

2. Devishvili, V.M., Mdivani, M.O. and Korneev, I.S. (2014). “Questionnaire of the cohesion of a sports team”, *Sportivnyj psiholog*, No. 4. pp. 60–64.
3. Krjukova, T.L. and Saporovskaja, M.V. (2014). “Individual and group tendencies of coping with difficulties in Russian families”, *Vestnik Kostromskogo universiteta im. N.A. Nekrasova. Pedagogika. Psihologija. Socianaja rabota. Juvenologija. Sociokinetika*, No. 21, pp. 71–77.
4. Krasnorjadceva, O.M., Kabrin, V.I., Muraveva, O.I., Podojnicina, M.A. and Chuchalova, O.N. (2014). Psychological practices of diagnostics and development of self-efficacy of], TSU Publishing House, Tomsk, pp. 38–41.
5. Sovmiz, Z.R. (2016), “Interrelation of individual and team coping strategies with personal and socio-psychological characteristics of subjects of group activity”, *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Pedagogika i psihologija*, No. 3 (183), pp. 142-146.
6. Boughattas, W. and Kridis, N. (2017). “Exploring relationship between cohesion and collective efficacy in Tunisian sport teams: validation of Tunisian version of the collective efficacy questionnaire for sports”. *International journal of science, culture and sport*, vol. 5(1), pp. 46-59.
7. Hampson, R. and Jowett, S. (2014). Effect of coach leadership and coach-athlete relationship on collective efficacy. *Scandinavian journal of medicine and science in sport*, vol. 24, pp. 454-460.
8. Myers, N.D. and Feltz, D.L. (2007). “From self-efficacy to collective efficacy in sport. Transitional methodological issues”, *Hand book of sport psychology*. Third edition. Eds. Tenenbaum O.T., Eklund R.C. Hoboken, New Jersey, pp. 799-819.
9. Short, S.E., Sullivan, P. and Feltz, D.L. (2005). “Development and preliminary validation of the collective efficacy questionnaire for sport”, *Measurement in physical education and exercise science*, vol. 9 (3), pp. 181-202.
10. Vieira, J.L.L., Ferreira, L., Cheuczuk, F., Flores, P.P., Vissoci, J.R.N., Nascimento, J.R.A. and Vieira, L.F. (2015). “Impact of coach –athlete relationship on the collective efficacy of young volleyball players”, *Revista Brasileira de cineantropometria a desempenho humano*, vol. 17 (6), pp. 650-660.
11. Yusel, A.S., Kokmaz, M. and Colan, F. (2013), “The analysis of collective efficacy perception of athletes playing table tennis leagues in Turkey in terms of some variables”. *Middle east journal of scientific research*, vol. 16 (10), pp. 1403-1412.
12. Zumela, L.N., Oriol, X., Telletxea, S., Amutio, A. and Basabe, N. (2016). “Collective efficacy in sports and physical activities: perceived emotional synchrony and shared flow”, *Frontiers in psychology*, vol. 6, pp. 1–12.

Контактная информация: viterana@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 23.05.2023

УДК 159.9

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОТРЕБНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И СПЕЦИФИКА ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЙ

Артур Владимирович Гараганов, доктор психологических наук, профессор, руководитель отдела исследований и разработок, старший научный сотрудник, центр «Локомотивы роста», Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва; **Михаил Павлович Бородин**, кандидат исторических наук, доцент, Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы МЧС России имени Героя РФ генерала армии Е. Н. Зиничева, Санкт-Петербург; **Андрей Вячеславович Зуев**, кандидат исторических наук, доцент, Ленинградский областной филиал Санкт-Петербургского университета Министерства внутренних дел Российской Федерации, Санкт-Петербург

Аннотация

В статье анализируются теоретико-методологические и научные подходы относительно понятия информационной потребности с точки зрения специфики ее происхождения, природы и взаимодействия с другими потребностями человека. Определяется взаимообусловленность природы информационной активности и коммуникационных возможностей личности. Показано, что коммуникативность дает возможность рассмотреть информационную потребность не как сумму разных побуждений, а как целостную, через которую проходят и специфически проявляют себя все

другие ее составляющие. При проведении исследования применены методы теоретико-методологического анализа, обобщения и интерпретации.

Ключевые слова: природа потребностей, информационная потребность, коммуникативные возможности, универсальность, цифровизация.

