

Соціальні перспективи генези інформаційних процесів

Показано, що можливості сучасної комп'ютерної техніки й інформаційно-комунікативних технологій зробили інформатизацію не тільки технічним феноменом, але й рушійною силою соціально-економічних змін сучасного суспільства. Інформатизація стає об'єктивним процесом, характер якого стимулює свідомий пошук нових критеріїв соціального прогресу й активно впливає на зміни менталітету та способу життя людей

Ключові слова: інформація, комунікації, інформаційне суспільство, інформаційно-комп'ютерні технології.

Постановка проблеми. У сучасних умовах інформація стає цінним продуктом і основним товаром, процеси виробництва, накопичення й трансляції яких вимагають чіткого врегулювання. Інформаційне суспільство дійсно стоїть на порозі новітньої історії, і від того, як люди зможуть його сприйняти й інтерпретувати, залежить характер цивілізації майбутнього. Як і будь-який революційний процес, перехід до інформаційного суспільства може мати непередбачувані наслідки. Небезпечний поворот подій є надзвичайно ймовірним, варто лише уявити собі ситуацію монополізації планетарної інформаційної системи або її підпорядкування егоїстичним інтересам окремих груп. Тому, актуальні проблеми формування інформаційного суспільства, розробки адекватних об'єктивній реальності правових способів і засобів його життєдіяльності – колективна турбота всього людства.

Аналіз наукових джерел і публікацій свідчить, що проблема перспектив розвитку сучасного суспільства привертає все більшу увагу представників різних галузей знань. Разом з тим, цілісної науково обґрунтованої концепції такого розвитку сучасна наука ще не опрацювала. Тому *метою* даної статті є спроба осмислення окремих світоглядних аспектів означеної проблеми на підставі аналізу напрацювань авторитетних дослідників у даній царині.

Один з найцікавіших описів «історії майбутнього» належить відомому японському вченому-економісту Тайічі Сакайя [1-2]. Якщо ми хочемо знати, який же саме світ уготований нам, вважає Т.Сакайя, ми повинні задатися питанням: які блага відтепер і надалі існуватимуть у достатній кількості. На

його думку, те, чим ми володітимемо вдосталь – завдяки проривам у сфері комп'ютерно-телекомунікаційних технологій – це людські знання і здібності. Звідси витікає, що у майбутньому суспільстві найбільшу пошану викликатиме спосіб життя, що супроводжується споживанням знань, а знаходити якнайкращий збут буде продукція, яка володіє тим, що Сакайя називає «цінністю знання».

«Вплив сучасних комп'ютерно-комунікаційних технологій на суспільство за своїм характером різко відрізняється від впливу, який колись здійснили на нього двигун внутрішнього згорання, електрика, або хімічна промисловість, – пише Т.Сакайя у своєму творі під назвою «Вартість, яка створюється знанням». – Винаходи минулого відповідали превалюючому у той час прагненню до кількісного збільшення матеріальних благ. Більшість технічних інновацій, свідками прогресу яких ми є сьогодні, направлена на зменшення залежності від матеріальних цінностей шляхом забезпечення все більшої й більшої їх диверсифікації і зростання масштабів інформаційних послуг» [2, с. 360].

Розуміння того, що існує матеріальна межа і виробництву, і споживанню, веде до вибору шляхів розвитку, що базуються на нематеріальних цінностях. Це означає також, що подальший прогрес в інформаційну еру визначатиметься не стільки експлуатацією природних ресурсів, скільки мірою духовно-інтелектуального зростання окремих осіб, мірою використання творчого потенціалу малих груп. Створення «цінності знання» є процесом, при якому праця й засоби виробництва виявляються нерозривно взаємопов'язаними: сама людина, її розум стають головним засобом виробництва. «Цінність знання» є унікальною: вона створюється індивідуалізованими творчими зусиллями людей. У зв'язку з цим, варто ще раз нагадати про те, що персональний комп'ютер був винайдений невеликою групою хакерів, а не гігантською корпорацією типу ІВМ. Цінність, створена знанням, залежить від таких мінливих суб'єктивних чинників, як людська винахідливість і індивідуалізована творчість. Інакше кажучи, скороминущий характер створеної знанням цінності пов'язаний з динамікою творчого процесу,

яка не піддається ніякому визначенню або прогнозуванню [3, с. 320].

