

## СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ

Чуйко Галина Василівна<sup>1</sup>, Зварич Ігор Михайлович<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Кандидат філологічних наук, доцент кафедри психології, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3424-3348>  
Researcher ID: D-9477-2016

<sup>2</sup>Доктор філологічних наук, професор, професор кафедри психології, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2033-5054-27>  
Researcher ID: E-6591-2016

UDC: 316.776

### АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена аналізу проблеми особливостей подачі та властивостей інформації в мережі Інтернет; увага зосереджена на інформативності як основній характеристиці текстової інформації.

Зазначено, що оскільки Інтернет в інформаційному суспільстві став глобальним засобом масової комунікації, здатним до передачі значних обсягів інформації на величезні відстані в режимі реального часу, макросховищем інформації та її джерелом для багатьох людей, якість інформації у всесвітній електронній мережі є важливою проблемою, що потребує вирішення.

Констатується, що якість інформації в Інтернеті часто сумнівна, а переважаючий формат її представлення – фрагментарно-кліповий, що відображається на її інформативності як найбільш суттєвій властивості інформації, що проявляється у новизні та потрібності достовірної та надійної інформації для користувача мережі.

Наголошено, що аналіз властивостей інформації та специфіки її подачі в Інтернет-мережі демонструє брак насправді важливої для людини та соціуму, правдивої фактичної інформації, а значна частина Інтернет-повідомлень об'єктивно неінформативні.

Зроблено висновок, що для задоволення користувацького пошуку та оптимізації якості інфо-

Address for correspondence, e-mail : [editpsychas@gmail.com](mailto:editpsychas@gmail.com)  
Copyright: © Halyna Chuyko, Igor Zvarych

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

рмації в Інтернеті вона повинна бути доступною, достовірною та цінною, володіти ознаками повноти та змістовності висвітлення досліджуваної проблеми.

**Ключові слова:** інформація, Інтернет, інформаційний вплив, інформативність, знаково-символічна соціальна система, рефлексивність знань.

**Постановка проблеми.** Інформація життєво необхідна для існування, функціонування та розвитку соціуму і кожної людини, іноді від поінформованості залежить їх виживання. Якщо в минулому столітті джерелом інформації вважалися книги, газети чи телебачення, у повідомленнях яких не сумнівалися, апріорі сприймаючи їх як правдиві (що, власне, підкреслювалося і назвами газет – і ніхто не звертав увагу, що правда може бути лише одна, а не кілька), то сучасна людина, живучи в суспільстві, названому інформаційним завдяки ролі, яку в ньому виконує інформація, в тій самій мірі готова бездумно довіряти інформації, почерпнутій в Інтернеті, іноді – так само сприймаючи її як достовірну і надійну.

На думку Е.Фромма, людина з дитинства засвоює «шаблон мислення», який не передбачає критичної оцінки, «не потрібної, безнадійної і ... небезпечної» з точки зору старших і соціуму в цілому (Фромм, 1998 : 241), заставляючи її повірити, що все і так нормально. У дорослому ж віці виявляється, що ті думки, почуття і прагнення, які людина вважає своїми, настільки часто «індуковані в наш мозок ззовні», що наявність у неї власних думок – виключення із загального і очевидного правила (Фромм, 1998 : 237), але часто людина цього не розуміє. Цьому перешкоджає власти-

ве більшості псевдомислення, суть якого в тому, що людина не думає сама, а використовує чужі, запозичені думки та ідеї як власні. І висловлює певне міркування не тому, що так вважає, а через те, «що саме це від неї хочуть почути» (Фромм, 1998 : 240). Ситуація знайома і зрозуміла: у результаті людина лише грає роль, а не живе своїм життям (Фромм, 1998 : 317), так само як Інтернет грає роль всесвітньої інформаційної бази, імітуючи сховище найрізноманітнішої інформації з різних галузей знань, яка, згідно простої логіки, має бути цілком об'єктивно-правдивою (немає сенсу зберігати хибну інформацію) і забезпечувати потребу в інформації різних людей. Проте, надто важливим є питання про якість тієї інформації, яку користувач отримує в мережі Інтернет, власне, про її інформативність.

Е. Гідденсу сучасність, сучасне суспільство, представляється колісницею, що не є цілісною, а складається з різних елементів, які взаємодіють і суперечать один одному, так що будь-яка серйозна зміна всередині неї, загрожує якщо не зруйнувати її, то змінити напрямок руху (Гідденс, 2011). Це яскраве свідчення хаотичності та неконтрольованості подій у світі. Але головною причиною того, що наслідки дій соціальної системи непередбачувані, а характер її існування нестабільний, вчений

вважає не помилки «проектувальника» чи «оператора» (які також не можна було передбачити), а спосіб «пізнання соціального світу» (Гідденс, 2011 : 31), циркулярність соціального знання, його рефлексивність як ознаку сучасності, якими визначаються наслідки дії системи. Оскільки нове знання, на думку Е. Гідденса, і ми вважаємо її досить слушною, «не просто робить соціальний світ більш прозорим, а змінює його природу... в нових напрямках» (Гідденс, 2011 : 296). Тобто будь-яке знання не є остаточним, воно має форму гіпотези, яка може бути як підтверджена, так і спростована. Воно не є достовірним і може бути переглянute, оскільки рефлексивність знань означає, що знання постійно змінюються разом зі зміною соціальної практики чи ситуації, якої воно початково стосувалося і природу якої змінило. І «перегляд соціальних практик в світлі знань про ці практики» відбувається постійно (Гідденс, 2011 : 158). А достовірність систематичного знання про глобальні проблеми «усувається рефлексивністю сучасності» (Гідденс, 2011 : 293).

Можемо припустити, що проблема не в тому, що розум, *ratio*, не здатний угнатися за постійними змінами у знаннях та відповідних трансформаціях соціальної системи і світу, і йому залишається лише сумніватися в усьому, а в тому, що ці зміни перманентні, непередбачувані, а тому незворотні, з непрогнозованими наслідками, до аналізу яких не можна ні звикнути, ні застосувати знання, яке існує лише у формі гіпотези, а лише контрфактичне мис-

лення (створення ймовірної реальності за принципом «якщо б... то»).

Проте виникає закономірне питання про те, наскільки людина здатна осмислити і усвідомити те, що відбувається у країні та світі, якщо знання не лише робить це зрозумілим, принаймні, на певний час, але й, будучи рефлексивним, внутрішньо змінює все, чого початково стосувалося: з погляду логіки, ніякого вірогідного чи тим більше достовірного знання людина не має – воно постійно перебуває у стані трансформації та критичної перевірки, водночас змінюючи світ, роблячи його непередбачуваним і безконтрольним. Єдиним, що виявляється стабільним у такому світі, стає сумнів як ознака «критичного розуму», «екзистенційний вимір сучасного соціального світу», за Е. Гідденсом (Гідденс, 2011 : 32) (ознака думки – за Р. Декартом). Але розум таким рефлексивним знанням «підривається», оскільки для свого функціонування потребує принаймні базових стабільних знань.