DOI: 10.34835/issn.2308-1961.2023.05.p503-507

INFORMATION NEED IN MODERN SOCIETY AND THE SPECIFICS OF ITS MANIFESTATIONS

Artur Vladimirovich Garaganov, the doctor of psychology, professor, head of research and development department, senior research fellow, Center "Locomotives of growth", Financial University under the government of the Russian Federation, Moscow; Mikhail Pavlovich Borodin, the candidate of historical sciences, docent, St. Petersburg University of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia named after the Hero of the Russian Federation, General of the Army E.N. Zinichev, Saint-Petersburg; Andrey Vyacheslavovich Zuev, the candidate of historical sciences, docent, Leningrad Regional Branch of the St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Saint-Petersburg

Abstract

The article analyzes theoretical, methodological and scientific approaches regarding the concept of information need from the point of view of the specifics of its origin, nature and interaction with other human needs. The interdependence of the nature of information activity and communication capabilities of the individual is determined. It is shown that communication makes it possible to consider the information need not as a sum of different motives, but as a single, integral one, through which all its other components will pass and specifically manifest themselves. During the study, methods of theoretical and methodological analysis, generalization and interpretation were applied

Keywords: nature of needs, information need, communication capabilities, universality, digitalization.

ВВЕДЕНИЕ

Специфическим качеством информационной потребности является универсальность. При рассмотрении информационной потребности мы будем исходить из очень важного замечания Пола Курца о том, что человек в своем развитии проживает глубинную необходимость не только познавать окружающий мир и собственную жизнь в его информационном понимании и значении, но и находить в этом определенную потребность в виде более полного выражения своих внутренних желаний и намерений [1].

Информационная потребность, как самая главная из текущих, настоящих человеческих потребностей, вообще присущих человеку, как такому универсальному существу, наиболее всеобъемлюща и охватывает максимальное количество внутренних побуждений и потребностей. В ней находится специфическое такое преломление и положение многих тех внутренних побуждений, через которые человек себя осознает, понимает, мыслит и развивается. Личность творческая, личность чувственная, исследующая окружающее виртуальное пространство – это, конечно, целостный виртуальный индивид. И многие из внутренних побуждений современного информационного человека имеют свою собственную основу во внутренней глубинной потребности. Но вместе с тем, наряду с ощущением необходимости познавать новые миры и пространства, и наряду с потребностью к самопознанию, к общению, к коммуникации виртуальной, к построению своей внутренней Мета вселенной и развитию собственного творчества, в сущности, в человека заложена необходимость проявить себя не просто частично на уровне определенного уровня потребностей, но и многосторонне, разносторонне, целостно, во всей полноте своей настоящей жизнедеятельности, как в реальном мире, так и в виртуальном пространстве [2]. И этой необходимости отвечает, прежде всего, информационная потребность. В этом смысле универсальность как раз является ее качественным описанием.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Многие авторы теории потребностей связывают современные потребности и потребности будущего именно с информационной и цифровой составляющей как новой частью общечеловеческих потребностей. Понятно, что в разное время речь о цифровизации и информационных компетенциях понимались просто, как использование тех или иных навыков, как потребность в коммуникации и общении с другими, как различного рода образовательные потребности, или как разновидности этих потребностей.

В действительности информационная потребность не является какой-то отдельной разновидностью или дополнением основных видов потребностей человека. На самом деле, информационная потребность, она имеет уникальную специфику, которая заключается в целостности и многосторонней перспективе жизненных проявлений человеческой личности, с ориентацией на будущий образ мира. Который гармоничным образом будет встраиваться в структуру важных жизненных потребностей человека [2].

В целом, универсальная природа информационных потребностей объясняется прежде всего, спецификой самого объекта информационных взаимоотношений в виртуальном пространстве, и самим предметом информационного потребления. Все явления и предметы окружающей действительности имеют информационную значимость для индивида. И выступают не со стороны каких-то отдельных признаков, качеств, а во всей своей целостности и индивидуальной уникальности. Это богатство и разноплановость общих, внутренних, частных, внешних, формальных и сущностных характеристик [3].

Особенно ярко эта особенность информационного объекта находится, обнаруживается в работах программистов, создающих универсальную Метавселенную. Которые описывают и предлагают пользователям перенестись с помощью VR-технологий в Метавселенные путем приобретения, покупки или взятия в аренду определенных участков виртуальной реальности с целью удовлетворения информационной потребности [5].

