человека имеет объективное начало, а информационные интересы личности носят субъективный характер. Раскрываются причины неполного восприятия информации потребителем и ответственность производителя информации перед обществом. Исследуются информационные интересы личности в рамках социально-политической активности. Делается вывод, что потребление информации опосредуется не только социальными условиями жизнедеятельности человека, но и его психологическими и психофизиологическими особенностями, определяющими связь и соподчинение общего и частного. Утверждается необходимость дальнейших исследований данной проблемы в социально-гуманитарных науках.

Ключевые слова: информация; информационное взаимодействие; информационные потребности; информационные интересы.

Сегодня уже можно с уверенностью сказать, что категория «информация» стала общенаучным достоянием. В научной среде активно разрабатываются политические, экономические, социальные, культурные и многие другие аспекты этого многогранного понятия. Однако большинство проблем, связанных с информацией, рассматриваются в рамках сугубо технических дисциплин, например, информатики. И сегодня с обложек учебников не сходит броское и модное — «информационные технологии». Причем это учебники для самых разных специалистов — от менеджмента и маркетинга, банковской сферы и финансов до туризма, рекламы и лингвистики. Первоначально похожие обстоятельства складывались и для понятий

«информационная потребность» (см.: [1; 2; 3; 4] и др.) и «информационный интерес» ([5] и др.).

Спустя некоторое время ученые вынуждены были признать, что понятие «информационная потребность» как одно из центральных в науке и практике, как важное и многоплановое понятие до сих пор остается недостаточно изученным по существу, хотя информационным потребностям и их эффективному удовлетворению посвящено много специальных исследований. Это парадоксальное положение объясняется тем, что упомянутые исследования проводились с чисто практическими целями, а именно с целью разработать способы более полного удовлетворения потребностей конкретных категорий и групп ученых и специалистов,

и мало затрагивали само содержание информационных потребностей как явления [6].

Действительно, понятие «информация» родом из кибернетики. Вместе с тем существуют различные виды и типы информации, в том числе социальная и массовая информация, циркулирующие в социуме. Поэтому особый интерес в плане исследования представляют работы, в которых с достаточной глубиной исследуются общепhilosophические проблемы информации и четко выражено стремление осмыслить место и роль информационных процессов в развитии личности и общества в целом.

К их числу относятся и работы, рассматривающие понятия «информационные потребности» и «информационные интересы». Впервые термин «информационные потребности» был использован журналистом Робертом Тэйлором в статье «Способ задавать вопросы», опубликованной в журнале «Америкэн документейшн» в 1962 г. [7]. В статье Тейлор попытался описать, как индивид, сознательно или бессознательно, получает ответы на свои вопросы от информационной системы.

Существует немало определений понятия «информационные потребности» [8]. Не вступая в полемику с авторами научных работ, посвященных исследованию информационных потребностей общества и личности, и учитывая тот факт, что понятие «информационные интересы личности» по-прежнему нуждается в более глубоком и детальном изучении, выскажем свою позицию относительно данных понятий.

Исследование проблем массовой коммуникации предполагает рассмотрение вопросов информационного взаимодействия, как разновидности массово-информационной деятельности людей. Как известно, для производства

и передачи информации люди вступают в определенные отношения, от которых зависит результат их совместной деятельности [9]. Следовательно, рассмотрение конкретных ситуаций информационного взаимодействия, в которых проявляются *информационные потребности и интересы* индивидов и социальных групп, дает возможность раскрыть содержание информационных процессов в целом.

Процесс информационного взаимодействия во многом противоречив и характеризуется наличием факторов, влияющих на его течение не только сознательно, но и стихийно. Здесь действует система сложнейших опосредований, в результате объективные цели, стоящие перед производителем информации и заключающиеся в достижении определенных эффектов влияния на сознание потребителя информации, порой вступают в противоречие с информационными запросами индивида [10].

В информационном общении участвует в действительности не абстрактный потребитель, а живой, реальный человек, обладающий сознанием и самосознанием, воспринимающий и усваивающий информацию. При этом выявляется и формируется общность (различие) взглядов, убеждений, настроений, интересов, достигается (не достигается) взаимопонимание. Иными словами, в общение вступают активные личности. Они выражают не только согласие или несогласие, но и определенное отношение к содержанию информации, каналу ее передачи, своему собеседнику.