Інтернет як «новий глобальний засіб масової комунікації», завдяки якому величезні обсяги інформації передаються на величезні відстані в «режимі реального часу», в концепції Е. Гідденса є водночас знаково-символічною і експертною абстрактною соціальною системою. Вчений зазначає, що стосовно більшості абстрактних систем людина може покладатися на «прагматичне прийняття» – адаптивну реакцію зосередженості на виживанні, сподіванні на тимчасові вигоди з огляду на непрогнозованість і непередбачуваність

подій в цілому; життя за принципом «тут і тепер» (Гидденс, 2011 : 290). Проте ця адаптивна реакція не є абсолютною панацеєю, оскільки «експертна інформація є зазвичай фрагментарною чи суперечливою» (Гидденс, 2011), що знов-таки пояснюється недостовірністю знань і можливістю їх перегляду, зміни, уточнення. Це цілком співвідноситься з інформацією в Інтернеті: за термінової необхідності її можна використовувати і покладатися на неї, але тільки тимчасово, пам'ятаючи, що ступінь її достовірності (відповідності об'єктивній реальності) лише відносний чи й сумнівний, і може бути скоригований рефлексією іншого експерта (іншою експертною системою соціуму).

Та навіть експерт не може знати все про певний предмет, володіти істинним знанням (в останній інстанції), тому «фрагментарне» знання – це те, що достеменно відомо експерту, в чому він упевнений (принаймні, на час подачі інформації). Це певним чином виправдовує (об'єктивує) фрагментарність подачі інформації в Інтернеті, однак, коли фрагментація починає здійснюватися штучно, шляхом цілеспрямованого замовчування частини інформації чи приховування її з метою здійснення певного соціально-психологічного впливу на користувача – ситуація і її сприйняття інші. Е. Фромм представляє ЗМІ як набір не пов'язаних фактів («повідомлення про людські жертви і руйнування цинічно сусідять з рекламами вина чи мила... хроніка, не задумуючись, показує роз-

биті торпедовані кораблі упереміш з показом моделей; газети спішають розмістити на своїх сторінках яку-небудь нісенітницю, висловлену новоспеченою зіркою з таким самим завзяттям, як і якусь серйозну інформацію про події в сфері мистецтва, музики та кіно» (Фромм, 1998 : 308-309)), через що людина не відчуває справжнього зв'язку з інформацією і тим, що вона означає, що «віддаляє» описані нею події, робить їх абстрактними, на межі абсурду.

На думку Е. Гідденса, будь-яку соціальну організацію можна охарактеризувати за ефективністю досягнень нею певних цілей та наданням відповідних послуг (Гидденс, 2011 : 295). У цьому контексті Інтернет значно більшою мірою реалізовує мету соціально-психологічного впливу, ніж інформування людей (хоча початково був спрямований саме на це), особливо, зважаючи на рефлексивно-нестабільний характер знання та фрагментарність його подачі, що позбавляє його достовірності та надійності. За Н. Луманом, будь-який вплив на психічну систему (індивідів) буде супроводжуватися впливом на соціальну систему (через спілкування і соціальні структури) (Pieters, 2017 : 275), тоді як У. Пітерс доводить, що спочатку розвиток електронних технологій впливає на соціальну систему, змінюючи оточення психічної системи, в межах якої розвивається людина, і так впливаючи на неї. Цю думку ілюструє Е. Гідденс, зазначаючи, що ЗМІ та інші абстрактні системи беруть участь в обмеженні досвіду людини, видаляючи

«з практики повсякденного життя всі ті форми морального досвіду, які ведуть до постановки екзистенційних питань і тим самим загрожують психологічному комфорту особистості», і замінюючи це «рутинними практиками» повсякденності (Гідденс, 2011 : 66-67).

**Аналіз досліджень і публікацій.** Якщо роль інформації, її носіїв та знань у сучасному інформаційному суспільстві потрапляє в поле зору різних науковців досить часто (Е. Фромм, Е. Гідденс, Ф. Махлуп, W. Pieters, Р. О. Шляхова, Є. Р. Манцева), то теоретичні аспекти проблеми: поняття інформації, її властивості та види, феномен інформативності, – цікавить переважно лінгвістів (І. Р. Гальперін, Т. М. Дрідзе, Н. С. Валгіна, В. Ф. Іванов, Н. Ю. Антонова, М. В. Косова, О. А. Самочорнова, Ю.А. Бабайкіна) та спеціалістів з інформаційної комунікації та безпеки (Г. Рейнгольд, П. В. Голубцов, О. К. Юдін, В. М. Богуш, В. Л. Плєскач). І, на жаль, зовсім рідко зустрічаються роботи, автори яких не лише аналізують роль Інтернету як джерела інформації, але й звертають увагу на специфіку цієї інформації, її якість (В. Ф. Іванов, С. Кузнєцова, Д. Савельєв, М. Лєпкая, З. Партико, Ю. М. Перетяцько).

Тому **мета** цієї статті – проаналізувати особливості інформації в Інтернеті у контексті її ролі в суспільстві, зосередивши увагу на інформативності як її основній властивості.

**Методи дослідження.** У статті використано систему методів загальнонаукового по-

шуку: аналіз наукової літератури з проблеми роботи, синтез, порівняння, класифікацію, систематизацію, осмислення, інтерпретацію й індуктивне узагальнення релевантних до określеного проблемного поля та мети роботи теоретичних даних.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Перш ніж аналізувати якість інформації в мережі Інтернет, розглянемо, який зміст вкладається вченими в поняття «інформація».

Термін інформація походить від латинського *informatio*, що означає роз'яснення, повідомлення, виклад. Це відомості про об'єкти та явища навколишнього середовища, їхні параметри, властивості й стани, які зменшують наявний про них ступінь невизначеності, неповноти знань (Юдін & Богуш, 2004 : 200).

Ф. Махлуп виявив основні тлумачення інформації зарубіжними вченими (Іванов, 2000), що цілком узгоджуються з розумінням цього феномена у вітчизняній науці: 1) як процесу передачі знань, сигналу чи повідомлення, тобто інформування (у словнику – «повідомлення про щось» (Словник української мови, 1973 : 42)); 2) поточні дані про змінні величини в певній галузі діяльності, систематизовані відомості щодо основних причинних зв'язків, котрі містяться у знанні як понятті більш загального класу, ніж інформація; 3) знання, передані кимось іншим чи набуті шляхом власного дослідження чи вивчення; 4)

знання про якусь особу, подію, випадок чи щось подібне («відомості про які-небудь події, ... діяльність» (Словник української мови, 1973 : 42)). Проте ми не схильні визначати інформацію через поняття «знання», оскільки це досить різні феномени: інформація – це лише ймовірнісне знання – вона може й не стати знанням, якщо не буде сприйнята, осмислена, усвідомлена та засвоєна. Крім того, знання передбачає практичне застосування інформації: сукупність даних, перевічених емпірично суспільством, соціальними групами чи окремим індивідом, яка «використовується людиною для досягнення своїх цілей та опису картини світу» (Шляхова & Манцева, 2018). З філософської точки зору, знання володіють ознакою істинності, оскільки сумнів у цьому перетворює знання на гадку, припущення. Знання, на відміну від інформації, потребує «створення складної системи оцінок зв'язку пізнавального результату з минулим досвідом та перспективами подальшого пізнання, його включення в сферу соціально-культурних цінностей та практичних потреб, методологічних і світоглядних орієнтирів, у певну галузь науки чи діяльності, цивілізацію взагалі» (Філософський енциклопедичний словник, 2002).

Закон України «Про інформацію» містить таке її визначення: інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді (Перетяцько, 2017 : 204).

Але найбільш узагальненим і повним визначенням інформації вважаємо таке: «інформація – це сукупність відомостей про матеріальний і духовний світ, про закономірності й тенденції його розвитку, які можна відтворювати шляхом передачі усним, письмовим або електронним способом», «сукупність даних, впорядкованих з певною метою, що додає їм сенс» (Плескач, 2011).