В современном информационном искусстве NFT также находят свое выражение все стороны и проявления информационной потребности. Все, что имеет к ней отношение, или имеет другое отношение, или вообще как-то с этим связано. Создание художественных произведений, которые широко рекламируются и продаются на ведущих аукционах мира это подтверждает. В этом смысле цифровое информационное искусство объемлет все сферы жизнедеятельности человека. Но стоит напомнить, что в настоящих художественных произведениях не бывает ничего случайного, ничего лишнего, ничего, что не соответствует принципу золотого сечения. Есть все, что необходимо. Но в информационном мире может появиться любая случайность, любая новая вводная, которая может изменить внутреннюю, потребностную ориентацию человека и перевести ее на совершенно другой уровень. То есть если в классическом понимании одна потребность завершается и дает возможность и место выходу другой потребности человека, то в информационном пространстве эти потребности формируются отчасти искусственным интеллектом, а отчасти внутренним бессознательным решением человека в силу следования мозговой деятельности и переключения между картинками, образами, символами без глубокого осмысления, без глубокого понимания того, что за этим может стоять [4].

На сегодняшний день мы понимаем, что сами информационные ценности современной жизни человека и современного информационного искусства как объекты информационного воспитания и цифрового потребления дают различные поводы для разнообразных побуждений личности. Активируют разные чувства и потребности современного человека. Причем, многие из этих побуждений не являются сопутствующими или внешними с точки зрения содержания. А просто, по необходимости подключаются в это содержание. Нельзя, конечно, упрощать и говорить о том, что информационная потребность оказывается просто суммой многих других потребностей, которые выражены в каком-то едином образе, либо в одной информационной единице.

Информационная потребность, разумеется, связана и с духовной сферой жизни человека. Это определенно новым качеством, которое образует целостность реальной и виртуальной личности, реального «я» и виртуального эго.

Сегодня информационная потребность становится в один ряд с другими потребностями человека, а, возможно, даже и пронизывает все базовые потребности. При этом, познавательные, нравственные, коммуникативные, творческие и любые другие импульсы приобретают в информационной потребности совершенно другой смысл по сравнению с тем, что определяет содержание потребности человека в познании окружающего мира, в нравственности, в творчестве [2].

Информационная потребность и познание как потребность различаются. Важно рассмотреть здесь вопрос связи с новыми аспектами проблем, сформулированными ранее.

Как следует понимать познавательный момент в структуре информационной потребности и в чем выражается его уникальность по сравнению с познавательной потребностью, как пониманием истинного мира? Истинность в произведениях искусства – это не то же самое, что истинность в прикладной науке. Истинность в информации требует отдельного рассмотрения, поскольку современная виртуальная реальность наполнена фэйковой информацией, и информацией абсолютно новых, непонятных для людей уровней. Это, прежде всего, связано с развитием высоких технологий и искусственного интеллекта [4].

Конечно, нужен и другой, новый термин, который будет адекватно выражать специфику познания информационного пространства. Вообще, в теории и практике уже давно используется такой термин, как 1 бит, являющийся единицей информации. Но эту единицу информации мы не можем использовать для описания потребности, информационной потребности личности.

Сегодня многие эксперты задаются вопросом – а что возникает в результате удовлетворения информационной потребности? Является ли это потоковым ощущением, либо радостью, о которых писали классики? Что является на самом деле убедительным доказательством сущности удовлетворения информационной потребности? Последовательный алгоритм поведенческих паттернов, который становится регулярным и замещает другой вид деятельности человека? Это большой вопрос, который нужно рассматривать с разных сторон.

Хорошо известно, что одной из потребностей человека является потребность в общении. И вот эта потребность коммуникации, она является наиболее важной и существенной для понимания природы информационной потребности. Вообще, информационная потребность не исключает из своего содержания другие человеческие побуждения. Но при этом, их смысл, а также их мера соотношения и представленности в структуре информационной потребности неоднозначны в каждом случае.

Во-первых, информационная потребность определяется ее возможностями и средствами потребления. А также внутренними запросами и интересами личности, при формировании социального интеллекта и интересами социального окружения, общности, виртуального сообщества [1]. Например, потребность, которая определяет отношение человека к новым телесериалам, во многом будет зависеть от побуждения личности к самовыражению, реализации и к формированию внутреннего архетипа героя. Для потребности человека в прочтении новых книг наибольшее влияние оказывают побуждения познавательного, соревновательного, а также информационного порядка. А потребности в участии в совместных дистанционных программах, онлайн-обучении, образовании, ими являются мотивы коммуникации и принадлежности к виртуальному сообществу.

