Серия 3
ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ

Основана в 2006 г.
Выпуск 6

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ

Главный редактор

Н. В. Суслов

Члены редколлегии

Ю. Л. Аркан (Санкт-Петербург)

Д. Беннер (Берлин, Германия)

Н. А. Комлева

В. Г. Кузнецов (Москва)

Ж. Лабика (Париж, Франция)

Л. С. Лихачева

С. А. Лукьянов

А. В. Меренков

Е. Г. Трубина

Д. М. Федяев (Омск)

А. Ю. Цофнас (Одесса, Украина)

Е. С. Черепанова

Ответственный секретарь

Е. С. Ковалева

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ И СОЦИОЛОГИЯ

- Бетев А. Н.* Топология свободы в перспективе разнородного мира 5
- Латыпов И. А.* Развитие социальных качеств информации в современном обществе: философские аспекты 18

ФИЛОСОФИЯ ПОЛИТИКИ И ПОЛИТОЛОГИЯ

- Вишницева М. Н., Миронов Д. А.* Современная демократия как «капиталократия»: взаимоотношения власти и экономики в условиях глобализации 29

ФИЛОСОФИЯ ЭКОНОМИКИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА

- Мартусевич Р. А.* Монопольная рента концессионера при эластичном спросе 34

ИСТОРИЯ ФИЛОСОФИИ

- Сидоренко А. К.* Философия брака блаженного Августина 47
- Лицук А. А.* Проблема метода в философии права К. А. Неволлина 59
- Калтев В. М.* Социальный консерватизм Константина Леонтьева 68
- Халтурин Ю. Л.* Каббала, «Вселенская религия», «Мировой процесс» и религиозно-философский синтез В. С. Соловьева 85
- Щекотова Р. Р.* Философия права Б. Н. Чичерина 98

- Ширмапов Я. И.* К вопросу о религиозных представлениях Льва Шестова 107

ПРЕДСТАВЛЯЕМ КАФЕДРУ

- Кафедра теории и истории политической науки 113
- Русакова О. Ф.* Политическая дискурология: актуальность исследования и теоретико-методологические основания 114
- Глушнев С. А., Карпенко С. Л.* Коммуникативная модель современных форм популизма: неклассический анализ ... 122
- Кульчицкий С. В.* Нужна ли реабилитация конспирологии? 129
- Чесноков А. С.* Миграционная проблематика в современных парадигмах международных отношений: неореализм, неолиберализм и неомарксизм 134
- Комлева Н. А.* «Тактика атаконды» как угроза национальной безопасности современной России 145
- Мухаметов Р. С.* Национальные интересы России на постсоветском пространстве 153
- Наронская А. Г.* Общественное доверие как фактор эффективного развития российской политической элиты 163

НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ

- Вертешин А. И.* Региональные журналистика и СМИ в поддержке и оппонировании власти 170
- Авторы номера 174

И. А. Латыпов

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ

В статье рассматривается социально-философская трактовка понятия информации на основе теории дифференциации. Исследуется социальная обусловленность развития содержания этого термина. Делается вывод о том, что развитие социальных качеств информации в современном мире определяется процессами развития общественных условий дифференциации социальными субъектами новых свойств явлений или процессов, создающих возможности производить различия в последующей деятельности.

В современной цивилизации одним из важнейших социально значимых ресурсов становится информация. Роль ее как стратегического ресурса возрастает с развитием сетевых технологий, ускоряющих передачу данных и облегчающих поиск необходимых сведений. Осознание прорывных возможностей и нового смысла функционирования информации в современном обществе требует философского обобщения изменений ее социальных качеств.

Для анализа изменений социальных качеств информации необходим критический подход к ее категориальному анализу.

Термин «информация», который веками означал осведомление, сообщение о чем-либо (от лат. *informare* — изображать, составлять понятие о чем-либо), в современном обществе постепенно меняет свое содержание и становится все более многомерным.

Многие исследователи определяли различные философские измерения информации. Отечественными исследователями долгое время философский анализ понятия информации проводился на основе ленинской теории отражения. Таково понимание информации А. Д. Урсолом (информация как передающееся отраженное разнообразие), В. И. Кашперским и др. Данная трактовка информации претерпевает определенные изменения во взаимовлиянии с коммуникативистским подходом.

Так, если ранее В. И. Кашперский определял информацию как функциональное отношение, сопрягающее между собой внешние практические взаимодействия в человеческой деятельности и внутренние изменения [6, 159], то позже он пришел к другому определению: информация — это понятие, относящееся к «познавательной-коммуникативной сфере человеческой деятельности», обозначающее «совокупность сведений о каких-либо событиях и фактах» [5, 359].