Очевидно, що різні визначення (тлумачення) інформації нічого не говорять про її зміст (якісне наповнення). Оскільки ж ми дійшли попереднього висновку, що в мережі Інтернет мала б зберігатися інформація, що володіє ознакою правдивості, а «справжніми» є лише факти (решта – контрфактичне, лише ймовірнісне), звернемося до загального розуміння цього поняття.

Отже, факт – це «дійсна, не вигадана подія, дійсне явище; те, що сталося, відбулося насправді» (Словник української мови, 1979 : 552). Тобто факт відповідає реальній дійсності, а інформація, що базується лише на фактах чи наукових припущеннях, які при перевірці дають фактичну інформацію, є цілком правдивою (достовірною). І саме така інформація мала б знаходитися в Інтернеті (як, очевидно, передбачалося його творцями).

Кількість інформації в Інтернеті оцінюється її обсягом (кількістю тексту чи розміром файлу), тоді як якість інформації для пересічного користувача оцінити неможливо за окремим виключенням: людина настільки часто звертається за відомостями до мережі Інтер-



нет, що стає здатною оцінити важливість інформації «на око», з першого погляду (чи не інтуїтивно, шляхом антиципації), однак і в цьому випадку її оцінка тим ближча до ситуації, адекватної пошуку, чим більше знайомий людині предмет пошуку, чим більше вона експерт в темі, хоча зазвичай у такому випадку до Інтернету як джерела інформації звертаються досить рідко.

Тому можемо цілком логічно припустити, що людина, яка в Інтернеті шукає відповідь на запитання, в якому вона зовсім не компетентна, чи предмет, про який вона нічого не знає (експертну інформацію), нездатна адекватно оцінити надійність, достовірність, тим більше правдивість чи достатність / повноту отриманої інформації будь-якого роду. За Е. Фроммом (Фромм, 1998), це може завершитися одним з двох наслідків: розумінням людини, що варто звернутися до спеціаліста (у «точці доступу», за Е. Гідденсом); та небажанням, а в подальшому – неможливістю мислити самостійно. В обох випадках людина буде покладатися на псевдомислення: вважати власними думки, погляди, ідеї інших людей. Зрештою, чи не на це зорієнтований і сам Інтернет як пошукова інформаційна система – абстрактна експертна система соціуму, розвиток якої – одна з тенденцій сучасного світового глобалізаційного процесу (Гідденс, 2011 : 42)? Зазначимо також, що з 2011 року пошукова система Google використовує алгоритм «Панда» для підвищення якості результатів

видачі інформації та контенту Google в цілому, відсіюючи малокорисну інформацію. Інформативність тексту дозволяє перевірити сервіс «Главред» (російськомовний) та платні сервіси «Outbrain», «BuzzSumo» та «Campaign Monitor» (Лепкая, 2017).

Найвідоміша і цитована класифікація видів текстової інформації запропонована І. Р. Гальперінім (Гальперин, 2006 : 226). Він виділяє такі її види: змістовно-фактуальну (ЗФІ) (те, що ми сприймаємо); змістовно-концептуальну (ЗКІ) (відображає ставлення автора) та змістовно-підтекстову (ЗПІ). Перший вид інформації оперує лексичними значеннями слів і «містить повідомлення про факти, події, процеси», що стосуються певного часу та реального світу чи сфери уяви. Така інформація має бути повною, оперативною, вірогідною. ЗКІ «повідомляє читачу індивідуально-авторське розуміння відношень між явищами, що описані засобами» ЗФІ, набуває емоційної оцінки, хоча втрачає вірогідність. ЗПІ містить імпліцитний зміст тексту – «приховану інформацію», «потік додаткових смислів», що виявляються «завдяки здатності одиниць мови породжувати асоціативні та конотативні значення» і «здатності речень у надфразових єдностях додавати певні смисли». Вона заснована не стільки на значеннях слів (спільних для всіх людей), скільки на тлумаченні смислу їх використання (того, що насправді мав на увазі автор).

Можемо припустити, що такий поділ

інформації на окремі види певною мірою штучний, оскільки в будь-якій текстовій інформації присутні елементи всіх трьох її видів. Так, ЗФІ в тексті іноді – приховано, іноді – очевидно містить авторську позицію щодо тих фактів, що повідомляються, що проявляється навіть у виборі, комбінуванні чи порядку подачі фактів, які стануть об'єктом повідомлення. Так само, враховуючи, що кожне слово має не лише лексичне значення, зафіксоване у тлумачному словнику, але й смисловий підтекст (що визначається мотивом його вживання), слова у ЗФІ також володіють цими властивостями.

Н. С. Валгіна за змістом тексту визначає такі види інформації: фактологічна, що відповідає емпіричному рівню пізнання; концептуальна і гіпотетична – теоретичному рівню; методична – містить опис способів і прийомів засвоєння інформації; естетична, пов'язана з категоріями морально-етичного плану; інструктивна – орієнтує на певні дії (Валгіна, 2003 : 51).

Ми схилиємося до виділення видів інформації не за змістом (суб'єктивно оцінюваним), а за формою її представлення в Інтернеті: графічної; звукової; текстової; числової; відеоінформації та комбінованої (наприклад, графічне зображення може супроводжуватися тестом чи бути символічним).

Оскільки зберігання, передача, отримання інформації (за суттю, виконуючи функцію пам'яті) в Інтернеті відбувається саме заради подальшого використання її людиною,

основні властивості інформації як системи варто виділити саме в цьому контексті, зазначаючи при цьому, що мова йде про інформацію у загальному розумінні, а не з точки зору спеціаліста чи експерта.

У науковій літературі можна знайти значну кількість різних комбінацій властивостей інформації. Зокрема, властивості інформації, виділені З. Партико (Партико, 2017) доречні, але, на нашу думку, їх можна об'єднати у два великі блоки: кількісні та якісні властивості, – додавши критерій об'єктивності / суб'єктивності їх оцінки. Тоді кількісними її властивостями (об'єктивними) варто вважати: *кількість* і *компресованість* (ущільнення та розширення інформації як «відношення обсягу її трансформованої копії повідомлення до обсягу оригіналу» (Партико, 2017 : 13)); решта – є якісними властивостями: власне *якість*, види якої можна виділити за різними принципами, серед яких, наприклад, форма подачі інформації в Інтернеті: образна, текстова, звукова, символічна, – та характер: правдива / фейкова (*tercium non datum*); істинна / хибна, з точки зору формальної логіки; *цінність* – важливість для людини; *достовірність* (вірогідність) – відповідність реальності; *складність* / *простота* (зрозумілість) – може, на нашу думку, бути стилістичною (важко сприймати), синтаксичною (важко читати), семантичною (важко розуміти) та *новизна* (досі невідома користувачу інформація). І якщо кількісні властивості інформації об'єктивні, то більшість якісних –



тією чи іншою мірою суб'єктивні і залежать від сприйняття інформації людиною.

Варто зазначити, що основним засобом існування, функціонування та передачі інформації є мова. Саме завдяки мовній формі інформація володіє такими основними властивостями:

- ⇒ доступність (ступінь можливості отримати і використати інформацію, коли це потрібно);
- ⇒ достовірність (відповідність фактам, реальній дійсності);
- ⇒ достатність (адекватність потребам людини);
- ⇒ цілісність (повнота, точність, довершеність висвітлення проблеми, «захищеність інформації від несанкціонованої зміни» (Юдін & Богуш, 2004 : 211));
- ⇒ цінність (придатність для застосування на практиці для досягнення певної мети);
- ⇒ змістовність (насиченість змістом, цінною, потрібною інформацією);
- ⇒ структурованість (адекватне форматування (оформлення) тексту; наявність взаємозв'язків між елементами інформації);
- ⇒ точність (визначається ступенем наближеності отримуваних відомостей до усього масиву інформації щодо певного питання, відповідністю реальності);
- ⇒ актуальність (значимість інформації для сьогодення, своєчасність її отримання);

⇒ адекватність (відповідність створеного інформацією образу реальності).

