

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Інформаційне суспільство формує нові соціально-політичні виклики і проблеми, які стосуються поширення інформаційних війн, проблем аксіологічного сегменту, окреслює перспективи та роль нового освітнього простору.

Ключові слова: інформаційні технології, глобалізація, політика, влада.

Сучасне суспільство в останній час співіснує з базовими характеристиками інформаційного та постінформаційного. Таке позиціонування залучає до розгляду соціуму інформаційні технології як такі, що претендують на зміну соціальної структури, на принципову зміну гуманітарного фактора розвитку суспільства. У такий спосіб інформаційне та постінформаційне суспільство розглядається на перетині філософських (осмислення), інженерних (технології), педагогічних (освітній простір), політичних (влада) наук.

Проблеми інформаційного та постінформаційного суспільства є певним трендом розгляду останніх років. Категорія «інформаційне суспільство» зустрічається на початку 60-х років майже одночасна в Японії та США завдяки дослідникам Т. Умесо та Ф. Махлуп [1].

Концепція інформаційного соціуму набула визнання через ґрунтовні роботи Даніела Белла (1973) [2]. До розробки теорії інформаційного суспільства доклали зусиль Ю. Хая-ші та Й. Масуді [3, 4]. У розвиток теорії інформаційного суспільства зробили внесок А. Турен, З. Бжезинський, О. Тоффлер, Р. Дарендорф, Ф. Феррароті, Ю. Хаббермас. Саме вони сформулювали риси суспільства, яке пізніше Тоффлер назве «третьою хвилею». Так, Д. Белл називає визначальними характеристиками такого суспільства – перетворення теоретичних знань в джерело інновацій і визначальний фактор політики.

З сучасних українських вчених привертають увагу праці В. Гавловського, В. Цимбалюка, А. Гальчинського, А. Колодюка, Р. Калюжного, А. Чухно. Серед російських вчених Н.В. Громико, Б.С. Кара-Мурза, В.Н. Порус, А.І. Ракітов, В.Л. Іноземцев, Г.Т. Артамонов, Н.І. Гендіна та ін.

Автор в цій статті намагається підкреслити соціально-політичний вимір інформаційного суспільства, наголошуючи саме на наявній маніпуляції свідомістю як результаті інформаційних війн та

наголосити на існуючих аксіологічних прірвах, що виникають через уніфікацію та деідеологічність суспільства.

Розгляді соціально-політичної складової інформаційного суспільства через її важелі засоби масової інформації, аналіз місця і ролі особистості в новому світі інформаційних технологій, аналіз основних світоглядних цілей інформаційних війн.

Сучасний світ у соціальному вимірі відрізняється надзвичайною швидкоплинністю та багатовекторністю. Саме швидкість змін, реакцій, рішень є принциповою ознакою для сучасного інформаційного суспільства та його окремоті – суспільства знань. У філософському аспекті багато дослідників характеризують таке суспільство, як постмодерне. Тобто це такий рівень соціокультурного простору, який базується на сучасних інформаційних технологіях, віртуалізації соціальних відносин, поліідеологічності.

Інформаційні технології останніх років відрізняються доступністю і створюють фактор безумовного об'єднання людей, на відміну від об'єднання на підставі спільної ідеології, спільної території, національної чи релігійної приналежності тощо. Тобто відбуваються процеси індетеремінації та інваріантності. Інформаційні технології проявляють себе як суттєва підстава глобальної єдності людства (на кшталт технології Інтернету) без урахування будь-яких відмінностей людей. Інформаційне суспільство породжує підстави для людської уніфікації з одного боку, і вимагає наявність оціночного фактору, що визначити в глобальній людській єдності свою спільноту, власну ідентифікацію. Формується унікальне середовище, що відрізняється надзвичайно високим рівнем свободи. Глобальна спільнота підводить до іншого рівня цивілізації, якій властиві – однаковість в стандартах, спільність простору – як політичного, так і економічного [10, 158]. Разом з тим свобода породжує творчість, яка стає хаотичною та деіндивідуалізованою. Саме такі умови, як би це не дисонувало із загальною тенденцією, створюють унікальні підстави для самореалізації.

