

真与价值:社会信息的基本问题检视

蔡东伟

(东华理工大学 马克思主义学院,江西南昌 330013)

[摘要] 社会信息范畴的“真”与“价值”问题、以及围绕真与价值的相关论题是深化社会信息本身的哲学研究的一个重要入口。从社会信息的结构分析,其中“三态三质”信息构成,决定社会信息是真与价值的契合体。真理性信息创制是一个包含“三阶距离”及多重信息组合的中介建构过程,社会生态与工具系统最大化地制约了社会信息的创制。基于以上认识又讨论了社会信息真相共识、社会信息体的现实化以及社会信息消费中的生态与核心价值信息等问题。

[关键词] 社会信息;真;价值

[中图分类号] B023.3

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6973(2014)05-0030-05

一、关于社会信息论的 哲学研究及其思路

社会信息论的一般哲学研究承担着为各具体的社会信息学科提供基本的理论前提与方法论原则,可以作为人文社会科学与自然科学各学科不断加强内部整合与创新的纽带,从而有利于实现当代科学,尤其是社会科学中的基础理论的问题、论域、观点和理论本应具有的统一性关系。在中国,学者们对“社会信息论”的理论、体系与方法进行了大量的原创性研究,然而,在社会信息论领域的研究最为薄弱的则是其基础理论部分。随着现代科学技术的发展,科学研究在不断地加强其各具体学科内部的整合与创新,进行学科之间的交叉和互动。显然,社会信息范畴,对于整合当代科学和当代文化与当代哲学的研究是一个重要的概念创新与契合点。因此,关于社会信息范畴的“真”与“价值”问题、以及围绕真与价值的相关论题是深化社会信息本身的哲学研究的一个重要入口。

作为一种横断性、综合性研究,社会信息的哲学研究的主要思路应基于对信息作为物质世界的间接存在的一般界定、社会信息的社会本质的一般

认识的存在论转换,以一种整体视角对各种具体的分支社会信息学科加强整合与创新,实现对社会信息的社会存在论意义的揭示。由此,社会信息论的哲学研究可分为两种基本类型,一种是“形而上”的研究(以研究社会信息的真相与真理问题为核心),一种是“形而下”的研究(即具体围绕着有关社会的现实与实践问题)。这两种类型研究常常是相互贯通的,没有截然分割,它的研究路向是对各种具体的分支社会信息学的一般概括。

二、社会信息:真与价值的信息契合

社会信息概念的范畴是多维的,它不仅有着自然特性,还有着鲜明的人类学特征,后者甚至更有意义的。

在信息自身的运动和发展历程中,从信息的哲学本体上看,信息呈现出了“自在、自为和再生”三种基本式态。^{[1]47-55}自在信息本质上是一种自然信息,从其与人的关系来分析,它是信息还未被主体把握和认识的形态。自为信息是自在信息的主体“直观”把握的形态。人类思维过程所产生的区别于自在、自为信息的新的信息,定义为再生信息,它是信息的人类主体创造性的形态。社会信息活动无疑首先是对“自在信息”的超越。从本体论上看,

[收稿日期] 2014-03-12

[基金项目] 本文受江西省教育科学“十二五”规划课题资助。(课题编号 11yb304)