Наше суб'єктивне бачення дозволяє навіть ранжувати ці властивості інформації, що дає можливість виділити з них кілька основних: 1) доступність (якщо інформація в Інтернеті недоступна – втрачається значення інших її ознак); 2) цінність (необхідність інформації для конкретної людини і в певний час) та достовірність (відповідність реальності) – однаково важливі і взаємопов'язані: цінну, але недостовірну, чи достовірну, але непотрібну інформацію однаково варто ігнорувати; 3) цілісність – повнота, змістовність інформації. Тобто, якщо людині необхідна інформація, важливо, щоб вона змогла її знайти, щоб інформація була надійною і відповідала потребам людини, була повною (без лакун), цілком висвітлювала пошукову проблему, – саме інформація з такими характеристиками є бажаною для кожного користувача Інтернету. Певний парадокс полягає в тому, що людина часто знаходить в Інтернеті не ту інформацію, яка їй початково була потрібна, яку вона хотіла знайти, а лише ту, яку пропонує всевітня медіа мережа, причому на перших сторінках (тому вона сприймається як найновіша), яку дозволяє виявити «оператор» системи, однак активність появи певної інформації в Інтернет не є свідченням її важливості.

В. З. Коган виділяє такі ознаки функціонування інформації в суспільстві: розмах циркуляції, час циркуляції, напрям руху, емоційне забарвлення інформації, спосіб її виробни-

цтва та мета виробництва (Іванов, 2000).

Крім того, властивості інформації не завжди результат її оцінювання реципієнтом, іноді вони наперед визначені «оператором» системи Інтернет. Їхні оцінки можуть не збігатися: так, людина може вважати, що отримала весь обсяг існуючої інформації з предмету, що її цікавить, тоді як «оператору» системи Інтернет достеменно відомо, що він відкрив лише відсоток справжньої інформації з теми, і навіть частина з неї неправдива, або що справді надійну інформацію можна знайти на останніх із вказаних з теми пошуку Інтернет-сторінках, куди користувач насправді ніколи не добирається.

Проблема в тому, що інформація в Інтернет досить рідко володіє тими якостями, які з погляду наукової теорії є властивостями інформації: вона не завжди достовірна чи надійна, надзвичайно рідко є повною, вичерпною чи глибокою, іноді – недоступна, часто – зайве розширена (і необхідне потрібно вибирати по крихтах) або зайве (навіть навмисно) стиснута – і для її сприйняття і розуміння необхідно відновити пропущені зв'язки та смисли.

Але найбільш важливою якісною властивістю текстового повідомлення є його *інформативність*. Звернемося до наукового тлумачення поняття інформативності.

І. Р. Гальперін слушно зазначає, що поняття інформативності вживається у двох різних значеннях: коли йдеться про зняття

ентропії – «невідоме розкривається у своїх особливостях і стає надбанням знання» і – про «будь-яке повідомлення про події, факти, явища, які сталися, відбуваються або повинні відбутися в повсякденному житті даного народу, суспільства...» (Гальперин, 2006 : 39).

А. Е. Бабайлова визначає інформативність тексту як «ступінь його смислово-змістовної *новизни* для читача, яка міститься в темі й авторській концепції, системі авторських оцінок предмета думки» (Самочорнова, 2010). Це узгоджується з думкою К. Шеннона, що кількість інформації, яку отримуєш, тим більша, чим менший запас інформації з цього приводу ти вже маєш (Іванов, 2000). Тобто, ознакою інформативності тут є *новизна* інформації для реципієнта.

Н. С. Валгіна до ознаки новизни додає ознаку потрібності інформації, що робить можливим її практичне використання, зазначаючи суб'єктивність поняття інформативності: її для себе визначає читач (Валгіна, 2003). Д. Савельєв приєднується до цієї думки, вважаючи, що «чим більше в тексті нової і корисної для читача інформації, тим вища його інформаційна цінність», вважаючи інформативність одним з критеріїв якості тексту (Лепкая, 2017).

С. Кузнецова описує поняття інформативності (синонімом чого вважає якість інформації та її переконливість) як «прагнення до одночасної концентрації інформації, що передається, та зменшення обсягу матеріа-

лу» (Кузнецова, 2013). Це відповідає інтенсивному способу підвищення інформативності тексту: згортання інформації шляхом зменшення обсягу її вираження при збереженні змісту (Валгіна, 2003), – за суттю, ідея започаткована ще «бритвою Оккама». Н. Ю. Антонова пропонує інший шлях підвищення текстової інформативності: доречні метатекстові пояснення, що спростять розуміння та підвищать корисність інформації (Антонова, 2019 : 191).

П. В. Голубцов підкреслює цінність семантичної інформативності – здатності інформації забезпечити кращу якість у розв'язанні завдань з прийняття рішень за наявності невизначеності (Голубцов, 1998 : 60).

На відміну від вчених, які вважають інформативність якісною категорією, у словнику висвітлено її тлумачення як кількісного поняття: «кількість відомостей, знань про які-небудь події, чинсь діяльність і т. ін.; поінформованість» (Словник української мови, 1980 : 686).

Ми схилиємося до думки Т. М. Дридзе, яка визначає поняття інформативності просто і влучно, як «здатність тексту служити джерелом інформації», а головною її умовою є зрозумілість повідомлення для читача (Дридзе, 1984). Можна додати: таким джерелом інформативності текст є не лише у випадку наявності в ньому потрібної і цілком нової інформації для читача, але й тоді, коли вона просто цікава.

Підсумуємо: інформативність тексту означає, що інформація в ньому нова, потрібна / цікава, корисна, переконлива і достатня / адекватна користувачькому пошуку (повністю вичерпує його).

Одразу стає очевидним, що для Інтернету – це недосяжний далекий ідеал, причому навіть у випадку, якби усі зусилля його експертної системи зосередилися на цьому (з погляду контрфактного мислення). У реальності, стверджує Г. Рейнгольд, «уся потрібна інформація є в Інтернеті, треба лише знати, як знайти її й підтвердити її достовірність», проте «труднощі виникають на етапі перегляду результатів пошуку», і немає «ніякої гарантії, що результати міститимуть точну інформацію» (Райнгольд, 2011). Крім того «багато текстів не містять достатньої кількості інформації, необхідної для прийняття рішення» (Райнгольд, 2011).

Інформативність водночас є об'єктивною і суб'єктивною категорією, оскільки, з одного боку, інформативність тексту залежить від сприйняття його людиною, тому для різних людей вона буде різною, проте текст, не будучи інформативним для одної людини, не втрачає цієї якості для іншої, тобто інформативність повідомлення існує на об'єктивно-суб'єктивному рівні.

Т. М. Дридзе (Дридзе, 1984) розрізняє первинну та вторинну інформативність. І ми вважаємо такий поділ цілком доречним. Первинна визначається намірами (мотивом, ме-

тою) автора повідомлення, вторинна – відповідністю потребам реципієнта. Закономірно, що часто вони не збігаються: читач не прагне (не може) зрозуміти комунікативний намір автора, «адекватно інтерпретувати» його замисел, знаходячи корисну для себе інформацію, що відповідає цілям реципієнта (на якій не акцентує автор).