За таких умов зміни стосуються і владного сектору – втрачається державна монополія на владу, потужними суб'єктами влади стають фінансово-промислові групи, політичні утворення, громадські організації. Звідси – наявність змішаної, комплексної політики. Класична модель державної влади базується на примусі і в економічному, і в політичному вимірі. Так, К. Браун використовує термін «над-влада», що актуалізується за добу глобалізації, коли відбувається формування глобальної влади і відповідальності в межах концепції «м'якої влади» («soft power»). «Над-влада» стає можливою в

умовах інформаційно-комунікативного середовища, формуючи гіперпростір, що перебуває в умовах постійних змін і оновлення. Соціальні дослідники наголошують, що теперішня влада як загальний соціофеномен видозмінюється. Спостерігається відхід від прямолінійності тиску до прихованості інформаційних війн, основною метою яких є формування нових цінностей, що будуть вести людину по життю. Це викликає принципові зміни сутності самоусвідомлення, власного Его. «Я» людини трансформується під впливом домінуючих інформаційних технологій, які людина постійно відчуває на собі. Перебування в інформаційному просторі є для сучасної людини умовою її соціальної активності і самореалізації. Тому, щоб не стати об'єктом маніпулятивних технологій, необхідне виключення з інформаційного простору, що не є можливим для соціально активної людини.

Такі обставини змінюють розуміння природи влади. Влада набуває різноматичних рис – відсутність сталої структури та впорядкованості, відсутність домінанти військової складової та інших владних атрибутів. Сучасна влада має іншу природу, підвалини іншої якості, хоча і заснована на економічних факторах розподілу ресурсів серед населення, головне – вона якісно по-іншому тлумачить проблеми управління. В усякому разі має це робити, щоби бути власне владою. Місце прямих наказів як керівництва до дії займає примус до певних стереотипів поведінки. Відбувається процес перетворення особистості у споживача. Попередня модель влади зневажала особистісні прояви зовнішнім тиском, в свою чергу «м'яка влада» («soft power») здійснює заміну цінностей і пріоритетів шляхом нав'язування штучних потреб.

Нове розуміння влади не має суворої визначеності. Оскільки втрачається географічна детермінанта, владна централізація на певному місці. Разом з тим, є принциповий ризик для громадянського суспільства, який полягає в неможливості контролювати владні дії саме через використання маніпулятивних технологій. Характерною рисою сучасної влади є її поширеність і загальнопроникність, адже завдяки інформаційним технологіям до влади є причетними як її прихильники, так і її опоненти.

В умовах глобального інформаційного гіперпростору влада змінює принципи впливу на людину. Влада завжди нівелює окреме «Я», адже її головним завданням є формування зручних єдиних і зрозумілих стандартів поведінки. Докорінна відмінність теперішніх владних проявів полягає в тому, що до цього вимоги уніфікації поширювались переважно на зовнішню поведінку з недоторканістю особистості. В умовах глобалізованості світу основним завданням є зміна внутрішніх

мотивації поведінки людини. Тобто відбувається зміна влади зовнішньої на владу внутрішню, мінімізуючи особистісне «Я» [11]. Особистість використовується як поле застосування штучних намагань і прагнень. Такий процес має глобальний характер не тільки в загальнопланетарному вимірі, але й в пересічному – влада проявляє себе в кітчі, масовій культурі, моді, соціальних меседжах тощо.

Отже, основним засобом здійснення влади в сучасному світі є не тиск і примус, що не надає реального впливу на соціум для управління (підтверджено чисельними соціальними вибухами), а формування такого інформаційного простору, який формує направленість життя кожної окремої людини. Такий стан викликає до життя нову якість комунікації та комунікативних технологій (термін «вибух комунікацій»). Тобто владою формується якісно інший важіль управління та організації інформаційних процесів.

Чубік А.П. наголошує, що становлення категорії «комунікація» в якості однієї з базових для соціальної теорії призвело до виникнення терміну «комунікативна онтологія соціальної реальності» як реальності, яка може бути інтерпретована в якості комунікативної сфери соціокультурних форм і патернів, що самоорганізуються [12]. Комунікативний простір і його нова реальність досліджується в роботах Ю. Хабермаса [13].