«Понесені виробником витрати у своїй основі не мають ніякого відношення до вартості створеного знанням продукту, – пише Т.Сакайя, – крім цього, відсутній той традиційний рух, який зближує ціни з витратами. У цьому міститься фундаментальна відмінність створених знанням цінностей від матеріальних товарів і послуг... Створена знанням вартість подібна падаючій зірці, яка горить яскраво лише у ті миті, коли проходить через простір соціальних обставин і суб'єктивних чинників, що дозволяють їй світити яскравіше за інших» [2, с. 362]. Основні товари в індустріальному суспільстві, будь це природні ресурси або стандартна продукція масового виробництва, мають, як правило, більш менш стабільну вартість. Тим часом, про створену знанням вартість цього сказати не можна; вона є підвладною різким коливанням зі змінною величиною, що відрізняється скороминущим, здебільшого одномоментним характером: превалююча цінність миттєво може бути зведена до нуля. Ми знаємо з досвіду про різкі коливання цін на предмети високої моди. Те ж саме можна сказати і стосовно ринку високих технологій. Продукція, що володіє високою вартістю внаслідок того, що вона є унікальною високою технологією, негайно втрачає свою цінність, як тільки з'явиться інша, перевершуюча її технологія, створена «ще кращим» знанням. Т.Сакайя пише: «Навіть якщо тій або іншій компанії вдасться добитися великих прибутків шляхом впровадження якоїсь вражаючої технології, швидко прийде час, коли її конкурент досягне успіху ще більше, тоді ціна, встановлена на товар, що раптово став застарілим, різко покотиться вниз. По суті справи, саме це постійно відбувається з такою продукцією, як програмне забезпечення для персональних комп'ютерів» [2, с. 353]. Неминучим наслідком конкуренції в інноваціях стане поява системи, яка забезпечуватиме диверсифікацію продукції, що зростає. «Суспільство, що ґрунтується на створених знанням цінностях, – пише Т.Сакайя, – швидше за все створить світ, у якому одноразове використання знання буде доведено до своїх крайніх меж. З цього зі всією очевидністю витікає, що загального поширення набуде звеличення іміджу

продукції, що представляється як сконцентроване втілення могутнього інтелекту, мудрості, знань і умінь» [2, с. 367].

Відмінність між індустріальним суспільством, де матеріальне споживання є самоціллю, і соціумом, що ґрунтується на цінності знання, Сакайя ілюструє на прикладі реклами. В індустріальному суспільстві сенс існування реклами полягає в тому, щоб вона давала виробникам можливість продати більше товарів. В інформаційному суспільстві реклама розширює обсяг створеної знанням вартості, яку містить дане матеріальне благо або послуга. До того ж цінність, що створюється рекламою, має здібність до незалежного суб'єктивного існування (зокрема, у формі високої оцінки того або іншого виду продукції). Те ж можна сказати і з приводу творчої технології. «Перехід від індустріального суспільства до соціуму, що ґрунтується на цінності знання, буде пов'язаний не стільки із зміною носія вартості, скільки, перш за все, з модифікацією структури тієї сукупної цінності, яку він містить. От чому я знов і знов підкреслюю, – говорить Т.Сакайя, – що ми ніколи не зуміємо зрозуміти суспільство, засноване на створеній знанням вартості, якщо розглядатимемо його виникнення як втілення тенденції до експансії нематеріальних благ або як елементарний відхід від виробництва матеріальних благ як таких» [2, с. 371].

