

О. В. Стовпець,
кандидат філософських наук, викладач
(Одеський національний морський університет)

СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЦЕНзуРИ ТА ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Статтю присвячено дослідженню суперечностей, що постають перед сучасним суспільством в процесі розвитку інформаційних технологій, з позицій соціальної філософії та огляду філософсько-правових проблем розвитку інституту інтелектуальної власності в інформаційній сфері. Також розглянуто проблему інформаційної цензури. Виділено трикутник взаємно детермінованих категорій: інформаційний обмін – інформаційна цензура – антиконтрафактна політика, які характеризують розвиток інформаційного суспільства сьогодення.

Постановка проблеми. Актуальність досліджуваної проблематики обумовлено, з одного боку, зростаючою значущістю інформаційних технологій в різних сферах життя людства, а з іншого, – неоднозначністю суспільних оцінок впливу, який чинять сучасні комунікативні засоби на існуючий життєвий уклад.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичне осмислення деяких сутнісних, аксіологічних та соціально-філософських аспектів динаміки розвитку інформаційних технологій знайшло своє відтворення в роботах філософів, соціологів, інших науковців, серед яких Д. Белл, І. Валлерстайн, М. Кастельс, Т. Стоунер, О. Тоффлер, А. Турен, Ф. Фукуяма та ін. Однак суперечливий характер розвитку інформаційних відносин (й особливо на фоні активних намірів певних сил в різних країнах впровадити жорстке законодавство щодо захисту інтелектуальної власності, та суспільні реакції на ці заходи) підсилює актуальність подальших наукових пошуків, особливо у соціально-філософському ракурсі.

Формулювання завдання. Метою статті є висвітлення протиріч, що виникають в сучасному інформаційному суспільстві, зокрема, експлікація можливих негативних моментів, що постають внаслідок стрімкого розвитку інформаційних технологій, й враховуючи проблеми захисту інтелектуальної власності (остання розглядається в цій статті в якості предмету *соціально-філософської* рефлексії), питання інформаційної безпеки та цензури.

В основу методології дослідження покладено загальнонаукові та спеціальні методи (зокрема, діалектичний метод, системний та порівняльно-історичний підходи, тощо).

Вклад основного матеріалу дослідження. Щодо питання важливості інформації (як однієї з онтологічних категорій для сучасного суспільства), то воно представляється вже достатньо дослідженим у різних аспектах, тому не потребує окремої уваги в межах цієї статті. Однак не менш цікавим бачиться наступне питання: яким чином найбільш ефективно розповсюджується інформація, та як оцінюються відповідні інформаційні технології різними учасниками інформаційних відносин? Та якими факторами ускладнюється зміст самих інформаційних відносин (як різновиду соціальних відносин)?

В окресленому контексті доречно розглянути питання про особливості роботи пошукових систем, які функціонують в глобальній інформаційній мережі Інтернет. Найбільш логічним в такому разі буде звернення до особливостей функціонування найбільш універсальної з пошукових систем сьогодення – Google, яка є не просто засобом пошуку. Це – справжнє технологічне цунамі. Google – наче "всесвітній пилосос", що засмоктує цифрові дані. Він обробляє щодня близько 24 петабайт користувацьких даних, що дорівнює приблизно 130 мільярдам фотографій. Пошукова система Google займає більш ніж 60 % світового ринку пошукових послуг в Інтернеті. Щоденно вона реєструє близько 50 мільйонів нових пошукових запитів та індексує понад 8 мільярдів веб-сторінок. Інтерфейс Google містить доволі складну мову запитів, яка дозволяє обмежити область пошуку окремими доменами, мовами, типами файлів тощо. При цьому Google здатний знаходити інформацію на 191 мові [1].

Google управляє більш ніж мільйоном серверів в центрах обробки даних по всьому світові, та обробляє понад мільярд пошукових запитів на день. Ці запити залишають "цифровий слід" кожного, хто заходить на сайт. Якщо раніше звичайні пошукові системи сортували результати пошуку залежно від того, скільки разів шукані терміни згадувалися на сторінці, то пошуковий движок Google використовує математичний алгоритм, який відстежує кількість посилань із сайту й на сайт: чим більше посилань – тим вища позиція в рейтингу. Таким чином, система аналізує відносини між сайтами [2]. Ця технологія має назву "PageRank". Актуальність сайту в ній визначається кількістю й важливістю сторінок, що посилаються на цей сайт.

Нинішню транснаціональну публічну корпорацію, яка інвестує не тільки в інтернет-пошук та рекламні технології, а й в т. зв. "хмарні обчислення" та інші інноваційні проекти і сервіси, Google було засновано в 1996 як науково-дослідницький проект двома студентами факультету комп'ютерних наук Стенфордського університету в Каліфорнії – С. Бріном та Л. Пейджем. В якості приватної компанії Google було зареєстровано у вересні 1998. З самого початку заявленою місією компанії було "*організувати та впорядкувати всю світову інформацію, зробити її доступною й корисною для всіх*". По підрахунках корпорації Google, досягнення цієї мети може зайняти близько 300 років [3].

Головний сайт Google – www.google.com – нині є найбільш відвідуваним сайтом Інтернету, а численні безкоштовні сервіси від Google (як Gmail, Google Earth, YouTube, Blogger, Orkut, GoogleMaps тощо) входять до

першої сотні за рейтингом відвідуваності [4]. За версією компанії "Brand-Finance", Google – один із найпотужніших і найбільш дорогих світових брендів [5]. У 2011 році "Google" було визнано компанією з найкращою репутацією в США, що випередила за цим критерієм такі компанії, як "Microsoft" і "Sony" [6]. Домінуюче положення сервісів Google на віртуальному ринку закономірно призводить до критики компанії по питаннях "недоторканості приватного життя", "авторського права", "інформаційної безпеки" тощо.

