

машиной. Проблематика взаємодіяння техніки і культури являється актуальною для культурології як науки і всього блоку гуманітарних дисциплін. В минулому, в далекій передісторії техногенної цивілізації інтерпретація «техне» – це і майстерство, і мистецтво, і знання.

Культурологія ґрунтується на єдинстві теоретичного і історичного аспектів пізнання форм культурної життя і вивчає культурні об'єкти і процеси. Сучасна культурологія включає в себе як фундаментальні, так і прикладні дослідження (соціокультурне проектування і прогнозування, соціокультурні технології і т.п.). Культурологія розвивається в загальному інтегративному процесі взаємодіяння соціальних, природних, технічних наук і гуманітарного знання. При цьому все більш посилюються її зв'язки з частними науками про культуру.

Література

1. Арнольдов А. И. Введение в культурологию / А. И. Арнольдов. – М., 1993.
2. Злобин Н. С. Культура и общественный прогресс / Н. С. Злобин. – М., 1980.
3. Ясперс К. Современная техника / К. Ясперс // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986.

УДК 002:338.2

Сук О. Є.

(м. Харків)

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЛЮДИНИ

Стаття присвячена філософському осмисленню ціннісних орієнтацій людини у сучасному інформаційному суспільстві, що розвивається як концепція нового соціального порядку.

Показано, що інформаційне суспільство впливає на світогляд особистості, коригує певні норми – зокрема моральні. Зроблена спроба відповісти на питання: що має рухати людину і суспільство на досягнення мети в умовах неузгодженості ціннісних орієнтацій особистості і суспільства, відсутності єдиної системи громадських цінностей.

Ключові слова: інформаційне суспільство, ціннісні орієнтації, моральні норми, соціальний розвиток.

Статья посвящена философскому осмыслению ценностных ориентаций человека в современном информационном обществе, развивающемся, как концепция нового социального порядка.

Показано, что информационное общество влияет на мировоззрение личности, корректирует определенные нормы – в том числе моральные. Сделана попытка ответить на вопрос: что должно двигать человеком и обществом для достижения цели в условиях несогласованности ценностных ориентаций личности и общества, отсутствия единой системы общественных ценностей.

Ключевые слова: информационное общество, ценностные ориентиры, моральные нормы, социальное развитие.

The article is devoted to the philosophical understanding of the value orientations of the person in the modern information society is developing as the concept of a new social order.

It is shown that the information society affects the worldview of personality, corrects certain norms - including the moral. An attempt is made to answer the question: what needs to move people and society to achieve the objective in terms of the inconsistency of the value orientations of the individual and society, the lack of a unified system of social values.

Key words: information society, values, moral norms, social development.

Найбільш важливі зміни в житті суспільства останніми роками справедливо пов'язують зі зростанням значущості інформації, поширенням інформаційної техніки, проникненням електронних засобів в усі «пори» суспільного організму [1, с. 278]. Вплив цих процесів на суспільство є настільки кардинальним, що викликав до життя термін «інформаційне суспільство».

Інформаційне суспільство – поняття, яке фактично замінило в кінці ХХ сторіччя термін "постіндустріальне суспільство". Вперше це словосполучення було вжито американським економістом Ф. Машлупом [2, с. 91]. У сучасній філософії поняття "інформаційне суспільство". швидко розвивається як концепція нового соціального порядку, що істотно відрізняється за своїми характеристиками від попереднього, тим, що інформація, знання, інформаційні послуги і всі галузі, пов'язані з їх виробництвом (телекомунікаційна, комп'ютерна, телевізійна) зростають більш швидкими темпами, стають домінуючими в економічному і соціальному розвитку.

Одна з найбільш цікавих філософських концепцій інформаційного суспільства належить відомому японському вченому Е. Масуда, який осмислює еволюцію соціуму, розробивши основні принципи майбутнього суспільства. Е. Масуда вважає, що "основою нового суспільства буде комп'ютерна

технологія, з її фундаментальною функцією заміщувати або підсилювати розумову працю людини; інформаційна революція буде швидко перетворюватися в нову продуктивну силу і зробить можливим масове виробництво когнітивної, систематизованої інформації, технології і знання; потенційним ринком стане "межа пізаного", зросте можливість вирішення проблем і розвиток співробітництва; провідною галуззю економіки стане інтелектуальне виробництво, продукція якого буде акумулюватися, а акумульована інформація стане поширюватися через синергетичне виробництво і пайове використання; у новому інформаційному суспільстві основним суб'єктом соціальної активності стане "вільне співтовариство", а політичною системою буде "демократія участі"; основною метою в новому суспільстві буде реалізація "цінності часу" [3, с. 43]. Крім того, на думку Масуда, нове суспільство потенційно буде володіти можливістю досягти ідеальної форми суспільних відносин.

