

К ВОПРОСУ О СОЦИОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Ya.B. Darmaeva

TO THE QUESTION ON SOCIOCULTURAL ASPECT OF DEVELOPMENT OF INFORMATION SOCIETY

The technical revolution, coming under the influence of spreading of information-communicative technologies leads to the deep social transformations, which change the world outlook, values, social structures of modern society. In this connection the society of social-philosophical analyze of nature of information society and tendencies of it is development appears.

Во второй половине XX в. в результате накопления знаний, разработки новых технологий и их широкого распространения началось формирование информационного общества, приходящего на смену индустриальному. Оно основывается на развитии науки, эффективных технологий, новом качестве человеческого капитала, изменений социальной структуры общества, более высоком уровне управления, более рациональном использовании ресурсов, связанных с этими факторами новыми возможностями в производстве, потреблении и снижении удельных затрат ресурсов на выпуск продукции и услуг. С развитием информационной экономики самым существенным образом изменяются место и роль человека в условиях нового типа хозяйствования. А информация, которую может создать лишь человек, становится основным ресурсом и товаром информационного общества. Формула К.Маркса «товар – деньги – товар» для постиндустриального общества сохраняет свое значение и смысл, лишь товар все более «виртуализируется» (модели, реклама, тексты, проекты и программы). Материальное производство сменяется производством информации. При этом коренным образом меняются механизмы расчета стоимости товара, услуг. Для экономики постиндустриального общества характерно развитие сферы услуг, в том числе образовательных, интеллектуальных и маркетинговых. Продвижение товара или услуги на рынке зависит от PR-технологий, методология которых разработана еще во времена «лингвистического поворота». Следовательно, успешное продвижение товара на рынке зависит от приемов и технологий, применяемых в рекламном бизнесе, маркетинге, теоретической и прикладной информатике.

Основные положения теории информационного общества в определении исследователей сводятся к следующему [1]:

- на смену самовозрастанию капитала идет самовозрастание информации, совместное пользование которой ведет к развитию новых социальных отношений, в которых главное не права собственности, а права пользования;
- возрастание скорости и эффективности обработки информации вместе с понижением стоимости этих процессов имеет далеко идущие социально-экономические последствия;
- информационно-коммуникационная техника становится определяющим фактором социальных перемен, меняющим мировоззрение, ценности, социальные структуры.

Особенность последней научно-технической революции состоит в том, что, вторгаясь в информационную сферу, она вызывает *социокультурные сдвиги* в обществе, такие как появление нового вида грамотно-

сти, определяющей успех специалиста на рынке труда (информационная и коммуникативная компетенции), частичная смена модели передачи культуры и др.

В целом сущность информационного общества определяется в «расширении границ общения во всех сферах человеческой деятельности, увеличение разнообразия и возможности выбора, расширение границ сотрудничества, взаимопомощи и взаимoinформирования в бизнесе, науке, культуре и образовании, появление новых средств познания и коммуникации, увеличение доступности информационных ресурсов» [1].

Период становления информационного общества совпал с процессом глобализации, который отразил основные вызовы стремительно меняющегося мира: сверхбыстрое развитие электронной коммерции, скоординированность финансовых рынков, развитие транснациональных корпораций, трансфер вкусов.

Одна из актуальных проблем, по мнению исследователей, видится «в разрешении противоречия между глобализационно-интеграционными тенденциями современного общества и попытками сохранения идентичности конкретных сообществ с их культурными традициями, ценностными ориентациями, идеологическими доминантами. Существует историческая закономерность: смена ведущего типа коммуникации приводит к революционным изменениям в системе социального обмена и связей, которая может проявиться как на локальном, так и на глобальном уровнях» [5].

Понятие национальной самобытности на протяжении веков считалось источником творческого разнообразия и потенциалом культурного развития общества в целом. Современная практика взаимодействия людей вне пространственных и временных ограничений не обеспечивает устойчивости национальных норм общения, что приводит к пороговым изменениям в структуре человеческого опыта и восприятия. Теперь многие проблемы межличностного и межгруппового общения оцениваются не только с позиции национальной логики сознания и традиции, но и через призму нормативных стандартов развивающейся мировой системы коммуникаций.

Постепенное возрастание комфортности жизни вследствие развития информационно-коммуникационных систем свидетельствует о трансформации мировоззренческих установок в сознании людей – это постепенный переход от борьбы за «место под солнцем», которая прежде всего преследует удовлетворение текущих потребностей человека, к категории «выбор» (принятие решения), предусматривающей инвестирование в будущее. Повышение возможностей выбора меняет требования к личностным качествам человека, выдвигая на первый план такие качества, как умение собрать необходимую информацию для решения задачи, способность анализировать и обобщать, умение быстро ориентироваться в глобальном информационном пространстве и другие.