Конечно, известны различия между группами людей с точки зрения мотивов, которые являются доминирующими в их отношении к фильмам, к информации, к социальным сетям. И они определяют потребление ими совершенно разных цифровых ценностей.

Различные мотивы, которые побуждают личность искать информацию, смотреть цифровое кино либо общаться с виртуальными аватарами, изменять свой голос и образ,

посещать виртуальные выставки, имеют достаточно широкий диапазон. Мотивов у различных категорий людей цифровой эпохи может быть множество. Но они могут объединяться в основные группы. Например, функциональные потребности – это первая группа. Потребность в определенной специфической деятельности и в отдыхе – вторая. Третья – понимание своей необходимости в виртуальном мире. Четвертая – смысл жизни, мотивы. Пятая – знакомство с новыми людьми, саморегуляция, дисциплина, поиск идеалов. Шестая – уход от жизненных трудностей и психотравмирующих ситуаций. Седьмая – потребность в приобретении новых навыков и активации сверхспособностей [2].

Стоит учитывать, что значение мотива деятельности и информационной самой потребности не всегда совпадают. Но содержание мотивов, которые обнаруживают себя в ходе опросов, дает нам возможность уточнения основного содержания информационной потребности.

ВЫВОДЫ

В ходе научно-теоретического анализа было показано, что положение о внутреннем богатстве, силе, универсальности информационной потребности с точки зрения множественно заложенных в ней побуждающих импульсов не исключает акцентирования вопроса на том, какие из этих побуждений могут оказать существенное влияние. И здесь представляется, что основное значение будут приобретать побуждения, которые связаны с фундаментальной потребностью в коммуникации.

Именно коммуникативность дает возможность рассмотреть информационную потребность не как сумму разных побуждений, а как единую, целостную, через которую будут проходить и специфически проявлять себя все другие ее составляющие. Очень важно разобраться в том, как вычленишь те варианты проблем коммуникации, которые имеют существенное значение для понимания и описания информационной потребности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гараганов А.В. Потребности современной Российской молодежи / А.В. Гараганов – Москва : Издательские решения, 2022. – 206 с.
2. Гараганов А.В. Нейросоциальный интеллект: эволюция потребностей и интеллекта человека в эпоху глобальной цифровизации / А. В. Гараганов // Самоуправление. – 2022. – № 5(133). – С. 296–301.
3. Николаева Н.В. Информационно-образовательная среда вуза в контексте смешанного обучения / Н.В. Николаева // Коллекция гуманитарных исследований. – 2022. – № 4 (33). – С. 24–30.
4. Разов, П.В., Гараганов, А.В. Цифровизация средств массовой информации как фактор влияния на доверие к искусственному интеллекту / П.В. Разов, А.В. Гараганов // Цифровая социология. – 2022. – Т. 5, № 4. – С. 90–97.
5. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2023614547 Российская Федерация. Автоматизация образовательного процесса для развития цифровых компетенций преподавателей и удовлетворения информационных потребностей студенческой молодежи: № 2023613387: заявл. 22.02.2023: опубл. 02.03.2023 / А.С. Канюк, А.В. Гараганов.

REFERENCES

1. Garaganov, A.V. (2022), The needs of modern Russian youth, Publishing Solutions, Moscow.
2. Garaganov, A.V. (2022), “Neurosocial intelligence: the evolution of human needs and intelligence in the era of global digitalization”, *Self management*, No. 5 (133), pp. 296–301.
3. Nikolaeva N.V. (2022), “Information and educational environment of the university in the context of blended learning”, *Collection of humanitarian research*, No. 4 (33), pp. 24–30.
4. Razov, P.V., and Garaganov A.V. (2022), “Digitalization of mass media as a factor of influence on trust in artificial intelligence”, *Digital Sociology*, Vol. 5, No. 4, pp. 90–97.
5. Kanyuk, A.S., and Garaganov, A.V. (2023), “Automation of the educational process for the development of digital competencies of teachers and meeting the information needs of students”, *Certificate of state registration of the computer program No. 2023614547 Russian Federation*, No 2023613387.

Контактная информация: kaf.seigd.lof@mail.ru

Статья поступила в редакцию 19.05.2023