Интерес многих исследователей к феномену информации связан также с возрастанием значения средств массовой информации в современном обществе. Все больше появляется социально-теоретических исследований, посвященных различным аспектам информационной деятельности. Вместе с тем понятие информации остается одним из наиболее дискуссионных.

«Споры о сущности информации, — пишет Р. Ф. Абдеев, — продолжаются до сих пор. Показательно в этом отношении, что в нашей философской науке более трех десятилетий существуют две противостоящие друг другу концепции информации — атрибутивная и функциональная. “Атрибутисты” квалифицируют информацию как свойство всех материальных объектов, т. е. как атрибут материи... “Функционалисты”, напротив, связывают информацию лишь с функционированием самоорганизующихся систем» [1, 162].

Критерием социального прогресса, с точки зрения Р. Ф. Абдеева, рассматривающего информацию как атрибут материи, является количество общественно полезной информации, проходящей за определенную единицу времени в контурах социального управления. Он настаивает на категориальном статусе информации. Однако от общих проблем развития социального управления информационными процессами он не переходит к философскому анализу развития социальных качеств информации.

Намного радикальнее информациологический подход И. И. Юзвицина. В определенной степени его информациология опирается на научные основания.

Например, в анализе степени разработанности проблемы информации он отмечает, что с «философской точки зрения информация представлялась как отражение объектов материального мира. ...В современной теории информация трактуется как мера неопределенности (энтропия) того или иного объекта или события» [17, 28].

Вместе с тем он абсолютизирует статус понятия информации вплоть до ненаучного утверждения: «Бог — это информация, и информация — это Бог вездесущий» [17, 31].

Вероятно все же, что данный тезис выдвигается в популистской надежде на привлечение интереса верующей части исследователей (и последователей) информациологии.

С другой стороны, бурное развитие информационных технологий (как вида технологий в деятельности по сбору, хранению, переработке и передаче информации) обусловило необходимость уточнения рационального понимания информации.

«Информационную технологию обычно считали “мягким продуктом”, но психология человека еще более “мягкая”. Информация — это прежде всего форма, несущая содержание, отражающая сущность явлений. Она есть “твердое” по отношению к человеческому желанию, чистому сознанию... Нет логической связи между твердым и мягким — между ними... мифическая пропасть, куда проваливаются любые рациональные построения. Информационная технология создает желанный информационный мостик, из продукта делая услугу через одушевление вещи» [14, 63].

Несмотря на адекватность характеристик информационных технологий, вышеприведенная дефиниция информации является некорректной, поскольку в ней проводится лишь формальное сопоставление парной оппозиции категорий сущности и явления с парой форма/содержание.

Для решения задач исследования необходимо такое корректное рабочее определение информации, которое выявляет не только статичные формально-содержательные ее характеристики, но и раскрывает специфику становления и развития информационных процессов и коммуникативной деятельности в современном социуме. В современной социальной теории это возможно на основе теории дифференциации.

Грегори Бэйтсон и Никлас Луман предлагают новый подход к информации, понимающейся как «некое различие, производящее различие в более позднем событии» [12, 34–35].

С учетом социальной обусловленности развития категории информации возможна следующая модификация этого подхода. Далее информация рассматривается как понятие, выражающее различие социальным субъектом новых свойств некоторых явлений или процессов, способное производить различие в последующей общественной деятельности.

В современном обществе люди осваивают новые социальные качества информации, выражающие новые качества человеческих (общественных) отношений. Отметим по поводу различных социальных качеств то, что они выражают «концентрации человеческого опыта», содержащиеся также и в присутствующих людям «способностях, потребностях, умениях, знаниях» [7, 196]. При этом социальные качества информации и ее количество связаны через меру ее освоения.

Количественные аспекты информации, детально описываемые в общем виде математической теорией информации, дают экстенсивные характеристики информационной деятельности. В современном же обществе более существенными оказываются факторы интенсификации информационной деятельности, выражающие прежде всего социальные качества информации.

В едином содержании понятия информации выделяются два причинно связанных различия. Информационная деятельность предоставляет избыток различий, но только «то, что на короткий или долгий срок остается в памяти, “производит различие”. Эту селективную разработку информации можно адекватно понимать лишь как системное достижение, а значит как внутрисистемный продукт. Единство информации является продуктом некоторой системы: в случае восприятия — психической, в условиях коммуникации — социальной» [12, 35].