Характерною ознакою пізнавально-ціннісної революції, на думку Т.Сакайя, є не сам факт широкої поширеності знань, а те, що вони безпосередньо втілюються у створюваних суспільством благах, і таким чином економіка перетворюється на систему, що функціонує на основі обміну знань і їх взаємної оцінки. «Цінність знання» є цінністю, носієм якої може виступати будь-який товар або послуга. Т.Сакайя підкреслює, що в умовах інтелектуалізації й інформатизації традиційні чинники виробництва вже не визначають ту цінність, яку споживачі визнають за тим або іншим продуктом. Не останню роль відіграють, наприклад, такі чинники, як обмеження, що накладаються часом, який є для споживання, або ж соціальна оцінка тієї або іншої конкретної форми поведінки споживача. Ми вже помічаємо сьогодні, що час і репутація для деяких споживачів мають навіть більше значення, аніж

гроші. «Створена знанням вартість, – пише Т.Сакайя, – генерується шляхом суб'єктивних перцепцій (група людей або ж суспільство в цілому), одержуючих певне розповсюдження в суспільстві. Подібний вид соціальної суб'єктивності відрізняється нестійкістю і є схильним до швидких змін» [2, с. 361].

Цінність, що створюється знанням, по самій своїй природі вимагає надзвичайно інтелектуалізованого й суб'єктивованого суспільства, інакше вона не зможе одержати належного визнання. Цінність знання узгоджується з таким менталітетом, коли спосіб життя, пов'язаний з максимальним матеріальним споживанням, вважатиметься ознакою поганого смаку. Цей новий етап соціальної еволюції, в якому рушійною силою стане цінність знання, Сакайя називає суспільством, що базується на цінності знання. «Немає ніякого сумніву, – стверджує Т.Сакайя, – що це означає відмову від основних принципів індустріального суспільства і матиме величезні наслідки для всіх економічних, соціальних і політичних інститутів» [2, 357].

Свого часу британський філософ Карл Поппер піддав критиці Карла Маркса за внесення ним в науку цінностей. Це одне з головних положень марксизму намагалися небезуспішно розвивати радянські філософи, вирішуючи в основному питання про те, як цінності можливо внести в науку. З позицій сьогодення очевидно, що в такому підході потенційно були закладені підстави для продуктивного виходу із глобальної кризи, інспірованого сцієнтизацією науки, дисперсним характером її розробок, вертикально не пов'язаних між собою. Потужний імпульс для розвитку науки, отриманий в інформаційному суспільстві, повинен бути сполучений сьогодні з уявленнями про те, що цей вектор розвитку поза культурою і поза цінностей чреватий загрозою знищення природи, людини, так само як і самої науки. Відмова від уявлень К.Маркса про історію як надцінності взагалі позбавляє перспектив осмисленого рішення антропологічних проблем в проекті інформаційного суспільства.

Затребуваність спадщини К.Маркса присутня і в розробках нових концептуальних засобів для аналізу ідеологічних аспектів соціального

розвитку. Так, в постмарксистській концепції Н.Моузеліса методологічним ядром є поняття способу домінування, який дозволяє систематизувати зв'язки між політичними технологіями, способом їх присвоєння та формами ідеологічної легітимації. «Між матеріальним базисом і всього лише ідеями, – пише Н.Моузеліс, – розташовується великий і густо заселений ареал інституційного життя і категорія способу панування ... покликана нагадувати соціальним дослідникам та історикам про існування нових інформаційних технологій, відносин домінування й політичних ідеологій, які можуть відігравати не меншу, а можливо й більш значну роль у поясненні мікроісторичних трансформацій, аніж продуктивні сили й виробничі відносини» [4, с. 79].

Вивчення впливу засобів масової інформації та комунікації на людську свідомість і несвідоме [5-6] дозволяє вийти на нові методологічні аспекти рефлексії й формування інформаційного суспільства та ролі ідеології у цьому процесі. Визнаний дослідник і філософ С.Жижек полемізує з К.Марксом з приводу його уявлень про ідеологію як хибну свідомість, як про «наївне нерозуміння людиною своїх реальних причин і дій» [7, с. 35]. С.Жижек визнає невірним також думку про те, що сучасність ознаменована «кінцем ідеології».