У цьому контексті закономірний висновок: інформація в Інтернеті містить первинну інформативність, і саме вона реалізовується у фрагментарних повідомленнях, створюючи вигляд (імітуючи) вторинну інформативність. Тоді як вторинна інформативність може і не проявитися, якщо інформація не зацікавить реципієнта і не включить його кліпового контрфактного мислення у пошуках ймовірного смислу (чи й підтексту) інформації. Однак використання вторинної інформативності замість первинної (що й трапляється при кліповій подачі інформації), як застерігає Т. Дридзе, «приводить до різночитань, або до псевдоспілкування» (Дридзе, 1984 : 222).

Найбільш «загальною» інформацією в Інтернеті є новини про різні події у країні та світі – як буденні, так і політичні. Однак особливістю цієї інформації є її фрагментарна кліповість: інформація категорії новин в Інтернеті (і не лише в ньому, але й в інших ЗМІ) не буває цілісною, тому не представляє собою систему, в якій пов'язані всі елементи і присутні метатекстові пояснення та внутрішня логіка. Це окремі фрагменти (а найпростіша фраг-

ментація – відсутність контексту), кліпи, логічний зв'язок між якими з метою зрозуміти, що вони насправді означають, має встановити користувач, тому не дивно, що деякі новини кожний розуміє по-різному. І такий формат подачі інформації в Інтернеті, що поступово поширюється на всі медіа, використовується в суспільстві як універсальний засіб «оптимізації маніпулювання індивідуальною свідомістю» (Чуйко & Чаплак, 2019).

Власне інформацією є зміст тексту. Більшість текстових категорій, виділених І. Р. Гальперінім (Косова, 2013 : 86), що наділяють текст смислом (можливість розчленувати текст на одиниці, когезія, континуум, інформативність, ретроспекція, проспекція, модальність, інтеграція та завершеність), у фрагментарній інформації відсутні. Н. С. Валгіна також зазначає, що надмірність чи згорнутість інформації залежить від мовленнєвих одиниць, що складають текст. Так, є напружені та ненапружені тексти. Ненапруженим є «логічно розгорнутий текст, без пропуску смислових ланок, без стрибків, без смислових лакун. Напруженим – текст, що містить стиснуту інформацію, яку читач повинен відтворити, виходячи з пресупозитивного знання» (попереднього) (Валгіна, 2003). Такі «згорнуті структури» є домінуючими в інформації з Інтернету, проте попереднє, «пресупозитивне» знання відсутнє у більшості користувачів Інтернету, а у випадку новин – в усіх. Тому інтерпретація отриманих фрагмен-

тів інформації перетворюється на пошук сенсу і логіки в хаотичному потоці не пов'язаних між собою кліпів інформації, подекуди абсурдно поєднаних. Крім того, згорнуті структури (зорієнтовані на імпліцитне сприйняття смислу інформації, на яку не вказує поверхова структура повідомлення) «можуть привести до двозначності, невизначеності, нечіткості у вираженні думки, до логічних зміщень» (Валгіна, 2003). І проблему «становить не початкова хаотичність кліпового формату подачі інформації... Справжньою кризою у сприйнятті та розумінні інформації стає ситуація множинної хаотизації кліпової інформації», коли «хаотична форма поєднується з абсурдністю змісту отримуваної інформації» і розуміння її смислу практично унеможливується (Чуйко, 2019 : 17).

Стиснення кількох речень в одне, використання термінів без визначення чи тлумачення, аббревіатур, структур неповного граматичного складу, включення формул, схем, посилань, виділення значимих частин тексту іншим шрифтом – все це прийоми, спрямовані на підвищення напруженості тексту (Валгіна, 2003) і, відповідно, малозрозумілості та складності для логічного тлумачення. Пошуки ж того, що вони означають (на відміну від того, що хотів сказати підбором цих фрагментів «оператор» системи), – це спроби зрозуміти прихований під ними підтекст. Однак, більшість людей не усвідомлюють, що в результаті отримають кожен – свій варіант вторинної

інформативності повідомлення, тоді як первинна – може залишитися прихованою, оскільки спроби знайти новини, що зацікавили користувача мережі, на іншому сайті новин завершуються схожим набором фрагментів. Тому можемо припустити, що фрагментарна за формою і абсурдна за змістом інформація насправді має бути максимально навантажена не стільки семантично (де переважає лексичне значення слів, зрозуміле більшості), скільки в плані смислу (для тих, хто схоче її зрозуміти).

На думку Е. Фромма, розрізненість фактів приводить до відсутності у людини цілісного уявлення про світ (Фромм, 1998). А фрагментарність сприйняття світу (у тому числі, й завдяки Інтернету) формує фрагментарне мислення, що служить відображенням дійсності (здатність до логічного мислення просто не встигає «включитися» за час демонстрації кліпів інформації, а пізніше, за відсутністю використання, схильна погіршуватися). Фрагментарне мислення можна вважати своєрідним видом фроммівського псевдомислення, оскільки воно, як і псевдомислення, базується на використанні чужих думок, сприйнятті їх людиною як власних: часто потік інформації настільки потужний, а фрагменти змінюють один одного так швидко, що навіть сприйняти інформацію, не те, що осмислити чи усвідомити її, – важко. Тому сприймається не її зміст, який, власне і є інформацією, а в основному форма подачі, «картинка», кліп. Для декодування, розуміння смислу зацікавленому кори-



стувачу мережі потрібно зібрати і зіставити всі фрагменти, що стосуються певної інформації, виявити, яким фактам вони відповідають (навіть тоді інформація частіше виявиться неповною, зокрема, через вплив на її цільову подачу суб'єктивного фактора). Більше того, ми сприймаємо навіть не весь фрагмент інформації в Інтернеті, а лише його частину, на яку була звернута увага (якщо внаслідок цього ми не зацікавилися настільки, щоб продовжити знайомство з фрагментом в цілому, чи шукати додаткову інформацію, хоча на це зазвичай бракує часу і сил, іноді – бажання).

Проте, аналізуючи визначення мислення у психології, необхідно зазначити, що фрагментарне мислення є значно ускладненим варіантом загального процесу мислення: йому доводиться, узагальнено і опосередковано відображаючи окремі фрагменти інформації про предмети і явища реальності та встановлюючи їхні ймовірні істотні властивості, зв'язки та відношення, відтворювати осмислену, зрозумілу дійсність. І питання виникає вже «не до процесу мислення, а до відповідних неекологічних соціальних проєктів створення інформаційно-комунікативних марафонів (потоків), спрямованих на те, щоб не дати можливості осмислити інформацію, або «спрямувати формування «потрібного» смислу», вигідного для замовників створення відповідного інформаційного потоку (Чаплак & Чуйко, 2018 : 35).

Інформація, яка найбільш об'єктивно відображає реальні події, життєво важливі для

багатьох людей, час від часу може «вкидатися» в Інтернет-простір, проте може пройти повз увагу навіть зацікавлених користувачів як через анонімність джерела чи авторства (що позбавляє його довіри) чи відсутність серед авторів знайомих «експертів» (а експертам людина зазвичай вірить, вважаючи їх цілком компетентними у своїй галузі знань), так і через відносно короткий час існування такої інформації в мережі. Адже контроль за інформацією є складовою одного з інституційних вимірів сучасності (Гидденс, 2011 : 36), в якій розвивається система нагляду та «безперервного й ієрархізованого контролю» за населенням в цілому. Причому, зважаючи на обсяги інформації, контроль може стосуватися в основному того, яка інформація потрапляє до всесвітньої павутини та рівня доступу до неї.