В процессе социальной коммуникации, по Луману, информация неповторима в том смысле, что, приводя к различиям в последующей общественной деятельности, она воплощается в неинформативных данных.

Получившие известность факты СМИ непрерывно снова вводят «в систему, причем на негативной стороне кода — в качестве неинформативных сведений. И это уже само по себе заставляет заботиться о новой информации» [12, 36–38].

Таким образом, массмедиа производят потребность замещать избыточную информацию на информацию новую, так же как в экономике финансовые за-

траты порождают непрерывно возникающую потребность возместить потраченные деньги.

«Прежде место коммуникационного кода “деньги” в экономической системе занимала “собственность”, а коммуникационным ориентиром являлось различие между собственностью и ее отсутствием, мотивирующее экономические коммуникации» [2, 233].

Изменения в системе экономики Луман уподобляет трансформациям в системе массмедиа. Действительно, различие между новостью и ее отсутствием как коммуникационный ориентир в системе периодической печати замещается различием информативных и неинформативных данных в системе СМИ, мотивирующим средства массовой коммуникации.

Социальная обусловленность развития содержания понятия информации определяется в социальных коммуникациях.

«Понимание коммуникации... требует различения информации и сообщения. Поэтому истинность (доказуемость, неопровержимость) информации полностью отвечает такому наблюдению сообщения, в котором последнее предстает как контингентное, как вполне заменимое, как продукт решения и как обусловленное мотивами» [12, 64].

В этом смысле расхожее суждение о том, что тот, кто владеет информацией, тот владеет миром, нуждается в уточнении. Владеть миром будет тот, кто не только владеет всей необходимой для этого информацией, но и окажется в состоянии адекватно понимать и оценивать непрерывный поток сообщений с опорой на имеющуюся информацию в условиях дефицита времени, отведенного на принятие решения. С другой стороны, как уже отмечалось, информация проявляется в различиях, производящих различия.

Поэтому понятие информации «уже предполагает последовательность по меньшей мере двух событий с маркирующим эффектом. Но затем и то различие, которое производится как информация, в свою очередь, может быть различием, которое производит некоторое различие. В этом смысле информация непрерывно встроена в рекурсивную сеть, элементы которой вытекают друг из друга, однако в своих последовательностях могут упорядочиваться относительно более или менее невероятных результатов. Это может осуществляться как в строгой форме некоторой системы исчисления (или “расчета”), так и в ходе процессов, которые шаг за шагом вовлекают дальнейшие, незапрограммированные элементы информации, — то есть лишь по результатам переработки информации можно понять, что требуется дальнейшая информация, и то, какой она должна быть. В этом случае, пожалуй, возникнет впечатление (не важно, описывает ли себя так сам процесс или нет), что перед нами не расчет, а цепочка действий или решений. Лишь в нарративном контексте станет ясно то, чем являлось действие» [12, 86].

В то же время в этих действиях, даже если они и не запрограммированы, существует риск подверженности манипулированию как возможный негативный аспект информационной деятельности.

Контроль над средствами массовой информации позволяет владельцам медиа манипулировать массовым сознанием и навязывать собственные взгляды обществу.

Другой негативной стороной этого вопроса является маргинализация социальных слоев, не имеющих возможности оградить себя от дезинформации из-за сложностей различения манипулятивного и нейтрального информирования в процессе коммуникации.

«Понимание коммуникации состоит в ее дифференцировании на сообщение и информацию. Сообщение — есть то, что стремится преподнести мне мой коммуникативный партнер, например, попытаться меня дезинформировать или мной манипулировать; информация — это то, что я воспринимаю в его сообщении, то, что меняет коммуникацию, заставляет ее течь по-другому, например, если я распознаю попытку меня дезинформировать. Понять — значит отличить информацию от сообщения, отличить нужное для меня от вкладываемого партнером (латентного) смысла» [12, 211].

В понимании социальной коммуникации с точки зрения общественной значимости для понятия информации наибольшую ценность имеет такой вид, как социальная информация. Общественно значимые качества социальной информации и социального знания отличаются.

«Социальное знание — это построенные на основе анализа информации гипотезы и теоретические выводы, обнаруживающие неизбежность перехода системы в новое состояние и описывающие механизм этого перехода и источники сил, обуславливающие его. Понятие социальной информации и знания относительно: те сведения о различных социальных сферах социальной действительности, которые являются информацией в рамках одной системы, могут выступать как знания по отношению к системе низшего уровня. Однако социальную информацию и социальное знание следует различать по их функционированию в познании и управлении социальными процессами. По отношению к знанию информация выступает не как особый его вид, а как результат его переработки в превратную форму» [3, 24].