Аксіологічна (ціннісна) і світоглядна (ідеологічна) інтерпретація дійсності є стрижнем інформаційного суспільства з його широким використанням реклами, Інтернет, *public relations* і т.п. Цінності та інтерпретативно-ідеологічні конструкти є неусувними й іманентно властивими свідомості і за своєю природою трансраціональними, тобто заснованими на емоціях, несвідомому, підсвідомому.

Комунікативний простір інформаційного суспільства також насичений міфами, символами, ідеологемами, які регулювали й нормували масову свідомість у попередні епохи. урахування цих аспектів формування інформаційного суспільства дозволить розпізнавати й контролювати пропагандистську спрямованість ідеологічних послань, які латентно укладені в будь-якої інформації.

Яким же буде суспільство, що ґрунтується на цінності знання? Це буде гіпердинамічне й диверсифіковане суспільство і ми повинні бути готові до життя у світі високих швидкостей і безперервних інновацій. Для цього необхідне оволодіння інформаційною мережею, яка дозволяє здійснювати ділові акції «зі швидкістю думки», за виразом Біла Гейтса.

«Створення всесвітньої інфраструктури Мережі є складним завданням, – пише Біл Гейтс, – але різноманітні технічні досягнення можуть призвести до того, що вона буде вирішена на превеликий подив швидко – у найближче десятиліття... Можливо, що служби Інтернету одного разу увійдуть до наших офісів і житлових будинків по вже існуючій інфраструктурі звичайної електропроводки» [8, с. 137-138].

Мікропроцесорна революція не лише забезпечує експоненціальне зростання потужності персональних комп'ютерів; дякуючи їй ми знаходимося на порозі появи цілого покоління цифрових компаньйонів – кишенькових комп'ютерів, автомобільних комп'ютерів, смарт-карт і т.д. Ключовим чинником є прогрес в Інтернет-технологіях, який забезпечить доступ до всесвітнього інформаційного простору будь-якому користувачу персонального комп'ютера. Сьогодні схема доступу до мережі виглядає так: людина сидить за своїм письмовим столом, а зв'язок з Інтернетом здійснюється за допомогою кабелю. Через деякий час, за свідченням самого Б.Гейтса, переносні цифрові пристрої супроводжуватимуть нас скрізь, забезпечуючи постійний контакт з іншими цифровими пристроями і іншими людьми.

Потенціал інформаційної Мережі ефективно використовується сьогодні для організації високошвидкісного бізнесу; вона забезпечує її користувачам можливість вироблення адекватної відповіді на будь-які зміни умов з такою швидкістю, яка є необхідною для успішної конкуренції у новому світі. «Мета полягає в тому, – пише Б.Гейтс, – щоб зробити рефлексії компанії практично моментальними, а стратегічне мислення – безперервним інтерактивним процесом» [8, с. 414].

Для колишніх епох економічного розвитку були характерні тривалі

періоди стабільності, що перериваються періодами революційних змін. Такий стан речей часто називають переривистою рівновагою. Сьогодні ж електронна інформація створює середовище ведення бізнесу, для якого характерні постійні зміни. Цей стан майже безперервного вирування, що перемежується лише коротким передихом, Б.Гейтс характеризує як «переривистий хаос». У цих умовах лише перехід на електронні рейки управління й високошвидкісні канали зв'язку дозволяє компаніям і співтовариствам пристосовуватися до змін, збільшити швидкість реакцій на безперервні зміни.

Інформаційна Мережа – ідеальне середовище і одночасно ідеальний засіб для формування співтовариств. Мережа істотно збільшує число співтовариств, до яких ви можете приєднатися. Одна з наймогутніших соціальних функцій Мережі якраз і полягає в об'єднанні груп однодумців, незважаючи на відстані й тимчасові пояси. Співтовариства за інтересами можуть об'єднувати людей зі всієї земної кулі, а уряди отримують небувалі можливості залучення виборців в управління суспільством. За виразом Б.Гейтса, «Інтернет стає центральною площею всесвітнього села завтрашнього дня». Напевно, у XXI ст. з'являться принципово нові форми використання Інтернету, які змінять наше життя так само кардинально, як і електрика у минулому столітті.