Цікаво також, що потік інформації в цілому (в країні, світі чи абстрактній соціальній системі (Інтернеті)) не контрольований ніким. І навіть ті (особи, установи чи держави), хто упевнений у власному контролі за характером і змістом інформації, яка транслюється на загал, насправді здатні відслідковувати/контролювати лише окремі фрагменти цього масштабного і безкінечного потоку.

У контексті сказаного не можна не згадати проблему маніпуляції індивідуально та суспільною свідомістю ЗМІ та всесвітньою електронною мережею зокрема: те, що саме ця і в такій формі інформація потрапила до

користувача, визначається не стільки її об'єктивною важливістю чи цінністю, скільки цілями того, хто вирішив саме її представити для загального огляду. Звичайно, штучно надавши їй вигляд цікавої і статус першочергової.

І це одна з причин, через що ставлення до Інтернету амбівалентне: з одного боку, його називають «сучасним інформаційним смітником», де багато «дезінформації, перекручень, спаму, шахрайства, байок і містифікацій»; з іншого, – «корисним джерелом достовірних даних» з різних галузей життя (Райнголд, 2011).

Узагальнений зміст описаних явищ в інформаційному просторі зводиться до чіткого розуміння процесу хаотизації, безладу та ентропійних явищ в суспільній свідомості та суспільному житті загалом. Відбувається довільна зміна смислів і змістів, інакше кажучи, відбувається довільна усвідомлювана чи спонтанна (ігрова) деформація імен. Це набуває характеру епідемії. Загальновідомі основи розуміння та осмислення порядку і хаосу чітко визначають межі порядку, де імена (nomen) є засобом пізнання та регламентованого ним осмислення об'єктивної реальності. Назване (поіменоване) – є пізнане й існуюче, не назване – не пізнане і не існує. Процес пізнання – це порівняння вже пізнаного (названого) з тепер пізнаваним. Найзагальніший смисл цього процесу дає усвідомлення, що збереження односторонньо чіткого змісту імен вже пізнаного та пізнаного є фундаментальною умовою збере-

ження та творення впорядкованої реальності людського існування (Лосев, 2009).

Комунікація в процесі функціонування інформації (отримання, осмислення, розуміння, обмін, збереження, творення, ін.) вимагає володіння однаковими шифруючим та дешифруючим кодами. Інакше кажучи, репродуцент та реципієнт мають розуміти один одного, спрощено – не плутати зміст імен, зміст названого. За відсутності цієї умови комунікативний зв'язок не відбувається, бо в полях шифруючого та дешифруючого кодів він перетинається мінімально, що перетворює комунікативний акт на суцільний шум (безпорядок, хаос) (Лотман, 1998; Каменская, 1990).

Загальний контекст інформаційних процесів, що демонструють тенденцію до хаотизації, дозволяє зацікавленим особам, організаціям, політичним партіям, економічним та іншим корпораціям використовувати небачені раніше технології впливу на суспільство, маніпулювання його свідомістю і поведінкою (створення позитивного чи негативного іміджу товарів і послуг, окремих людей чи спільнот, політичних сил, певних країн чи регіонів, релігій і т. ін.).

Особливо сумну і негативну роль в описуваних процесах відіграє гра як елемент усвідомленого заміщення імен, об'єктивної реальності віртуальною. Йдеться не про постмодерну інтерпретацію реальності в межах мистецтва, а про агресивне, методичне заміщення загальноприйнятих смислів у бік не-

розрізнення – індиференціації, заміщення всього всім, допущення будь-яких довільних змістів названого, аж до повністю протилежних. Гра в традиційному розумінні має чітко усвідомлювані правила і часові межі (карнавали, наприклад) (Хейзинга, 2019). У сучасній інформаційній (віртуальній особливо) реальності гра не обмежена часом, тому правила гри (точка відштовхування від об'єктивної реальності, тобто її усвідомлення) у величезної кількості людей просто зникли. Віртуальність замістила собою об'єктивність, люди ідентифікують гру з реальним життям. В цій системі координат психіка і людське мислення поступово підпорядковуються безконечному ігровому світові, де зникла бінарно-опозиційна диференціація між іменами, ознаками, властивостями і явищами, що завжди дозволяло людині усвідомлювати своє індивідуальне існування як носієві імені з чітким відокремленням гри від реальності та здатністю критично оцінювати перше і друге.

Політичні тенденції останніх років чітко демонструють, що великі маси так званого електорату значною мірою втратили здатність до критичного осмислення реальності (вибори); віртуалізація свідомості перевела в ігрову площину фундаментальні основи розуміння реального життя. Персонажі віртуального простору несподівано вриваються в об'єктивну реальність, творячи, відповідно до походження, контекст ігрової політики вже об'єктивного буття громадян.

Полюси зійшлися – об'єктивне з ігровим створює симбіоз небаченого до епохи віртуалізації контексту перемішаних та деформованих змістів і смислів, що майже не піддаються аналізу та прогнозуванню, як то було колись в класичних соціологічних, соціально-психологічних і політологічних дослідженнях.

Хаотизація в своїх тенденціях до зміщення та заміщення смислів та змістів дійшла до культивованого і бажаного багатьма стану. Чи постане Хаос? Поки що дієвих засобів протистояти йому ми не знаходимо. Гра як порядок (Хейзинга, 2019) не може бути порядком в об'єктивній реальності, бо правила і часові межі першої жодним чином не збігаються з правилами і термінами другої. Заміна (підміна), змішування різних систем поведінки і мислення передбачає втрату системи орієнтирів і напрямків руху, розуміння та формування прогнозованого майбутнього, а також критично осмисленого буття індивіда та соціуму в цілому.

Отже, сучасний розвиток інформаційних технологій, символічних експертних систем соціуму постійно випереджає адаптивні можливості людини щодо ефективного декодування та інтерпретації усе зростаючих інформаційних потоків, що створює постійне міцне підґрунтя як для маніпуляції індивідуальною та суспільною свідомістю та для поступової, але невпинної хаотизації інформаційного простору соціуму та світу з подальшою перспективою його абсурдизації та відмови біль-

шості людей робити нові невдалі спроби розібратися у смислі мало інформативних окремих фрагментів інформації, що надходить, множачись в геометричній прогресії.

**Висновки.** Якість інформації в Інтернет є важливою проблемою, що потребує вирішення, зважаючи як на рефлексивність, гіпотетичність і нестабільність соціальних знань та кліпово-хаотичний формат подачі інформації у всесвітній електронній мережі, що абсурдизує її зміст внаслідок чого людина позбавлена можливості сприймати її як систему та втрачає зв'язок із нею, так і на те, що саме Інтернет в інформаційному суспільстві став глобальною інформаційною базою і джерелом інформації для багатьох людей.

Для задоволення користувацького пошуку інформація в Інтернеті повинна бути доступною, достовірною та цінною, володіти ознаками повноти та змістовності висвітлення досліджуваної проблеми, тоді як аналіз властивостей інформації та специфіки її подачі в Інтернет-мережі демонструє брак насправді важливої для людини та соціуму, правдивої фактичної інформації, а значна частина Інтернет-повідомлень об'єктивно неінформативні (не містять потрібної та нової інформації). У тому ж випадку, коли необхідна людині інформація в електронній мережі наявна, з'являються перешкоди у її знаходженні, ідентифікації її надійності та розумінні її смислу через фрагментарність її представлення. А більшість пересічних користувачів Інтернет не здатні

адекватно оцінити надійність інформації, отриманої в мережі, яка в значно більшій мірі реалізує мету прихованого соціально-психологічного впливу, ніж інформування людей.