Досліджуючи поняття «інформаційне суспільство» та філософськи оцінюючи інформаційну концепцію сучасного суспільного розвитку, її численні прихильники, такі, як З. Бжезинський, А. Турен, О. Тоффлер та інші, пов'язують якісні соціально-духовні зміни з виникненням нового (інформаційного) сектора в економіці, науці, культурі, політиці. «У нинішньому столітті, – стверджує відомий західний соціолог і філософ Д. Белл, – вирішальне значення для економічного та соціального життя, для способів виробництва знання, а також для характеру діяльності людини набуває становлення нового соціального устрою, що ґрунтується на телекомунікації» [4, с. 333]. При цьому дослідники впевнені, що в новому суспільстві на зміну праці й капіталу, що є типовими для традиційного суспільства, придуть інформаційні технології та фундаментальні знання. Остання обставина (на думку авторів інформаційної концепції суспільного розвитку) рано чи пізно призведе до «розчинення класів» і зародження соціально диференційованих суспільних груп, або «інформаційних співтовариств». Це відбудеться, коли інформаційна сфера стане сферою масового споживання з усіма притаманними їй законами становлення і розвитку попиту на принципово новий товар – інформаційний. Основою даних процесів є винахід мікропроцесорної технології і масове використання в науці і в побуті персональних комп'ютерів, комп'ютерних мереж, а також програмно-керованих пристроїв. Саме вони зробили можливою інформаційну революцію в сучасному суспільстві, яка, в свою чергу, внесла і продовжує вносити величезний внесок у розвиток цивілізації.

Інформаційне суспільство виникає там, де головним стає управління не матеріальними об'єктами, а символами, ідеями, образами, інтелектом, і де більшість працюючих зайнята виробництвом, зберіганням і реалізацією інформації, особливо її вищої форми – знань [5, с. 110]. Саме оброблена інформація як знання має практичне значення для соціуму. Вона змінює суспільство на кожному структурному рівні його організації. Вміння добувати, накопичувати й використовувати інформацію – умова розвитку соціуму. Інформація соціальна за своєю природою. Соціальна організація в значній мірі – це організація інформації. Вона стає можливою при здійсненні певних форм обміну інформацією між членами суспільства. Тому інформацію можна вважати елементарною функцією людської поведінки. Традиційне розуміння інформації як змістовного опису об'єкта або явища поступається сьогодні місцем визначенню інформації як засоба передачі різноманіття [6]. На цьому заснована "якісна", або "ціннісна", теорія інформації, покликана враховувати змістовний та етичний зміст інформації, її аксіологічний потенціал. Збереження культурного розмаїття представляється у зв'язку з цим однією з проблем і завдань інформаційного суспільства. На думку Ю. Хабермаса, принципова відмінність комунікативної дії від усіх інших видів полягає в тому, що вона орієнтована на знаходження порозуміння між соціальними суб'єктами. Справжня комунікація є механізм координації планів взаємодіючих соціальних суб'єктів. Комунікаційний акт є взаємодією рівноправних учасників, в ході якого вони об'єднані не тільки загальними потоками інформації, але і єдиними нормами і цінностями, які регулюють процес обміну повідомленнями та їх загальне розуміння. Метою комунікації стає не примус, а пошук згоди. Способом координації систем цінностей виступають описані Ю. Хабермасом соціальні механізми основних сфер суспільства: естетичної, етичної, релігійної [7, с. 202].