Послідовні технологічні прориви у друкуванні й електронній сфері, у сфері Інтернет і телекомунікаціях значно розширили поле наших когнітивних можливостей. Наша самоідентичність відповідно розширилася від ідентифікації з первинними соціумами до таких уявних співтовариств, як нація, Захід, Схід, або людство в цілому. Саме акт соціокультурної комунікації і є тим феноменом, який конструює наші ідентичності *vis a vis* по відношенню до інших. Природно, це не є вільний акт творіння. Наше розуміння самих себе і навколишнього середовища є опосередкованим історико-культурною спадщиною і соціальною спільністю, когнітивними і перцептивними категоріями.

Процес глобалізації ринків і культур породив широкомасштабну кризу ідентичностей, що виявляються у формі посттрадиціоналізму й постмодернізму. Обидва ці рухи є дуальною відповіддю на виклик глобалізації і

технологічного прискорення історії. Постмодернізм є інтелектуальним рухом, що охоплює центральну зону («ядро») сучасного посткапіталістичного світу; на противагу цьому, посттрадиціоналізм локалізований в основному у традиційних суспільствах (на «периферії»).

Отже, як *висновок*, зазначимо, що актуальні можливості сучасної комп'ютерної техніки й інформаційно-комунікативних технологій зробили інформатизацію не тільки технічним феноменом, але й рушійною силою соціально-економічних змін сучасного суспільства. Інформатизація стає об'єктивним процесом, характер якого стимулює свідомий пошук нових критеріїв соціального прогресу й активно впливає на зміни менталітету та способу життя людей, орієнтуючи життєдіяльність соціуму на активну взаємодію з системами штучного інтелекту, що розвиваються.

У зв'язку з цим, стрімко наростає значущість і соціальна цінність інформаційної діяльності, яка стає однією з провідних галузей сучасного виробництва й породжує інформацію як свій власний специфічний продукт.

Список використаних джерел

1. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М.: Academia, 1999. – С. 337-371.
2. Sakaiya T. The Knowledge -Value Revolution or A History of the Future. – NY.: Kodansha America Ltd, 1992. – 340 p.
3. Дзьобань О.П. Філософія інформаційного права: світоглядні й загальнотеоретичні засади: Монографія. – Харків: Майдан, 2013. – 360 с.
4. Mouzelis N.P. Post-Marxist alternatives: the construction of social orders. – L.: Macmillan press, 1990. – 270 P.
5. Дзьобань О.П., Калиновський Ю.Ю. Суспільна правосвідомість як комунікативно-дискурсивний феномен // Практична філософія. – 2010. – № 2 (36). – С. 160-166.
6. Дзьобань О.П., Пилипчук В.Г. Інформаційне насильство та безпека: світоглядно-правові аспекти: Монографія / За заг. ред. проф. В.Г.Пилипчука. – Харків: Майдан, 2011. – 244 с.
7. Жижек С. Возвышенный объект идеологии / Пер. с англ.: В.Софронов. – М.: Художественный журнал, 1999. – 235 с.
8. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли / Пер. с англ.: И.Кудряшова и др. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – 477 с.

Дзевань А.П. Социальные перспективы генезиса информационных процессов

Показано, что возможности современной компьютерной техники и информационно-коммуникативных технологий сделали информатизацию не только техническим феноменом, но и движущей силой социально-экономических изменений современного общества. Информатизация становится объективным процессом, характер которого стимулирует сознательный поиск новых критериев социального прогресса и активно влияет на изменения менталитета и образа жизни людей

Ключевые слова: информация, коммуникации, информационное общество, информационно-компьютерные технологии.

Dzeban A.P. Social prospects of genesis of informative processes

It is rotined that possibilities of modern computer technique and informatively-communicative technologies did informatization by not only the technical phenomenon but also motive force of socio-economic changes of modern society. Informatization becomes an objective process character of which stimulates the consciosus search of new criteria of social progress and actively influences on the changes of mentality and way of life of people

Keywords: information, communications, informative society, informatively-computers technologies.