

**д. філос. н., проф. Дзьобань О.П., к. філос. н., проф. Мануйлов Є.М.**

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого,  
м. Харків (Україна)*

## **Гене́за інформаційних процесів: соціокультурні перспективи**

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. Тому, актуальні проблеми формування інформаційного суспільства, розробки адекватних об'єктивній реальності правових способів і засобів його життєдіяльності – колективна турбота всього людства.

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.

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.

Як відомо, в індустріальному суспільстві матеріальне споживання є самоціллю, інформаційне ж суспільство ґрунтується на цінності знання. 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. Це, на думку Т.Сакайя, означає відмову від основних принципів індустріального суспільства і матиме величезні наслідки для всіх економічних, соціальних і політичних інститутів.

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. Крім того, Б.Гейтс стверджує, що створення всесвітньої інфраструктури Мережі є складним завданням, 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.

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 конструє 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 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.