На цьому етапі суспільно-цивілізаційного розвитку владні впливи нівелюють власне «Я» людини, нівелюють особистість. На вільне від несхожості місце приходять уніфікований індивід, а інформаційні технології використовують переважно з політичною метою (Н.В. Громико, Б.С. Кара-Мурза, В.Н. Порус). Це призводить до перетворення людини на штучно створеного та маніпульованого індивіда на всіх рівнях його життя. Таким чином, інформаційні технології стають потужним зряддям політичного тиску, особливо в умовах формування і становлення нової культури інформації, принципового зменшення духовності саме в новому комунікативному просторі.

Такий стан принципово посилює роль «четвертої влади» – ЗМІ і має різні інтерпретації від владної служниці до потужної громадської сили. В такий спосіб визнається, що суб'єктом «четвертої влади» є не політичні лідери, не фінансово-промислові корпорації, а всі можливі прояви і застосування засобів масової інформації. Вони беруть на себе функцію передачі культурних цінностей. Якщо до цього часу формування культурних цінностей базувалось на традиції, що знаходило відбиток в культурному спадку (фольклор, філософські та літературні твори, театральні вистави), то період постмодерну піддав

сумніву як самі цінності, так механізми їх формування та передачі через випробуваний соціальний досвід. Натомість альтернативи знайдено не було. Гіперпростір включив людину в мережу, в різноманітність інформаційних потоків з вільним правом вибору позицій у суспільстві. Фактично була побудована модель суспільства, в якій людина, її «Я» знаходить вираз, має цінність саме по собі. У відповідь потік інформації збільшився настільки, що інформація почала втрачати оціночний принцип відбору і момент «оволодіння» осягнення, розуміння, засвоєння інформації. Стрижнем пошуку свого «Я» стали ті ж ЗМІ, які формували відсутній ідеологічний стрижень, але на іншій ціннісній платформі, формуючи якість людини споживача. Відсутність необхідності докладати інтелектуальних зусиль призвела до потреби споживати готові алгоритми дій, що вже були в наявності в засобах масової інформації. Потреба в побудові особистісної моделі поведінки в соціумі була зведена нанівець.

Звідси наново і в іншому розумінні тлумачаться проблеми ідентичності. Західні дослідники (Э. Гідденс, З. Бауман) наголошують, що сформований віртуальний світ призводить до занепаду власного «Я», що є однією зі стратегій ЗМІ ХХІ ст. для управління і маніпуляцією суспільною свідомістю.

З. Бауман виділяє нові антропологічні типи: «фланер», «гравець», «турист» як вираз аполітичності, відбувається зникнення громадянина і заміна його споживачем. До прикладу, осіб, які навчаються в правовому полі, називають «споживачами» освітніх послуг.

Проблему взаємодії інформаційної влади і маси (електорату, населення) досліджує Е. Канетті, виокремлюючи основні елементи образу людини і суспільства (маса, влада, смерть, виживаючий) та досліджуючи процес перерозподілу владних функцій на користь нових суб'єктів влади – влади інформаційної.

На цей момент існують декілька підходів, що характеризують вплив мас-медіа на політичний процес: роль ЗМІ як засіб впливу на громадян (П. Бурдье), альтернативний підхід, що розглядає ЗМІ як інструмент, що передає інформацію, але без впливу на політичні інтереси людини (П.Лазарфельд).

У дослідницьких тенденціях варті уваги ще й технології впливу ЗМІ на політику – конструювання політичної реальності (безпосередній вплив на політичний процес різними засобами – від реклами до пошуку матеріалів, що компрометують) і візуалізації політичного процесу (Е. Деніс, Д. Мерілл). Тобто роль та значення інформаційних технологій для політичного життя суспільства не є однозначними через те, що самі ЗМІ – матеріал різноманітний, без

внутрішньої структури та ієрархії. Варто навести характерний приклад вибору людиною певного інформаційного джерела. Вибір буде базуватися на внутрішніх переконаннях людини. Але вибір буде стосуватися лише джерела, і в значно меншій мірі предмету інформаційного розгляду. Адже в різних інформаційних джерелах розглядають однакові проблеми, але у відмінних ракурсах. Цей принцип лежить в основі концепції інформаційних війн, що є предметом дослідження в роботах Т. Розана, Т. Стоунера, Ф. Уебстера тощо.