Таким образом, в социальном пространстве информационного общества категория «выбор» становится определяющей в формировании мировоззрения современного человека. Выбор – одна из важнейших стадий процессов принятия определенных решений, заключающаяся в отборе одного из вариантов действий из набора возможных вариантов (альтернатив). Впервые в истории не общественные отношения определяют субъективные характеристики и системы предпочтений индивидов, а степень внутренней свободы субъекта, зависящая от него самого.

В связи с этим становление общества на основе информационно-коммуникационных технологий ознаменовало появление новых социальных идей, связанных с понятием информационного общества. Само понятие информационного общества стало работающим и формирующим социальные идеалы и ценности, широко обсуждаемые рядом социально-гуманитарных наук. Общечеловеческие ценности как «нормы и принципы бытия, отражающие насущные интересы человеческого сообщества и воспринимаемые как общезначимые для всех людей планеты, а также объекты природы, результаты материальной и духовной деятельности человека» [2] признаются значимыми во всем мире.

Мощный импульс для развития науки, полученный в информационном обществе, должен быть сопряжен сегодня с представлениями о том, что этот вектор развития вне культуры и вне ценностей чреват угрозой уничтожения природы, человека, равно как и самой науки.

Аксиологическая (ценностная) и мировоззренческая (идеологическая) интерпретация действительности является стержнем информационного общества с его широким использованием рекламы, Интернет и т.п. Ценности и интерпретативно-идеологические конструкты являются неустранимыми и имманентно присутствующими сознанию и по своей природе трансрациональны, то есть основаны на эмоциях, бессознательном, подсознательном.

Изучение идеологических и аксиологических оснований информационного общества направлено на расширение представлений о детерминирующих факторах развития современного мира, трансформации и динамики доминирования жизненных ценностей в условиях формирования социальной реальности на базе мировой системы коммуникаций. Подлинная коммуникация есть механизм координации планов взаимодействующих социальных субъектов. Коммуникационный акт является взаимодействием равноправных участников, в ходе которого они объединены не только общими потоками сведений, но и едиными нормами и ценностями, регулирующими процесс обмена сообщениями и их общее понимание.

Целью коммуникации становится не принуждение, а поиск согласия. «Ценностная сторона глобализации заключается в интенсивном обмене материальными и духовными ценностями, созданными и создаваемыми в локальных общностях людей, и в то же время в обнаружении и возникновении общечеловеческого начала в ценностном богатстве мира, создающего предпосылки для новой эпохи человеческой цивилизации... Культивирование общечеловеческих ценностей в каждой национальной группе ведет к их сближению» [4].

Такой подход служит для решения не только теоретических, но и практических задач в анализе проблем современной культуры, включая и опыт сетевых коммуникаций в формировании идеологем и трансформации системы ценностей.

Несмотря на огромный научно-информационный потенциал, информационное общество находится в глубоком духовном кризисе, который был спровоцирован размыванием аксиологических мировоззренческих ориентиров, потеря которых угрожает обществу информационным хаосом. Для формирования государственной политики в информационной сфере необходим комплексный междисциплинарный анализ и оценка информационного общества с позиции и аксиологического и идеологического аспектов его развития.

«Идеологические и аксиологические системы сами по себе являются базисными информационными структурами и составляют динамическую основу формирования социальной реальности. Им принадлежат организационные, управленческие, нормативные функции, обеспечивающие процесс адаптации индивидуального и коллективного сознания к происходящим переменам» [3].

Любое общество формируется на базе коммуникационных информационных связей, поэтому возникла острая необходимость в изучении информации как инновационного ресурса в сфере коммуникации и в качестве одного из основных факторов развития человеческого общества в целом. Стало очевидным, что информационные технологии формируют базовые функциональные зависимости в системе социальных связей и отношений.

Процесс внедрения гибких информационных технологий долгие годы изучался как сфера технического обеспечения, но создание на их основе новой системы социального взаимодействия повлекло за собой возникновение собственной идеологической системы и ее аксиологического фундамента. В их основе лежала идея ценности свободного обмена информацией, которая обрела особый статус. Согласно информационной онтологии, реальность тождественна информации. В рамках такой парадигмы человеческая личность сводится к заключенной в ней сумме информации. Понятие информационного общества указывает на принцип, вокруг которого организована эта социальная форма - информация и знания. «Информационное общество возникает там, где главным становится управление не материальными объектами, а символами, идеями, образами, интеллектом, и где большинство работающих занято производством, хранением и реализацией информации, особенно ее высшей формы - знания» [2]. Именно обработанная информация как знание имеет практическое значение для социума. Она изменяет общество на каждом структурном уровне его организации. Умение добывать, накапливать и использовать информацию - условие развития социума. Информация социальна по своей природе. Социальная организация в значительной мере - это организация информации. Она становится возможной при осуществлении определенных форм обмена информацией между членами общества. Поэтому информацию можно считать элементарной функцией человеческого поведения. Традиционное понимание информации как содержательного описания объекта или явления уступает сегодня место определению информации как средства передачи разнообразия. На этом основана «качественная», или «ценностная», теория информации, призванная учитывать смысловое и эстетическое содержание информации, ее аксиологический потенциал. Сохранение культурного разнообразия представляется в этой связи одной из проблем и задач информационного общества.