Сучасна Інтернет-мережа в значній мірі втратила своє початково благородне призначення бути макросховищем і джерелом необхідної людині та соціуму інформації, перетворившись на місце, де перебуває різна за якістю інформація: від правдивої і потрібної до фейкової, беззмістовної та відверто безглуздої.

**Перспективи подальших розвідок** у цьому напрямку вбачаємо у поглибленому і різноаспектному дослідженні специфіки комунікативно-інформаційного впливу в мережі Інтернет.

#### References (Transliteration):

- Antonova, N. Ju. (2019). Metatekstovoe pojasnenie kak sredstvo, povyshajushhee informativnost' special'nogo teksta. [Metatext explanation as a means of increasing the informativeness of a special text]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 5, Vol. 12, 188–192. DOI: 10.30853/filnauki.2019.5.40. [in Russian]
- Babajkina, Ju. A. (2009). Informacija/informativnost' i informativnaja struktura teksta kak kljuchevyje ponjatija tekstovoj dejatel'nosti (po vzgljadam I. R. Gal'perina). [Information / informativeness and informative structure of the text as the key concepts of textual activity (according to the views of I. R. Galperin)]. *Armija i obshhestvo*, 1. Retrieved from

- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsiya-informativnost-i-informativnaya-struktura-teksta-kak-klyuchevye-ponyatiya-tekstovoy-deyatelnosti-po-vzglyadam-i-r> (data zvernennja : 08.08.2019). [in Russian]
- Chaplak, Ja. V., & Chujko, G. V. (2018). Klipova haotychnist' jak manipuljatyvna tehnologija social'no-psychologichnogo vplyvu v kiberprostorii. [Chaotic clips as manipulative technology of social-psychological influence in cyberspace]. *Psychologichnyj chasopys* / za red. S.D. Maksymenka, 13, Vol. 3, 21–40. DOI: 10.31108/2018vol13iss3pp21-40. [in Ukrainian]
- Chujko, G. V. (2019). Sens absurdu i porjadok u haosi v konteksti informacijnogo prostoru sociumu. [The meaning of the absurd and order in chaos in the context of the informational space of society]. *Psychologichnyj chasopys* / za red. S. D. Maksymenka, 22, Vol. 2, 9–24. DOI: 0.31108/1.2019.2.22.1. [in Ukrainian]
- Chujko, G. V., & Chaplak, Ja. V. (2019). Internet jak chastyna suspil'nogo informacijnogo prostoru ta zasib manipuljacji' indyvidual'noju. [The internet as a part of the social communicative space and means of manipulation of individual consciousness]. *Tehnologii' rozvytku intelektu*, 1, Vol. 3. Retrieved from URL: [http://www.psytir.org.ua/index.php/technology\\_intellect\\_develop/article/view/405](http://www.psytir.org.ua/index.php/technology_intellect_develop/article/view/405). [in Ukrainian]
- Dridze, T. M. (1984). *Tekstovaja dejatel'nost' v strukture social'noj kommunikacii. [Textual activity in the structure of social communication]*. Moscow : Nauka. [in Russian]
- Fakt. (1979). *Slovyk ukrai'ns'koi' movy. [Dictionary of the Ukrainian language]*. V 11 t. / AN URSR. Instytut movoznavstva / za red. I. K. Bilodida. Vol. 10. Kyiv : Naukova dumka, Retrieved from URL: <http://sum.in.ua/s/fakt>. [in Ukrainian]
- Fromm, Je. (1998). *Begstvo ot svobody. Chelovek dlja sebja [Escape from freedom. Man for himself]*. Minsk : OOO «Popurri». [in Russian]
- Gal'perin, I. R. (2006). *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovanija. [Text as an object of linguistic research]*. Moscow : KomKniga. [in Russian]
- Giddens, Je. (2011). *Posledstvija sovremennosti. [The consequences of modernity]*. Moscow : Praksis. [in Russian]
- Golubcov, P. V. (1998). Informativnost' v kategorii mnogoznachnyh preobrazovatelej informacii. [Informativeness in the category of multivalued information converters]. *Problemy peredachi informacii*, 3, Vol. 34, 60–80. Retrieved from URL: [http://www.mathnet.ru/php/archive.phtml?wshow=paper&jrnid=ppi&paperid=418&option\\_lang=rus](http://www.mathnet.ru/php/archive.phtml?wshow=paper&jrnid=ppi&paperid=418&option_lang=rus). [in Russian]
- Hejzinga, J. (2019). *Homo ludens / Chelovek igrajušhij. [Homo ludens / Man playing]*. St. Petersburg : Azbuka. [in Russian]
- Informacija. (1973). *Slovyk ukrai'ns'koi' movy. [Dictionary of Ukrainian language]*. V 11 t. / AN URSR. Instytut movoznavstva / za red. I. K. Bilodida. Kyiv : Naukova dumka, Vol. 4, 42. Retrieved from URL: <http://sum.in.ua/s/informacija>. [in Ukrainian]
- Informatyvnist'. (1980). *Slovyk ukrai'ns'koi' movy. [Dictionary of Ukrainian language]*. V 11 t. / AN URSR. Instytut movoznavstva / za red. I. K. Bilodida. Kyiv : Naukova dumka, Vol. 11, 686. Retrieved from URL: <http://sum.in.ua/s/informatyvnistj>. [in Ukrainian]



- Ivanov, V. F. (2000). Ponjattja «informacija» u riznyh naukah. [The concept of "information" in different sciences]. Retrieved from URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=41>. [in Ukrainian]
- Judin, O. K., & Bogush, V. M. (2004). *Informacijna bezpeka derzhavy. [Information security of the state]*. Kharkiv : Konsum. [in Ukrainian]
- Kamenskaja, O.L. (1990). *Tekst i komunikacija [Text and communication]*. Moscow : Vysshaja shkola. [in Russian]
- Kosova, M. V. (2013). Informativnost' dokumentnogo teksta: lingvisticheskie kriterii mery. [Informativeness of the document text: linguistic criteria of measures]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2. Jazykoznanie*, 3, 19, 85–89. Retrieved from URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informativnost-dokumentnogo-teksta-lingvisticheskie-kriterii-mery>. [in Russian]
- Kuznecova, S. (2013). Kontent-strateg v novej jepohe interneta. [Content-strategist in the new Internet era]. Retrieved from URL: <https://texterra.ru/blog/kontent-strateg-v-novoy-epokhe-interneta.html>. [in Russian]
- Lepkaja, M. (2017). Chto takoe informativnost' s točki zrenija pol'zovatelja i poiskovyh sistem. Opredeljaem kachestvo teksta. [What is informativity from the point of view of the user and searching system. We determine the quality of the text]. Retrieved from URL: <https://ru.content.guru/articles/chto-takoe-informativnost-s-točki-zreniya-polzovatelya-i-poiskovykh-sistem/>. [in Russian]
- Losev, A.F. (2009). *Filosofija imeni. [The philosophy of name]*. Moscow : Akademicheskij proekt. [in Russian]
- Lotman, Ju.M. (1998). *Struktura hudozhestvennogo teksta. [The structure of the artistic text]*. St. Petersburg : Iskusstvo. [in Russian]
- Partyko, Z. (2017). Vlastyvoli informacii'. [Properties of information]. *Informacija, komunikacija, suspil'stvo 2017 : materialy 6-oi' Mizhnar. nauk. konf. IKS-2017, 18-20 trav. 2017 r. Ukrai'na, Slavs'ke.*, (pp. 136–137). L'viv, Ukraine : Vydavnytstvo L'vivs'koi' politehniky. Retrieved from URL: <http://ena.lp.edu.ua>. [in Ukrainian]
- Peretjat'ko, Ju. M. (2017). Internet jak dzherelo otrymannja informacii' : statystychnyj aspekt. [The Internet as a source of information: a statistical dimension]. *Naukovyj visnyk Polissja*, 2, 10, Part 2, 203–207. DOI:10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-203-207. [in Ukrainian]
- Pieters, W. (2017). Beyond individual-centric privacy: Information technology in social systems. *The Information Society*, 5, Vol. 33, 271–281. DOI: 10.1080/01972243.2017.1354108.
- Pleskach, V. L., & Zatonac'ka, V. G. (2011). *Informacijni systemy i tehnologii' na pidpryjemstvah.* [Information systems and technologies at enterprises]. Kyiv : Znannja. [in Ukrainian]
- Rajngold, G. (2011). Detektor figni. [Detector of bullshit]. Retrieved from URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1555>. [in Russian]
- Samochnova, O. A. (2010). Informacijna nasychenist' ta informatyvnist' tekstu. [Information saturation and informativeness of the text]. *Visnyk Zhytomyr'skogo derzhavnogo universytetu*, 52. Filologichni nauky, 225–228. [in Ukrainian]
- Shljahova, R. A., & Manceva E. R. (2018). Tipologija znaniya v SShA po F. Mahlupu kak teoreticheskij istochnik vyjavlenija tipov znaniy, okazyvajushhij