Так, по отношению к данным аналитическая информация содержит знание. По отношению к аналитической стратегическая информация тоже может считаться знанием. Получение и освоение новой информации дает возможность получения знаний (т. е. информация — это потенциальное знание).

С традиционной точки зрения идеальным считается систематизированное знание, характеризующееся полнотой. Информация же может быть ситуативной, субъективно интерпретируемой.

В XX в. понятие социальной информации и его значение в современном обществе обратило на себя внимание многих исследователей. Оно оказывается настолько социально значимым, что некоторые гуманитарии заявляют о приоритете гуманитарных наук в области изучения социальной информации, оказавших влияние не только на теорию массовых коммуникаций, но даже на развитие кибернетики.

Более того, «опираясь на диалектико-материалистическое понимание познания, В. Г. Афанасьев и А. Д. Урсул доказывают, что развитие теории информации началось не с кибернетики, культивирующей количественные методы, а с гуманитарных наук с их качественными подходами» [16, 132].

В любом случае развитие содержания категории «информация» и понятия социальной информации как ее вида определяется общественными условиями.

Пределы понимания социальной информации, распространяемой средствами массовой коммуникации, зависят также от пределов доступности информационных продуктов в современном обществе. Одним из социальных качеств информации в этих условиях является порождение социальной памяти.

Владельцы СМИ (в том числе и государство) формируют информационную реальность, в которой они господствуют. Управление информационными структурами функционально сочетается на различных уровнях с управленческими структурами общества. Тем самым в современном обществе информация обретает социальные качества, создающие новые возможности для управленческой деятельности.

При этом «последовательность операций, перерабатывающих информацию, производит саму собственную правдоподобность... подобно тому, как в технологиях процесс закрывается от неконтролируемых влияний из внешнего мира. То, что произвело различие, затем приводит достаточные основания для определения дальнейших возможных различий. В этом смысле процесс порождает и транспортирует произведенную им самим и постоянно обновляемую неопределенность, которая зависит от дальнейшей информации. Он живет за счет самопорожденных неожиданностей, выстроенных им самим напряжений, и как раз эта фикциональная закрытость являет собой именно ту структуру, которая позволяет различать реальную и фиктивную реальность и пересекать границу, проникая из одного царства в другое» [12, 87].

Кроме того, опубликование информации лишает ее ценности новизны, превращает ее в неинформативные сведения и создает необходимость новых потоков сообщений.

Поэтому одно из социальных качеств средств массовой информации обнаруживается в постоянном порождении неожиданной информации и «переработке раздражений, а не в умножении познания, социализации или прививании нормативного конформизма» [12, 152].

Особенно актуально это для информационного общества. Как известно, информационным можно называть общество, формирующееся в постиндустриальной фазе развития цивилизации на основе развития информационных технологий, характеризующееся возрастанием роли производства информации и сферы информационных услуг.

Формирование информационного общества в России обуславливает существенные изменения социальных качеств информации. Эти изменения в определенной степени связаны с формированием социально-правовых качеств информации. Например, на основе принципов регулирования информационных

отношений, изложенных в статье 3 Закона РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» 2006 г. [4], выделяются определенные нормативно-правовые характеристики социальных качеств информации.

В соответствии с этим можно выделять следующие социально-правовые характеристики: общепризнанную необходимость обеспечения свободы поиска, получения, передачи, производства и распространения информации любым законным способом; значимость открытости информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления и свободный доступ к такой информации, кроме случаев, установленных федеральными законами; необходимость равноправия языков народов Российской Федерации при создании информационных систем и их эксплуатации; востребованность обеспечения информационной безопасности; ценность достоверности информации и своевременности ее предоставления; общепризнанную значимость неприкосновенности частной жизни, недопустимости сбора, хранения, использования и распространения информации о частной жизни лица без его согласия.

Тем не менее, несмотря на новые возможности обобщения социально-правовых характеристик и разработку принципов правового регулирования отношений по поводу информации, сама информация перестала считаться объектом гражданских прав в новой редакции Гражданского кодекса РФ.

Это является выражением фактической неготовности к определению гражданских прав на информацию, которая связана как с устаревшим понятийным аппаратом (необходимость его смены должна обосновываться социальной философией и философией права), так и с сохраняющейся неготовностью социума к реальному существенному расширению информационных прав.