[作者简介] 蔡东伟(1979-),男,汉族,河南鹿邑人,哲学博士,东华理工大学马克思主义学院教师,研究方向马克思主义基本理论、信息哲学。

“自在信息”总是有着向“自为、再生信息”转换的可能。因为,“自在信息”在获得现实形态与意义,也即实现从“自在”(自然)到“社会”信息的飞跃过程中,“为我之物”仍有不依赖于人的意识及其活动的一面。这种不依赖人的规定包含着某种“自在”性,意味着“信息”由广义实践过程而外化于现实的存在,即社会信息仍然有其“自在信息”的必然构成。从根本上说,人作为社会信息活动的主体,其存在本身即以“自在”为其本体论的前提,这一事实既决定了人在走进社会的同时难以割断与自然的联系,这实为规定了“自在、自为、再生”三态信息之间具有连续性。因此,正如郭焜教授所认为的,社会信息,就其本来的内容来讲,它并不是一个独立的信息形态,而是在社会实践过程中显示着的“三态”信息的统一。^{[1]61-64} 在信息的哲学分类中,信息有着“三级质”的变换。^{[1]61-64} 因为,任何物体,首先是一个具有内在结构和状态的物质的直接存在形式,所以,由这个物体所产生的信息场,必然首先以该物体本身的直接存在为其显示的第一层级的内容。但是,任何物体又都已经信息体化了,所以,当物体自身的结构和状态在信息场中显示出来的时候,凝结在这个结构和状态中的信息也便一同显示了出来。这部分信息便是信息场中显示着的第二层级的内容。而当以人类意识的能动作用,对信息在相互关系中的属性考察,不是以客观为准绳,而是以主观为规定时,信息就具有了第三性级的质的意义。这即表明世界存在着从物质的直接存在到其信息态、又到包含主体意识的社会信息态的“三阶距离”。显然,社会信息结构中的三态信息(自在信息、自为信息和再生信息)构成与三阶距离结构决定社会信息是一种“真与价值”的深度契合的信息体。

三、社会信息的创制及其真理性

社会信息的创制就是对感知、记忆的社会信息(自在、自为、再生三态信息)的加工改造,通过对“已有”的社会信息产生出“未有”的“社会信息”,正如“创制”,这个概念在现代汉语中,释义是“初次制定(多指法律、文字等)”;在伊斯兰教律法中,创制,即“伊智提哈德”(ijtihad),指对《古兰经》、圣训和“公议”中都没有论及的问题所作的分析。一定程度上,社会信息创制的特点实现了社会信息结构中的“三态三质”的统一特性,是一个经过多级工具中介的、自觉自愿、自择自控、自发自知的过程。需要说明的是,社会信息创制活动本质上应视为一个思维过程。这是因为思维过程所产生的是区别于自在、自为信息的有着新质的信息,如信息的第三性级的

质;显然,只有人类的思维活动才能真正契合信息的创制本性。

面对一些陌生繁杂的人际交往,是非对错,立场到底在哪里,真相在哪里,真理在哪里,是一个难题。无论对于个体、还是集体、国家,甚至人类命运共同体这其实也是一个首要的主题。显然,“真”应该是我们的生活最需要的整理明白的一个认识论也是实践论问题,然而,“真”这个范畴本身充满争议与不确定,现在还没有形成最基本的概念上的界定共识,很不容易把握。

这里需要指出,真、真的信息与真理应该看成是非同一的概念。在社会信息认识论视域下,“客体对象本身则无论如何也不可能进入对之进行认识的主体,那能够进入主体意识的仅仅是已在诸多中介中几经变换、选择、建构过了的关于客体对象的社会信息。”^{[1]168} 也就是说,“真”只是以社会信息体为其对象的,主客体的相互作用,或者对对象之“真”的把握经由了多级社会信息中介。而对于“真”之符合论的理解就是对象信息和认识的主体信息在人类社会实现了的矛盾的统一,也可以说是在实践中的统一,而实践与认识在社会信息活动上的一致性,我们把“求真”的本质在于使自在自为、再生的“真”的社会信息通过理论的表达而显露出来。

把社会信息范畴引入真理性创制信息问题研究,结合社会信息结构中的“三阶距离”与“三态三质”的多重组合,意味着真理性信息创制的生成有着多元通道,从而真理性信息创制过程就是适合社会实践的“三元(主体、客体与中介)信息变项”相互符合、一致的关系动力下的多重中介建构过程,是关于“对象”的同构模拟。“人的任何一种认识都只能是对象信息和人的认知结构之间发生实质性相互作用所引出的一种效应结果,亦即都只能是一个价值产生的过程。”^{[1]360} 可以说,从一般性、普遍性上看,这个过程必然是信息“相互作用与差异”的、包含主体社会价值信息生成的过程。作为人类文明一种自觉意识,这个过程是“真理自觉”,它有四种基本表现:主体的价值自觉;对作为虚拟概念的“绝对真理”的辩证“自觉”,“澄明客体”与“真理的标准”的自觉。