Эмпирически можно установить, что далеко не вся информация воспринимается и усваивается конкретным потребителем, часть ее остается за пределами восприятия. Как и почему это происходит? Известно, что любая деятельность

человека, в том числе в сфере производства и потребления информации, направлена на удовлетворение его потребностей и интересов. Потребности и интересы выступают основными побудительными силами любого вида деятельности человека и вместе с тем дают ориентиры его совершенствования как личности.

Потребности формируются в процессе развития человека под влиянием объективных условий и субъективных факторов. Содержание и разнообразие потребностей зависит от характера и масштаба его деятельности, от способов взаимосвязи с окружающей социальной средой. Эта взаимосвязь в ходе социального прогресса неизмеримо расширяется и углубляется, а в обществе действует закон возвышения потребностей. Казалось бы, все предельно ясно. И тем не менее, исследуя категорию «информационная потребность», и сегодня мы сталкиваемся с рядом нерешенных вопросов как методологического, так и социального характера.

Понятие «информационная потребность» онтологически относится к числу самых древних, а гносеологически — к самым молодым. Эта потребность существует ровно столько, сколько существует человек, но объектом исследования стала сравнительно недавно.

Информационную потребность следует рассматривать как объективную потребность человека в информации определенного содержания и формы, качества и количества (сообщениях, сведениях, данных и т. п.). Эта информация нужна человеку для ориентации в окружающей действительности, уточнения сложившегося социального статуса, для выбора линии поведения и преодоления трудных жизненных ситуаций, для достижения внутреннего равновесия и согласованности с социальной средой.

Известно, что движение массовой информации осуществляется благодаря функционированию *механизмов прямой* (деятельность — потребность — сознание — информация — деятельность) и *обратной* (информация — сознание — потребность — деятельность) *связи*. При этом механизм прямой связи является основополагающим, так как деятельность — это исходный пункт реализации потребностей вообще, а следовательно и потребности человека в информации.

Информационный цикл овладения способами целесообразной деятельности состоит из следующих этапов: *деятельность — осознание неопределенности — потребность в информации — поиск и обнаружение информации — отбор необходимой информации и ее осмысление — включение информации в связь с имеющимися сведениями (знаниями) — выработка норм и правил действия — принятие решения — реализация решения в деятельности*.

Информационная потребность, прежде чем выступить непосредственным побудительным моментом для деятельности человека, опосредуется его сознанием, духовной сферой и т. д. Только после этого и в результате этого она проявляется на поверхности реального процесса деятельности в особо осознанных формах: *информационных интересах, запросах, мотивах выбора информации*.

В данном случае понятия «информационная потребность» и «информационный интерес» различаются. Если потребность в информации объективна и может существовать вообще, поскольку задана биологической и социальной необходимостью в информационном обеспечении деятельности человека, — то «интереса вообще» не существует. Интерес всегда имеет субъективный характер. Интерес к информации возникает на основе потребности, но не сводится к ней. Человек крайне редко читает,

смотрит, слушает все, что ему предлагают, — он, как правило, обращается к тому, что его заинтересовало.

Информационный интерес зависит от многих объективных факторов. Он отражает социально-демографические, социально-политические, профессиональные и другие качественные параметры человека. Вместе с тем он опосредуется и рядом психологических факторов, например, вниманием, мотивами, направленностью личности и т. п. Этот интерес лежит в основе выбора информации, выступает в качестве фильтра, через который «просеивается» информация, и является ориентиром в постоянно расширяющемся информационном потоке.

Социальные противоречия так или иначе связаны с природой человеческого сознания, с существованием как *частных, личных интересов, так и общих, общественных интересов*. Соответственно проблема решается как на уровне обыденного сознания, так и на уровне определенного научно-теоретического осознания действительности. В первом случае потребитель выступает как гражданин, сопричастный к происходящим в стране событиям, во втором — как выразитель общественных (в том числе социально-профессиональных) интересов.

Следовательно, производитель информации призван не только удовлетворять сугубо индивидуальные интересы личности, но и активно формировать у нее общественные интересы. А значит, правильное понимание единства и противодействия общественных, коллективных и личностных интересов имеет важное методологическое значение.

Интересы потребителя информации имеют *интегрированную и дифференцированную выраженность*. Интегрированный интерес проявляется как общий интерес личности. Это интерес, который

выражает связь человека с обществом, историей, делами государства. В его основе лежат общие запросы, взгляды, представления, усваивающиеся по мере осознания им своего социального статуса, в процессе профессиональной деятельности, в соответствии со складом характера и т. д.