Інформаційні війни неможливі за відсутності глобального інформаційного простору, що сформувався в результаті розбудови інформаційного суспільства. Оскільки основною метою інформаційних війн є розподіл (перерозподіл) інформаційного простору за критерієм інформаційно бідних чи заможних країн. Інформаційно бідні країни допускають на власне інформаційне поле «загарбників», які формують і пропагують цінності та моделі, що є домінантами для країн «інформаційних колонізаторів». Крім того, статус інформаційно бідної чи багатой країни визначається впливовістю регіональних ЗМІ на політичні процеси, що відбуваються в соціумі.

Наявність інформаційних війн обґрунтовується поширенням саме демократичних принципів щодо вільного політичного вибору, а значить формування сталої або «стереотипної» уяви щодо політичної сфери. При наявності значного глобального інформаційного простору втрачається принцип достовірності кінцевої (для споживача) інформації. Така позиція робить будь-якого об'єкта інформаційних війн незахищеним перед інформаційними ударами.

Стратегія інформаційної війни, на думку А.П. Чупіка, базується на декількох факторах, серед яких – стимулювання обговорення, багатоканальний вплив, орієнтація на певні (міцні за критерієм об'єднання) соціальні групи, інформаційна агресія. Формується відчуття страху суб'єктів щодо перетворення в об'єкт інформаційного тиску [12].

В інформаційних війнах використовують два основних напрямків – технологічний (руйнування систем зв'язку і комунікації) та інтелектуальний (гуманітарний вплив). На пострадянському просторі виділяються ще й внутрішні інформаційні війни (до прикладу, війни між фінансово-промисловими групами, між владою та фінансовими структурами, між владою та опозицією, між різними сегментами влади).

У контексті розгляду впливів сучасних інформаційних технологій на зміст «Я» людини варта розгляду концепція «консцієнтальної зброї», запропонована В.К. Потехінім [14].

Концепція спрямована на знищення сталої системи цінностей та їх заміну симулякрами. Як наслідок, формується особистість, яка не співвідносить себе з певною спільнотою, в якій не має засвоєних культурних традицій. Така особистість попадає під вплив чужих і не властивих для цієї особистості як представнику певного соціуму моделей поведінки. Звідси – стереотипи статусів в соціальних мережах, звички харчування, заперечення етики поведінки. Такі норми активно нав'язуються каналами засобів масової інформації, формуючи феномен соціальної моди, яка є обов'язковою для застосування для «мережі». У результаті особистість перетворюється в індивіда.

Протистояти консцієнтальним війнам можливо через формування освітнього простору. Інформаційні протистояння обумовлені трансформацією самого знання, зміни гносеологічної структури. Знання, що перетворення на інформацію стають потужним владним важелем і ресурсом. Інформація – це кристалізоване прикладне знання, використане з певною метою і таке, що не претендує на істину. У постмодернізмі такий стан здобув визначення «мерехтіння смислів» (М. Фуко, Ж.-Ф. Ліотар, К. Хельд, Р. Бахрах, М. Баратц, У. Браун, П. Клотц, В. Фуре). Це описаний вище стан постійних змін, соціальної динаміки.

Цей виклад матеріалу дозволяє зробити певні висновки. Влада новітнього суспільства принципово змінює канали впливу від фізичного на інтелектуальний або ментальний. Це стає можливо через формування і застосування інформаційних технологій, серед яких – глобальна мережа Інтернет, засоби масової інформації, технології зв'язків з громадськістю. Людина стає тотально залежною від описаних впливів, що підкреслює кожної людини в сферу впливу без урахування його особистого вибору. Людина в таких процесах рухається від високого рівня особистості до низького соціального рівня індивіда, залишаючи собі лише вітальні та споживацькі функції, що підтримуються активними ЗМІ. Суспільство в цілому і кожна людина зокрема постають дезорієнтованими, втрачаються традиційні цінності, які замінюються симулякрами. Все призводить до необхідності пошуку контрвпливів для суспільної свідомості.