在不同的社会阶段存在着不同性质、形式的社会信息,社会生态与工具系统最大化地制约了社会信息的创制。当今时代,最明显的特征是互联网的出现催生出虚拟社会与虚拟实践,本质上,虚拟实践活动是一种虚拟社会信息活动。因此,我们要关注网络“虚拟”对认识、把握和发展真理观所带来的

变化,如“虚拟社会”的真理,以“人机交互”、虚拟主体为鲜明特征的真理信息创制的主体创新等。

如果把在虚拟实践中生成的有真理意义的“虚拟信息”称为“虚拟真理”,那么,“虚拟真理”就是对社会信息体的“真”的反映。它必以“真”为其质,是主体信息与客体信息互相适应的“符合”、“一致”。作为一种信息化本质表现的虚拟化对于真理信息的存续与进化有着重要意义。首先将会给真理信息的创制带来新的特征,其中,最为突出的是真理信息的创制越来越表现为间接性的特征。因为,真理信息的创制过程越来越依赖于进化着的体外的物化工具的中介而展开。比如,从人类社会信息系统的发展角度来看,电子媒介促使了人的体外声音信息系统和影像信息系统的极大发展,这一定意义上带来了真理信息创制效率和质量上的飞跃。实际上,每一次重大的技术创新与工具的发明都使信息的创制方式与模式也发生了质的革命飞跃,而随着信息技术的不断发展,“虚拟实践”越来越占主导地位,可以乐观的看到,随着人类认识的复杂性程度的增大以及虚拟性程度的增强,“虚拟实践”必然为人类真理世界的进化带来了新的机遇。基于这种趋势,在真理信息的检验标准上,除了承认物质实践是检验真理的唯一标准之外,真理信息的获得越来越依靠于逻辑与思维,或者说真理,作为一种特殊的社会信息,也生成于虚拟实践活动的创制中。

四、社会信息真相共识

每天,人们都在“制造”基于“社会真相”名义的社会信息,把对所谓社会真相的描述的文字或其他之类的社会信息转化成为可以用来消费的产品,抑或以真理的名义传播、要求“顺从”。因此,今天,当在社会信息网络传播生态中关于社会真相的强权与操纵无处不在的时候,询问与研究社会真相是需要有一定的勇气的。关于它的逻辑移入到中国的现实语境中来,更是隐含着一种对持有真理优势心理的反思。

对社会真相的认识需要一个过程。然而,生命是有限的,理性也是有限的,这使得社会真相的把握更具有人类中介化、或者人类学特征。于是,一个严峻的问题摆在眼前:一段时间空间距离中的认识总是有限的,或者具体事件往往不能够产生跨越时空的界限,没有一个统一的引导人们对生活规律的普遍理解和具有普遍规律效力的跨距离阐述、创制与传播。这样,不同的社会信息的传播及其真相就如同某人涉足两个不同的领域,在理解不同社会

真相体系的表达时常常发生歧义。所以,当此种情况出现时,对待真相,恐怕首先形成某种社会共识也许是一个较为科学的态度了。当没有共识时,就会没有规则,那么,在共同体中,就不知道做什么,不做什么。

在多元、多样化社会里,人们越来越被一体交往关系纽带联结在了一起,要有对于社会真相的必要的社会信息调查和潜意识的谦虚,这就需要一种能够平衡普遍意识和地方敏感的新的世界观,以及有必要发展一种新的交往范例和方法。其中,核心问题在于基于社会信息的“三态三质”以及“三阶距离”的存在逻辑,形成社会真相共识的社会信息调查方法论。这种方法论首先承认在当代世界的融合与发展下社会真相作为一种具有距离逻辑,如表达身份、文化特征及与其他文化差异的一种认知,它通过揭露不同距离逻辑下的经验性事实,寻求是否能够适合历史定位需要,并达成某种基于社会信息传播及其真相的社会共识。其价值、规范性是否满足社会对秩序的基本需要的,对不同距离下的经验的认知和一种新型的与当代需求紧密联系的历史认知的结合。这种结合反映了作为历史知识的认知特征的客观性的要求,是产生这种知识的规范性承诺。另外,还应充分认识到当代社会与发展中的多元性所蕴含的无穷无尽的潜在优势,进而达成一种尊重多样性的基于社会真相的某种社会共识。