Особенным в интересах человека следует назвать все, что отражает его связь с коллективом, с микросредой, в которой он работает, учится, проводит большую часть времени. *Особенное* — это отраженные в сознании личности интересы той социальной группы, к которой он принадлежит. Именно через социальную среду, через коллектив человек осваивает накопленный социальный опыт и оказывается связанным с обществом. В результате у него формируется собственный интерес к социальной информации, которая помогает ему приобрести знания и навыки, необходимые для выполнения его профессиональной и социальной роли. Иными словами, *особенное* в информационных интересах потребителей информации развивается и крепнет по мере укрепления и развития связей с той средой (коллективом), в которую они включены обстоятельствами.

И наконец, *уникальное*, неповторимое в комплексе информационных интересов, есть та часть, которая присуща только данному конкретному человеку с его специфическими личностными чертами, привычками, характером. Эти особенности и определяют подход человека к выбору информации. Здесь как раз и проявляется *дифференцированный информационный интерес* — интерес особенный, сугубо личностный.

Общие, особенные и специфические (уникальные) интересы движут человеком в его поиске, отборе и потреблении информации. Разумеется, строго по ранжиру они не расположены: интересы

сочетаются и переплетаются, вступают в противоречие под воздействием обстоятельств. Сложившаяся между ними на какой-то период определенная субординация может нарушаться. В частности, далеко не всегда доминирующим выступает *интегрированный интерес*, призванный выражать главное стремление нашего современника — быть в эпицентре бурных событий, не отставать от жизни.

Конечно, социально-политическая активность позволяет точнее ориентироваться в потоках информации, оценивать, отбирать и аккумулировать информацию в соответствии со специфическими потребностями. Но социально-политические компоненты, как показывают результаты социологических исследований, не занимают приоритетное место в структуре информационных интересов человека.

Это означает: во-первых, нельзя приписывать социальной группе самостоятельное, независимое от составляющих ее личностей, существование; во-вторых, деятельность человека как социального существа не всегда носит общественный характер, ибо его собственное бытие есть не только общественная деятельность; в-третьих, воздействовать на общественное сознание и поведение людей возможно не иначе, как через воздействие на индивидуальное сознание и поведение.

Следовательно, *общественные, коллективные и личные информационные интересы личности находятся в состоянии диалектического единства противоположностей.*

Литература

1. **Коготков С. Д.** Некоторые вопросы теории информационных потребностей // Научно-техническая информация. Сер. 1. 1979. № 2. С. 1—8.
2. **Коготков С. Д.** Формирование информационных потребностей // Научно-техническая информация. Сер. 2. 1986. № 2. С. 1—7.
3. **Блюменау Д. И.** К уточнению исходных понятий теории информационных потребностей // Научно-техническая информация. Сер. 2. 1986. № 2. С. 7—12.
4. **Мириманова М. С.** Информационная потребность как психологическая проблема // Научно-техническая информация. Сер. 1. 1987. № 4. С. 1—4.
5. **Евтюхина Е. А.** К вопросу о сущности информационного интереса // Научно-техническая информация: Научн. и техн. б-ки СССР. 1991. № 3. С. 18—21.
6. **Гиляревский Р. С., Маркусова В. А., Черный А. И.** Научные коммуникации и проблемы информационной потребности // Научно-техническая информация. Сер. 1. 1993. № 9. С. 2.
7. **Taylor R. S.** The Process of Asking Questions // American Documentation. 1962. Vol. 13. Issue 4 (October). P. 391—396.
8. **Соколов А. В.** Что есть информационная потребность? // Труды Санкт-Петербургского гос. ун-та культуры и искусств. Т. 197: Анализ информации в науке, культуре, бизнесе. СПб.: СПбГУКИ, 2013. С. 7—18.
9. **Загидуллина М. В.** Информационная потребность как теоретическая проблема // Вестник Волжского гос. ун-та им. В. Н. Татищева. 2012. № 3. С. 194—200.
10. **Сальников И. И.** Основные этапы развития информационных потребностей человека // Современные наукоемкие технологии. 2010. № 10. С. 186—188.

Мрочко Леонид Владимирович — доктор философских наук, профессор кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций Московского гуманитарного университета. **E-mail:** dr.discussion@yandex.ru

Пирогов Александр Иванович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии, социологии и политологии (ФСИП), декан факультета (института) экономики, управления и права (ИнЭУП) МИЭТ. **E-mail:** egdek@miec.ru