vlijanie na formirovanie politicheskogo soznaniya amerikanskogo obshhestva. [The typology of knowledge in the USA according to F. Mahlup as a theoretical source for identifying types of knowledge that influence the formation of the political consciousness of American society]. *Socio-dinamika*, 5, 44–51. DOI: 10.25136/2409-7144.2018.5.26210. [in Russian]

Valgina, N. S. (2003). *Teoriya teksta. [The theory of the text]*. Moscow : Logos. [in Russian]

Znannja. (2002). *Filosofs'kyj encyklopedychnyj slovnyk. [Philosophical encyclopedic dictionary]*. Vol. VI. Retrieved from URL: <https://studfiles.net/preview/5129867/page:35/> (data zvernennja : 08.08.2019). Kyiv : Abrys. [in Ukrainian]

### **Halyna Chuyko**

*PhD (Candidate) in Philological Science, Assistant Professor of the Department of Psychology of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi (Ukraine)*

### **Igor Zvarych**

*Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Psychology of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi (Ukraine)*

## **SPECIFICS OF INFORMATION ON THE INTERNET**

### **ABSTRACT**

The article presents the results of the theoretical study of the specificity of information messages on the Internet in the context of the role of information in modern society, focusing on the basic properties of textual information and informativeness as its necessary characteristic.

It is stated that, taking into consideration

that the information society is characterized by a reflexive learning of information, which, reflecting rapid changes in the social system and life, is not reliable or factual, but has exclusively hypothetical probabilistic character, and the growing role of the Internet as a major source of information, the quality of information on the world electronic network is an important problem that needs to be solved.

The phenomenon of information and its correlation with alike concepts (knowledge, facts) was analyzed, the main types and properties of text information, among which the special attention is focused on informativeness as the most important necessary characteristic of information messages on the Internet, were distinguished.

It was pointed out that the analysis of the properties of information and the specifics of its submission on the Internet network demonstrated the lack of really important for the person and society, true factual information, and much of the Internet messages were objectively uninformative. The situation was caused by the circumstances that the modern Internet network had lost its purpose of being a macro-repository and source of the necessary for person and society information to a great extent, becoming a place, where the different quality information: from true and necessary to fake, meaningless and candidly absurd, had existed.

It was shown that the Internet – a global means of mass communication in society, capable of rapid transmission of huge flows of informa-

tion, – was the sign-symbolic abstract social system. But we can rely on the information in it only temporary and if necessary, because its quality is often questionable, and the format of presentation – fragmentary of the separate clips of information – deprives it of not only reliability and credibility, but also of meaningfulness.

It was discovered that there were obstacles both in finding the necessary information on the Internet, and in the identification of its reliability and understanding of the meaning, caused in particular by the fragmentary-chaotic character of information's submission, oriented not so much on informing people, but on the realization of the purpose of the hidden informational-communicative influence on individual and mass consciousness.

It was concluded that in order to satisfy the user search and optimize the quality of information on the Internet, it should be accessible, reliable and valuable, should have signs of completeness and informative of coverage of the problem under study.

**Key words:** information, Internet, informational influence, informativeness, sign-symbolic social system, reflexivity of knowledge.

**Чуйко Галина Васильевна**

*Кандидат филологических наук, доцент кафедры психологии Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича, г. Черновцы (Украина)*

**Зварич Игорь Михайлович**

*Доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры психологии Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича, г. Черновцы (Украина)*

## СПЕЦИФИКА ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

### АННОТАЦИЯ

Статья представляет результаты теоретического исследования специфики информационных сообщений в Интернете в контексте роли информации в современном обществе, внимание сосредоточено на основных свойствах текстовой информации и информативности как ее необходимой характеристике.

Констатируется, что, несмотря на то, что для информационного общества характерно рефлексивное усвоение информации, которая, отражая быстрые изменения в социальной системе и жизни, не является надежной или фактической, а имеет исключительно гипотетический, вероятностный характер, и на возрастающую роль Интернета как основного источника информации, важной проблемой, требующей решения, является качество информации во всемирной электронной сети.

Проанализированы феномен информации и его соотношение с близкими понятиями (знания, факты), выделены основные виды и свойства текстовой информации, среди кото-

рых особое внимание сосредоточено на информативности как важнейшей необходимой характеристике информационного сообщения в сети Интернет.

Отмечено, что анализ свойств информации и специфики ее подачи в Интернет-сети демонстрирует недостаток на самом деле важной для человека и социума, достоверной фактической информации, а значительная часть Интернет-сообщений объективно неинформативны. Ситуация обусловлена тем обстоятельством, что современная Интернет-сеть в значительной степени потеряла свое предназначение быть макрохранилищем и источником необходимой человеку и социуму информации, превратившись в место, где находится разная по качеству информация: от правдивой и нужной до фейковой, бессмысленной и откровенно нелепой.

Показано, что Интернет – глобальное средство массовой коммуникации в обществе, способное к быстрой передаче огромных потоков информации, является знаково-символической абстрактной социальной системой, однако полагаться на информацию в нем можно только временно и по необходимости, поскольку качество ее часто сомнительно, а формат подачи – фрагментарность отдельных клипов информации – лишает ее не только достоверности и надежности, но и осмысленности.

Обнаружено, что существуют препятствия как в нахождении в Интернете нужной

информации, так и в идентификации ее подлинности и понимании смысла, обусловленные в частности фрагментарно-хаотическим характером подачи информации, ориентированным не столько на информирование людей, сколько на реализацию цели скрытого информационно-коммуникативного воздействия на индивидуальное и массовое сознание.

Сделан вывод, что для удовлетворения пользовательского поиска и оптимизации качества информации в Интернете она должна быть доступной, достоверной и ценной, обладать признаками полноты и содержательности освещения исследуемой проблемы.

**Ключевые слова:** информация, Интернет, информационное воздействие, информативность, знаково-символическая социальная система, рефлексивность знаний.

Дата отримання статті: 02.12.2019

Дата рекомендації до друку: 25.12.2019

Дата оприлюднення: 28.12.2019