总之,当代中国包容多元价值的时代所能容纳的各种不同社会信息体的质与量大大超过以往,承认和接受其他人与其不同的差异性,在中国走向多元文明的对话、切磋、沟通、相砺相长的共识中,不断提高自身的真相宽容程度,对全球一体交往关系带来的真理观的诸多失序、无序状态而不慌乱有重要价值。

五、社会信息体的现实化

关于社会信息体的现实化问题的研究既是目的,也是一种实现实践共识的技术性保障,它既属于认识论范畴,也属于实践范畴。一定意义上,人的本质力量首先以人的信息活动能力为其表现形式;而人对世界的实践关系,总是相应于人的信息活动能力的不同而有不同的发展形态。因此,人的信息活动能力或者信息化水平是构成了人类真理世界样态的内在条件。从对象的人化、或者说存在着的相互作用这一维度看,人类活动最本源的形态是实践。如果说自为社会信息体还保持着与认识对象的直观对应性的话,那么,作为社会信息体的现实化往往已经超越了与具体对象的直接的直观

对应了。因此,社会信息体的现实化其实就是对象社会信息体获得其现实性,就是在社会中对象实现人化形态(对象成为人自身的对象化)。需要说明的是,并非人类创造的所有社会信息体都是可以达以客观实现的。社会信息的真理性是其社会信息的现实化的保证或根据,只有当它不仅与客观事物的本性及其运动、发展的规律相一致,而且具有实现的现实可能性时,它才有可能转化为客观现实。这一过程既通过人的本质力量的对象化而表现了人的独特存在方式,也改变了对象世界的存在形态,同时与人的存在过程形成实质的联系,并由此获得了现实的规定。所以,自在的世界不会主动地适应人,也不会自发地满足人的需要,劳动实践是人与自然联系的直接中介。

社会信息体的现实化并不仅仅表现为纯粹的物质化过程。因为它就是针对社会信息体的现实化的合法化的成就,即从内部的学术要求,以及外部压力促使基于社会信息体的真理性的重构和澄清常规中的众多社会信息体的现实化问题为研究主题,不仅关注社会信息体的现实化体系理论及概念的历史的内在研究,而且特别关注其实践层面上的政策动机。这意味着在“社会实现”中社会信息体的存在式态呈现出了“真”、“善”、“美”的品格。所以,对社会信息存在之“真”的现实化确证,与人对本然对象(物质与信息)的变革具有一致性。而事实上,化本然存在为人化存在的实质指向,就在于使自在意义上的世界成为合乎人需要。“可欲之谓善”,当本然的存在通过人的作用过程而与人的需要一致时,它无疑也呈现了“善”的价值意义。美的意义仍相对于人而言;正是在审美活动的展开与审美意识的萌生中,美的意义才得到呈现,而这一过程又以自在之物向为我之物的转换为前提和背景。^[2]因此,以人与世界的“三类(真、善、美)关系”为内涵,社会信息体既通过认识和评价活动在意识的层面得到其意义,又基于广义的实践过程而外化于现实的存在。这样,世界就由“本然”展现为“真”的、有意义的世界,同时,社会信息体实现了其深沉的内涵。

六、社会信息消费:生态 与核心价值信息

人的社会信息活动能力突出地表现为人既是社会信息生产者、社会信息传递者,又是社会信息消费者。所谓社会信息的消费指的是人们为满足物质和精神生活需要而消费社会信息。从狭义上

看,社会信息消费是直接或间接以社会信息产品及其服务为消费对象的消费活动。社会信息的消费活动受多种因素制约,其中核心因素是社会条件,即首先是一种社会性的信息消费。它有空间维度又有时间维度的特征;在不同的社会阶段,社会信息的消费存在着不同性质、模式和方式。社会信息的社会价值的充分实现,要求重视社会信息的消费,以及提高人们的社会信息消费能力。因为,从动态的视角来看,社会信息的社会价值存在着贬值、保值与增值。