Термін "інформаційне суспільство" сьогодні зайняв важливе місце науковому лексиконі українських науковців, оскільки рух суспільства в галузь інформаційної діяльності відбувається в умовах постійно зростаючого процесу комп'ютеризації суспільства, закладає основи безлюдної технології. Інформація в цілому стає стратегічним ресурсом суспільства, відбувається переміщення акцентів з галузі фізичної діяльності в інтелектуальну. Більшість дослідників розглядає Україну як потенційну державу європейського значення, як «інформаційне суспільство». З'являються ґрунтовні праці в яких розглядаються стратегії та напрями розвитку інформаційного суспільства в Україні, аналізується досвід його побудови в інших країнах і приділяється увага його

зв'язкам з освітою, правом, економікою тощо [8]. І хоча вказується на неготовність українців до життя в інформаційному суспільстві [9, с. 44], сьогодні воно на очах стає реальністю, до якої треба пристосовуватися.

Проблема національної самоідентифікації і підтримки власної національної аксіології є досить серйозною проблемою як в Україні, так і в світі в цілому. Практично на наших очах змінюється сама сутність людини, що занурена в безмежні інформаційні поля. Спостерігається такий феномен, як «кліпова свідомість» – свідомість, що нездатна довго концентруватися на чомусь, вимагає постійного переключення та нових вражень. Не випадково сьогодні отримала популярність така мотиваційна теорія, як кайнерастія – постійне прагнення нового [10]. Кайнерастичні імпульси часто стають основою поведінки сучасної людини. Змінюється сам зміст поняття «цінність», синонімом якої часто виступає поняття «нове». Сучасне інформаційне суспільство часто зводить поняття нового змісту до поняття «нова річ», «новий товар». Величезний масив реклами направлений на те, щоб змусити людей купувати все нові і нові речі – навіть ті, які їм не потрібні. Якщо західна цивілізація вже давно дізналася про принади шопінгоманії, то українці тільки в останні роки приєдналися до цієї міжнародної пристрасті. Статистика свідчить, що з кожним роком наші співвітчизники витрачають все більше і більше на купівлю товарів, і при цьому вони часто купують непотрібні речі, жертвуючи необхідним. Пояснення полягає в тому, що в даному випадку купівля здійснюється заради самоствердження [11, с. 53]. Це стосується не лише матеріальних речей. Таким же товаром стають і люди, і відносини між ними, і духовні цінності.

У сучасній культурі духовні цінності підміняються матеріальними речами, на перший план виходить цивілізація зі створеними нею артефактами. Завдяки інформаційним технологіям сьогодні можна здійснювати покупки, просто набравши номер або натиснувши клавішу на клавіатурі. На відміну від

матеріальних, духовні потреби вимагають постійних зусиль, тому часто вони залишаються нереалізованими. Щоб заглушити психічний дискомфорт внаслідок нереалізації певних потреб, люди вдаються до алкоголю, наркоманії, азартних ігор, екстремальних видів спорту тощо. Людина при цьому втрачає ціннісні орієнтири. Важко не погодитися з Р. Кисельовим, що сьогодні панування масової культури небезпечно тим, що по суті своїй ця – квазі- або псевдокультура з притаманним їй моральним релятивізмом, легко переходить в нігілізм. К. Гаджиев, погоджуючися з цим, зазначає, що сьогодні ми є свідками приходу нового, «цивілізаційного варварства», пов'язаного формуванням «масової людини» [12, с. 15].

Все це, створює психологічний ґрунт для заперечення будь-яких цінностей взагалі. Очевидно, інформаційне суспільство створює умови для відсутності чітких аксіологічних установок у людей, оскільки віртуальний світ з його симулякрами успішно замінює реальний світ. Комп'ютерні технології химерно переплітають віртуальний і реальний світи, позбавляючи користувача морального змісту і почуття відповідальності. Небезпечними на цьому шляху є поштовх суспільств а до «зняття» моральних норм як «застарілих табу».

Інформаційне суспільство впливає на світогляд особистості, коригує певні норми – зокрема моральні. Сьогодні багато дослідників роблять спроби з'ясувати специфіку функціонування моралі в інформаційному суспільстві. Підкреслюється значимість ціннісних орієнтирів, які виступають формою соціальної регуляції і соціалізації індивіда, і стан кризи аксіології нинішнього українського суспільства.