Интенсификация обмена информацией позволила осваивать новые формы социальной дифференциации, конструирования, кооперирования и сотрудничества. В связи с этим возникла необходимость изучения сетевого общества с позиции проблемы децентрации социальных связей и отношений, децентрации индивидуума и социума. Сетевое общество является примером децентрализованного способа организации структурных связей в обществе, надсистемной средой. Можно предположить, что это явление повлечет за собой не только трансформацию исторически сложившейся системы отношений властвования и опыта социального взаимодействия, но и вызовет формирование новых представлений о целостности мировой культуры.

Современные коммуникационные технологии позволяют создавать социальные сообщества с практически любыми заданными характеристиками - образовательными, профессиональными, возрастными. При этом устойчивые отношения уступают место постоянному изменению, а общество становится похожим на рефлексивные и коммуникационные сообщества. Это явление обуславливает трансформацию структурно-функциональных связей между элементами социального организма.

Таким образом, новые формы жизни, порожденные информационным обществом, формулируют вызовы современной социальной теории. Выработка нового образа социального заставляет обращаться к мето-

дологическим категориям и понятиям в рамках социально-философского анализа информационного общества, к числу которых могут быть отнесены:

1) социальные отношения в информационном обществе (веб-стиль жизни, информационное поведение, информационная грамотность и культура, информационное общение, компьютерофобия и др.);

2) социальные общности (структуры), возникающие в информационно-коммуникационном пространстве или в инфосфере (экологические, когнитивные, гендерные);

3) социальные процессы в информационном обществе (глобализация социальных процессов как общее и их взаимодействие с уникальным этнокультурным жизненным миром - особенным). Противоречие между общим и особенным – неснимаемо, но обновление, развитие этнических культур происходит в процессе их интеграции в мировую культуру. На смену замкнутым системам приходят открытые, способные к быстрому и мобильному изменению, к самоорганизации.

Само выделение информационного общества как особого объекта исследования имеет общенаучное звучание и значение. Информационные взаимодействия входят в предметные области самых различных научных дисциплин. Отсюда следует, что изучение информационного общества является принципиально мультидисциплинарной областью науки, а социально-философский анализ призван ответить на вопросы: куда и зачем развивается нынешняя общественная ситуация и какова социально-аксиологическая направленность этого развития. Синтезирующий вектор социально-философского анализа информационного общества направлен на прогнозирование его дальнейшего развития, на поиск стратегических решений и новых нормативных концепций.

Литература

1. Вершинская О.Н. Глобализация и развитие информационного общества // Перспективы развития российской экономики и ее место в глобальном экономическом пространстве: Материалы к VIII Кондратьевским чтениям. г. Владимир, 18-19 мая 2000 г. М.: МФК, 2000 а.

2. Лукина П.П. Информационное общество: состояние и перспективы социально-философского исследования. <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/2/>

3. Лукиных Н.Т., Нургалеева Л.В. Аксиологический и идеологический статус сетевого общества в информационном социальном пространстве. Постановка проблемы. <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/2/>

4. Столович Л.Н. Глобализация и проблема общечеловеческих ценностей // Глобалистика: международный междисциплинарный энциклопедический словарь / под ред. И.И. Мазур и А.Н. Чумакова. – М.; СПб.; Нью-Йорк, 2006.

5. Шрадер Х. Глобализация, (де)цивилизация и мораль. <http://www.soc.pu.ru:8101/publications/jssa/1998/2/6schrdr.html>

Literature

1. Vershinskaya O.N. Globalization and development of informative society // Perspectives of development of Russian economy and its place in global economic space / Materials of the VIII Kondratiev's readings. Vladimir, May 18-19, 2000. Moscow: MFK, 2000a.

2. Lukina N.P. Informative society: Status and perspectives socio-philosophical research. <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/2/>

3. Lukinyh N.T., Nurgaleva L.V. Akseological and ideological status of net society in the informative and social space. Problem formulation // <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/2/>

4. Stolovich L.N. Globalization and problem of human values // Global studies. International multisubject Encyclopedic Dictionary / ed. by I.I. Masur, A.N. Chumakova. - Moscow.: SPb.; New York, 2006.

5. Shrader H. Globalization, (de)civilization and morality. <http://www.soc.pu.ru:8101/publications/jssa/1998/2/6schrdr.html>

Янжима Борисовна Дармаева – ассистент кафедры государственного и муниципального управления Бурятского госуниверситета.