Необходимо формирование нового мыслительного аппарата, способного выражать и создавать возможности осмысления функционирования прав на информацию (в том числе и собственности на информацию [9]).

Кроме того, появление конкуренции на рынке информационных услуг в России требует большего внимания к тем ресурсам и новым возможностям, которые позволят социальным субъектам российского информационного пространства выжить в конкурентной борьбе.

В частности, необходим анализ объектов авторского права как важнейших ресурсов интеллектуальной деятельности авторов творческих произведений в сфере науки, литературы и искусства.

В самом деле, «нормы авторского права не распространяются на весь цикл обращения информации в информационной сфере. Полностью выпадает из сферы действия авторского права такая важная группа субъектов, как потребители информации» [8, 191].

Сложность всех вышеприведенных вопросов постоянно нарастает на практике, тогда как теоретическое обеспечение для их решения не разработано. Действительно, социальная теория или же пытается решать подобные вопросы по-старому, или же не решает их вовсе.

«Проблема становится еще более актуальной при “перенесении” механизма авторского права в информационные сети и в Интернет. Таким образом, можно говорить о недостаточной урегулированности отношений по поводу информации» [8, 191].

Наряду с философско-правовыми можно выделять и философско-экономические аспекты социальных качеств информации. Одним из важнейших социальных качеств информации является ее стоимость.

Рыночную стоимость информации на определенном материальном носителе можно оценить следующим образом. Она складывается из себестоимости носителя, затрат на создание (или поиск и сбор) и подготовку информации, а также некоторой надбавки, определяемой субъектом собственности на данную информацию на основе определенных субъективных и объективных условий рынка информационных продуктов и услуг.

Более сложно оценить информацию на виртуальном носителе [8, 77], поскольку для обеспечения правовых условий определения владельца или разработчика электронных документов необходимо совершенствование средств электронной цифровой подписи (правовой статус которых закреплен Федеральным законом об электронной цифровой подписи от 10.01.2002) [13].

Возможна покомпонентная оценка более сложных информационных продуктов — составных информационных объектов [8, 77–79]. При этом необходимо оценивать стоимость самой информации (содержание которой включает сведения из различных информационных систем), технических средств (ЭВМ, средств связи и коммуникации), программных средств (общих, специальных и др.), баз данных (подбор и расположение материала), требуемых помещений, оборудования, копировальных и оргсредств, труда персонала, обеспечивающего эксплуатацию и развитие информационной системы [8, 77–79].

Фактически в данном аспекте проводится аналогия стоимости информации как ее социального качества и стоимости вещественных объектов собственности. Тем не менее, несмотря на прежнюю эвристичность и определенную эффективность, эта аналогия в современных условиях является нестрогой.

Действительно, «социальные и сверхчувственные качества вещей были первоначально представлены в формах абстрактных и деиндивидуализированных. Одномерное представление о социальных качествах вещей не может быть достаточной характеристикой бытия вещей, тем более людей. ...Дальнейшее развитие познания показало: сфера действия логики вещей ограничена круговоротом стандартных орудий, средств, продуктов обеспечения человеческой жизни, сводимых к простым функциям, операциям, взаимодействиям. В стандартном “формировании” вещь не раскрывает ни потенциала человеческих способностей, участвующих в этом “формировании”, ни многомерности свойств природного материала, включенного производством в создание вещи» [15, 104].

Тем более невозможно раскрыть многомерность свойств информации в стандартном понимании ее вещественных носителей.

Неприменим стандартный подход и к духовной собственности, выражающейся в определенной информации. Социальные качества такой информации определяются социальными качествами выражаемой ею духовной собственности [10].

В свою очередь, духовная собственность какого-либо социального субъекта связана с его собственной информацией [9, 11].

Необходим переход к осмыслению развития творческих способностей к разработке новых информационных продуктов. Востребованность этого перехода осознается в связи с признанием того, что назрел вопрос о переходе к процессуальной трактовке многомерности социальных качеств как вещественных носителей, так и самой информации.

«Проблема многокачественности вещи осознается в достаточной степени тогда, когда социальные вещи или предметы начинают обнаруживать свою связь не только с абстрактными социальными стандартами, не только с необходимыми человеческими потребностями, но и с динамикой различных человеческих сил, творческих способностей» [15, 104].