通常看来,社会信息消费资源被视为是“无污染、生态化”的,然而,社会信息产品以及具有信息性符号与象征意义的物质产品,背后必然是物质性存在的支持。因此,社会信息的消费也非绝对的无损耗、可再生,也会导致自然物质消耗,产生生态环境压力,从而影响人的发展。或者说,对社会信息的不当消费,同样会引起生态资源与环境问题,严重威胁人类的生存与发展。因此,在人实现其本质和全面发展的道路上,社会信息消费也如一把双刃剑,存在着消费生态“异化”倾向。这种“异化”倾向实质上是人与自然、需求与供给之间矛盾的反映,实为人与自己的创造物——人化自然的矛盾。这种情况表明,当代信息社会发展所遇到的真正问题,首先不是有没有能力继续发展的问题,而是社会信息的社会价值问题,即是以什么样的价值观指导并规约人们对社会信息的生态化消费自觉问题。

在互联网时代,网络已经广泛渗入我们生活的各个领域。当前,我们在培育和践行社会主义核心价值观过程中必须拓展和实现网络信息消费生态下的实效,构建基于核心价值观的消费信息价值网络。在网络信息消费生态下,以培育和践行核心价值观实现对网络信息消费的价值导向中,当个体占有的价值信息不足的时候,核心价值网络的构建过程就是为了实现消费主体获得更大的价值信息。价值信息网络的建构总是要与消费主体的社会信息距离保持一种辩证关系,才会接近和建构客体。如果,在价值信息网络建构中,消费主体承受价值太重太轻,价值位势太大或太小,都明显制约核心价值观培育和践行的实效,从而宏大价值观教育也面临着风险。因此,在培育和践行核心价值观的内容与方法设计上,要让人看到在未来与现在存在着的巨大价值信息距离可以通过消费主体的努力联系起来,既将当下价值观起点与差别巨大的价值目标联系起来,在“信息动力”的推动力下实现由“我被”到“我要”的价值信息距离弥合。

总之,我们需要特别注意社会信息消费问题。从目的上看,社会信息的理性消费是社会信息问题研究的终极目的、方向所指、也是其全部研究的出发点和落脚点。因此,必须实现对信息的社会价值消费问题的关注与认知,倡导对社会信息的消费应是一种理性消费,即充分发挥其好的社会价值,不造成消费后的负作用、社会负价值,避免导致价值理性丧失的社会信息消费。

[参 考 文 献]

- [1] 邹焜. 信息哲学——理论、体系、方法[M]. 北京: 商务印书馆, 2005.
[2] 杨国荣. 意义与实在[J]. 社会科学, 2008, (4).

(责任编辑: 谢光前)

Truth and Value: Views on the Basic Issues of Social Information

CAI Dong-wei

(School of Marxism, Donghua Polytechnic University, Nanchang 330013, China)

Abstract: The issue of 'truth' and 'value' in the category of social information, together with its relevant topics, is an important entry to philosophical researches on deepening social information itself. From a structural analysis of social information, the information constitution of 'three states and three qualities' determines that social information is the fit body of truth and value. The creation of true information is a process of intermediary construction containing 'three - order distance' and combination of multiple information. Social-ecological and tools system maximize to restrict the creation of social information. On the basis of above understandings, we will have a discussion on consensus truth of social information, the realization of social information, the ecology and core value in the consumption of social information, as well as some other issues.

Key words: Social Information; Truth; Value

(上接第 29 页)

- [7] 黑格尔. 精神现象学: 下[M]. 贺麟, 王玖兴译, 北京: 商务印书馆, 1979: 126.
[8] Georg Kovacs, "Philosophy as Premordial Science in Heidegger's Courses of 1919," in Reading Heidegger from the Start: Essays in His Earliest Thought, ed. Theodore Kisiel and John van Buren, SUNY Series in Contemporary Continental Philosophy (Albany: State University of New York Press, 1994), 94.
[9] Kisiel, The Genesis of Heidegger's "Being and Time." Berkeley: University of California Press, 1993. 17.
[10] 孙周兴选编. 海德格尔选集[M]. 上海三联书店, 1996.
[11] 舍勒. 哲学与世界观[M]. 曹卫东译, 上海人民出版社, 2003.
[12] 李秋零主编. 康德全集: 第五卷[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007: 169—170.
[13] 海德格尔. 存在与时间[M]. 陈嘉映, 王庆节译, 北京: 三联书店, 1987: 34.

(责任编辑: 谢光前)