Реалії інформаційного суспільства пред'являють людині нові вимоги, насамперед наявність здатності та готовності до зміни діяльності, мобільності, перенавчання; оволодіння новою професією. На попередньому етапі розвитку це було затребуване в значно меншій мірі. У зв'язку з цим люди старшого покоління можуть болісно сприймати життєві зміни (часом негативні), оскільки зміна життєвих принципів, вироблених суспільством роками, не завжди дається легко. Інтелектуальна інертність цього шару населення заважає їм повноцінно користуватися технічними нововведеннями і сприймати їх як супутників життя сучасного суспільства. Що стосується молоді, то вона виявилася, як ніколи, втягнутою в політичне та економічне життя країни. У зв'язку з цим виникає питання про можливість бути професійно затребуваними на ринку праці. Тому

усвідомлення зростаючої ролі освіти є, мабуть, однією з ключових тенденцій у ціннісних орієнтаціях сучасної молоді. Цьому сприяє те, що сьогодні освіта є соціокультурною і духовною опорою життєдіяльності людей. Але, враховуючи високий ступінь невизначеності на ринку праці, більшість молодих людей робить вибір на користь тих спеціальностей і курсів, які полегшують працевлаштування.

В даний час, в умовах неузгодженості ціннісних орієнтацій особистості і суспільства (відсутність єдиної системи громадських цінностей) складно відповісти на питання: що має рухати людину і суспільство на досягнення мети? Людина не може існувати сам по собі окремо від суспільства і наоборот, тому потрібно говорити про сукупність цінностей, пропагованих державою і висунутих людиною, які б доповнювали і вдосконалювали одне одного. Люди повинні жити відповідно до вимог часу, але згідно з неписаними законами суспільства – моралі, етики, культури. Держава повинна орієнтуватися на ці цінності і забезпечити правопорядок у суспільстві, шляхом створення справедливих, об'єктивних законодавчих актів, які дозволяють б контролювати діяльність як окремих громадян так і адміністративних осіб. Захищати права і свободи людини і громадянина, задекларовані в Конституції країни. Фінансувати некомерційні проекти, спрямовані на розвиток духовної та фізичної культури суспільства, тим самим активізувати сімейні цінності, масовий спорт. Пропагувати здоровий спосіб життя. Сприяти захисту екології і навколишнього середовища.

Сьогодні ще продовжує свій вплив на формування людини сім'я та, в більшій мірі школа, а ще більше інформаційна оболонка середовища існування індивіда. Це величезна кількість негативної, смітєвої інформації – реклами і насильства, телесеріалів (більшість) і дешевих мультфільмів і відсутність навчальних програм для дітей. Все це санкціонується державою, яка повинна бути зацікавлена не в деградації особистості і дешевизні її виховання, а в максимальному розвитку її духовних, моральних та інтелектуальних якостей. Цього вимагає процес глобалізації та інформаційне суспільство. Не можна виправдати принижуюче ставлення до громадян ринковими умовами виживання та зміною принципів розвитку держави в цілому. Таким чином, держава має активно сприяти формуванню ціннісних орієнтацій людини і суспільства в позитивному руслі у сфері розвитку телекомунікаційних та комп'ютерно-інформаційних технологій.

Література

1. Чаплыгин А. К. Философия в культуре: актуальные контексты: монография / А. К. Чаплыгин. – Харьков: Изд-во «Лидер», 2014. – 358 с.
2. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. – Princeton, 1962. – 436 pp.
3. Масуда. Е. Компьютопия / Е. Масуда // Философская и социологическая мысль. – 1993. – № 6. – С.40–48
4. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330–342.
5. Рейман Л. Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. 2001. – № 3. – С. 97-112.
6. Лукина Н. П. Информационное общество: состояние и перспективы социально-философского исследования // Гуманитарная информатика: открытый междисциплинарный электронный журнал. – Вып 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/content/index.htm>.
7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2000. – 397с.
8. Згуровский М. Путь к информационному обществу. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gazeta.zn.ua/EDUCATION/put_k_informatsionnomu_obschestvu__ot_zhenev_y_do_tunisa.html
9. Сосланд А. Влечение к новизне: теория и практика // Знание – сила. – 2006. – № 8. – С. 40 – 46.
10. Бакальчук В. Подскажите, что я хочу купить // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://2000.net.ua/authors/1168-viktor-bakalchuk/page-2005-3>
11. Сапожников Е. И. Общество потребления в странах Запада // Вопросы философии. – 2007. – № 10. – С. 53.
12. Гаджиев К. С. Масса. Миф. Государство // Вопросы философии. – 2006. – № 6. – С. 15 – 32.