При этом социальным качеством информации является способность фиксировать динамику творческих способностей в общественной деятельности. Соответственно к социальным качествам информации можно отнести способность фиксировать результаты и возможности дальнейшего развития инноваций в общественной деятельности. Эти социальные качества информации можно назвать инновационными. Такие социальные качества информации выражают в значительной степени динамику развития творческих способностей социальных субъектов к использованию различия новых свойств явлений или процессов для того, чтобы производить различия в новых видах последующей деятельности.

С инновационными социальными качествами информации тесно связаны креативные. Они проявляются в творческой самореализации субъектов информационной деятельности и характеризуют степень новизны используемой информации.

Социализирующие качества информации на основе ее эффективного использования в современных условиях выражаются в новых возможностях социализации ее субъекта и достижения консенсуса с другими субъектами общественной деятельности.

Объединительные (интегративные) качества информации реализуют новые возможности формирования и развития целостности, единства социальных структур и новые перспективы общественного диалога в условиях информационной цивилизации.

Изменения аксиологических социальных качеств исследуемого понятия в современном обществе проявляются в том, что наиболее ценной становится та информация, которая при использовании дает наибольшие возможности достижения успеха в общественной деятельности.

Оценочно-нормативные социальные качества информации связаны с тем,

что она может выступать в качестве основы формирования различных нормативных предписаний и ожиданий, а также оценок информационных процессов в общественной деятельности.

Изменения гносеологических социальных качеств информации выражают рост значения ее усвоения и переработки для познания изменений новых возможностей и угроз для конструктивной общественной деятельности.

Телеологические социальные качества характеризуют возможности целеполагания в процессе информационной деятельности и степень ее целесообразности.

Наряду с указанными выше социальными качествами информации, которые можно считать позитивными, отметим и негативные. В самом деле, в современном обществе открываются неограниченные возможности для информационной власти над массовым сознанием. Фактически это означает возможность контроля информационной деятельности и манипулирования ею.

Кроме того, к негативным социальным качествам информации относится проблема информационного неравенства.

Негативные изменения социальных качеств информации также связаны с развитием информационного неравенства как следствием развития новой формы расслоения общества, выделяющегося по основанию доступности и возможности обладания информацией.

Таким образом, развитие социальных качеств информации в современном мире определяется процессами развития общественных условий различения социальными субъектами новых свойств явлений или процессов, создающего возможности производить различия в последующей деятельности. Соответственно необходимо создание общественных условий для ограничения негативных и всестороннего развития позитивных социальных качеств информации.

Литература

1. Абдеев Р. Ф. *Философия информационной цивилизации*. М., 1994.
2. Антоновский А. Ю. Массмедиа — трансцендентальная иллюзия реальности? // Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005. С. 221–248.
3. Батурина Т. Г. *Информация в политическом процессе*: Дис. ... канд. филос. наук. Новосибирск, 2003 [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.diss.rsl.ru>, 2003
4. Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ) // КонсультантПлюс, 2006. [Электрон. ресурс]; Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, 2006
5. Каштерский В. И. *Информация* // Современный философский словарь / Ред. В. Е. Кемеров. Л.; Франкфурт н/М; М., 1998. С. 359.
6. Каштерский В. И. *Отражение и функция (роль процессов отражения в детерминации развивающихся систем: философско-методологический анализ)*. Екатеринбург, 1989. С. 8–159.
7. Кемеров В. Е. *Качества социальные* // Социальная философия: Слов. М., 2003. С. 196.
8. Копылов В. А. *Информационное право*. М., 2003.

9. *Латыпов И. А.* Собственность на информацию как социально-философская проблема. Ижевск, 2007.
10. *Латыпов И. А.* Социальные качества духовной собственности (философские аспекты) // *Личность. Культура. Общество.* 2007. Т. 9, вып. 4 (39). С. 224–232.
11. *Латыпов И. А.* Философские аспекты проблемы собственности на информацию в современном обществе // *Изв. Урал. гос. ун-та.* 2007. № 48. (Обществ. науки; Вып. 2). С. 35–43.
12. *Луман Н.* Реальность массмедиа. М., 2005.
13. Об электронной цифровой подписи: (Федеральный закон) // *Российская газета.* 2002. № 6. 12 янв.
14. *Райков А. Н.* Самоорганизация в эпоху «электронного либерализма» // *Информационное общество.* 2005. № 6. С. 58–64.
15. *Современный философский словарь.* М., 2004.
16. *Шайхитдинова С. К.* Информационное общество и «ситуация человека»: Эволюция феномена отчуждения. Казань, 2004.
17. *Юзвизин И. И.* Основы информациологии. М., 2000.

Рукопись поступила в редакцию 29 июня 2007 г.