З огляду на вище викладене в подальших розглядах варто зосередитись на принципово іншій ролі освіти в сучасному інформаційному суспільстві, що полягає не лише в зміні парадигми, але й в використанні інформаційного знаряддя швидкоплинного

сучасного світу. На часі розгляд місця людини творчої в сучасному інформаційному, чи то пак вже постінформаційному просторі.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Machlup F.* The Production and Distribution of Knowledge in the United States. – Princeton : PP, 1962. – 98 p.
2. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. – М. : Academia, 1999. – 782 с.
3. *Алексеев П. В.* Социальная философия. – М. : Проспект, 2004. – 227 с.
4. *Masuda Y.* The Information Society as PostIndustrial Society. – Washington : World Future Soc., 1983. – 419 p.
5. *Тоффлер Э.* Третья волна. – М. : АСТ, 2004. – 784 с.
6. Окинавская хартия глобального информационного общества. (Окинава, 22 июля 2000 года). Законодательство Украины, документ 998_163. (Okinawa Charter on Global Information Society. Okinawa, July 22, 2000).
7. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН A/RES/65/141 от 20 декабря 2010 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.un.org/ru/development/ict/res.shtml> (дата обращения: 18.02.2012).
8. *Фрэнк Уэбстер.* Теории информационного общества. Пер. с англ. п/р Е. Л. Варгановой. – М. : «Аспект пресс», 2004. – 400 с. (Frank Webster. Theories of the Information Society. Second edition. London and New York, Routledge, 2002)
9. *Махлуп Ф.* Производство и распространение знаний в США. – М. : Прогресс, 1966. — 462 с. (Fritz Machlup. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton: Princeton University Press. 1962)
10. *Коробейникова Л. А.* Глобализация: Концептуальные изменения дискурса // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2008. – № 2 (3). – С. 144-152.
11. *Фуко М.* Надзирать и наказывать. – М. : Ad Marginem, 1999. – 478 с.
12. Чупик А. П. Человек в информационном пространстве глобализирующегося общества // Известия ТПУ. – 2011. – № 6. – С. 107-110.
13. *Хабермас Ю.* Вовлечение другого. Очерки политической теории. – СПб. : Наука, 2001. – 415 с.
14. *Потехин В. К.* Современные консциентальные войны и Национальная Безопасность России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.milresource.ru/Potekhin-1.html>.

15. *Ferguson V.H., Mossback R.W.* Remapping Global Politics. History's Revenge, Future Shock. – New Jersey, Iowa, 2004. – 380 p.
16. *Hardt M., Negri A.* Empire. – Cambridge, M.A. : Harvard University Press, 2000. – 240 p.
17. *Brown C.* Do Great Powers Have Great Responsibilities? Great Power and Moral Agency // *Global Society*. – 2004. – V. 18. – № 1. – P. 12-18.
18. *Чубик А.П.* Человек в информационном пространстве глобализирующегося общества [Электронный ресурс] // Известия ТПУ. – 2011. – № 6. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-v-informatsionnom-prostranstve-globaliziruyuschegosya-obschestva>. – Заголовок с экрана.

Бойко А.И. Социально-политический вектор информационного общества.

Информационное общество формирует новые социально-политические вызовы и проблемы, которые касаются распространения информационных войн, проблем аксиологического сегмента, определяют перспективы и роль нового образовательного пространства.

Ключевые слова: информационные технологии, глобализация, политика, власть.

Boyko A. I. Socio-political dimension of information society.

Information society creates new socio-political challenges and problems, which are related to information wars, problems of axiological segment. The perspectives and role of the new educational space are studied.

Keywords: information technologies, globalization, politics, power.

Романенко О. Я.

**ФУТУРОЛОГІЯ ТА ПРОГНОСТИКА ЯК СПОСОБИ
ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ НАУКОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ
СОЦІАЛЬНОГО МАЙБУТНЬОГО**

У статті проаналізовано основні наукові методи соціального прогнозування, а також шляхи його інституалізації. Такими методами є методи екстраполяції, експертного опитування, історичної аналогії та метод моделювання. Основними способами інституціоналізації наукового прогнозування соціального майбутнього є футурологія та прогностика. Футурологію та прогностику можна розглядати як науки, що забезпечують передбачення майбутніх станів соціальної системи.