З одного боку, Google прагне перетворитися на всезнаючу організацію з метою поліпшити світ. Однак суспільна думка не завжди на боці корпорації. Так, коли Google розпочала сканування й переведення у цифровий формат мільйонів книг, автори й (особливо) видавці не стали радіти з цього приводу – вони прийняли подавати позови про порушення авторських прав. Корпорація стала об'єктом радикальної критики і з боку друкованих ЗМІ, які обвинуватили Google в підриві їхнього рекламного бізнесу й різкому скороченні доходів від продажу тиражів. Коли Google почала фотографувати вулиці (з метою розвитку безкоштовного сервісу Google Earth), обурилися захисники недоторканності приватного життя. У сервісі YouTube, який безкоштовно надає Google, представники музичної й відео-індустрії вбачають серйозного конкурента, що підриває традиційні методи заробляння грошей.

Отже, куди б і як би не розвивалася корпорація Google, це супроводжується повсюдною руйнацією старого укладу й протиріччями на цьому підґрунті. Водночас, для абсолютної більшості інтернет-користувачів (їх чисельність щороку зростає) вільний доступ до електронних джерел інформації є незаперечною та очевидною вигодою. Наприклад, далеко не всі бажаючі є матеріально спроможними відвідати найславетніші міста світу, однак, завдяки сервісу Google Earth люди можуть здійснити хоча б віртуальну подорож вулицями цих міст, не виходячи з дому.

Втім, мабуть, корпоративний девіз "не нашкод", використовуваний Google, в деяких аспектах втрачає актуальність, тому що стає все складніше сказати напевно, що щось не приносить шкоди в тому або іншому відношенні. Цікавий факт про пошук в Google: насправді, це база даних про наміри, наче неймовірна колекція того, про що ми думаємо в будь-який конкретний момент, й заснована на тому, що ми шукаємо або пишемо у своїх електронних повідомленнях. Гіпотетично це означає, що будь-хто сторонній, одержавши доступ до такої доволі конфіденційної інформації, матиме певну владу над нами й потенційно зможе нанести нам шкоду.

Варто зазначити, що Інтернет стає більшим, глобальнішим та ємнішим. "Джин настільного комп'ютера", випущений на волю в мільйонах будинків і офісів по всьому світові, без перебільшення, вже змінив людство. Тепер Google ставить за мету створити нову технічну революцію, усунувши потребу в настільних комп'ютерах. Корпорація пропонує перенести якомога більшу кількість даних з персональних комп'ютерів на свої сервери, створюючи величезні обчислювальні потужності, що забезпечують безперервний потік даних – т. зв. "серверні ферми" (їх сьогодні на Землі близько 30, а також існують проекти у відкритому морі) [7].

На цьому й будується ідея т. зв. "хмарних обчислень" (або ж "хмарні технології"). На думку "гуглерів", проблема в тому, що зараз всі наші дані розташовані, головним чином, на персональних комп'ютерах, які можуть будь-коли вийти з ладу, і тоді інформація безповоротно загубиться. Тоді чому б не покласти всі свої важливі дані куди-небудь ще, у надійне місце, що перебуватиме під контролем? Можна користуватися ними в будь-який час на будь-якому пристрої, де б ми не знаходилися. Очевидно, втілення даної ідеї веде до перевертання в тому, як ми спілкуємося, як ми працюємо – нарешті, до еволюції в нашому образі життя загалом.

З іншого боку, під *чим це* контролем перебуватиме наша персональна інформація? Мабуть, більшість з нас міркує: "Це мої банківські реквізити, мій паспорт, моя страховка... Що ж трапиться із цією інформацією, опинись вона в руках сторонніх осіб? Адже я більше не контролюю одноосібно ці дані, вони зберігаються десь там! Але мені потрібно знати напевно, що ніхто не зробить із ними нічого такого, чого б я не бажав". – Це питання психології, які є першою перепоною на шляху впровадження т. зв. "хмарних технологій" у сфері глобальної організації інформації. В цьому ж контексті бачиться правомірним питання: чи не відкриє такий перехід до "хмарних технологій" лазівку для урядів і корпорацій, що дозволить їм таємно мати доступ до даних про нас? Звісно, питання це залишається відкритим. Очевидно, що для Google як гігантського накопичувача інформації питання *довіри* є ключовим з точки зору перспектив розвитку та подальшої інтеграції в суспільне буття.

Далі розглянемо проблему *інформаційної цензури*. Відомо, наприклад, що в Google не квапилися з відкриттям офісу в Китаї. Проте в 2009 році кількість китайських інтернет-користувачів перевищила все населення США. Китай – це, безсумнівно, вибуховий та жаданий інформаційний ринок. Однак ситуація на ньому ускладнюється китайським урядом, який вимагає встановлення деяких обмежень відносно контенту. Щоб відкрити офіс у Китаї, компанії Google довелося погодитися із блокуванням деяких сайтів, щоб вони не відображалися в результатах пошуку на території КНР. Отже, саме китайський уряд вирішує, кому можна пройти через їхню "велику китайську сітьову стіну".

Хоча китайський уряд закриває очі на кібер-піратство відносно об'єктів права інтелектуальної власності, він здається куди менш терпимим по відношенню до Google. Оскільки корпорація представлена офісом у Китаї, вона змушена координувати свою інформаційну політику на території цієї країни з китайськими законами. Виконання вимог китайського законодавства для Google, зокрема, означає, що якщо, перебуваючи в Китаї, хтось стане шукати за допомогою Google інформацію, наприклад, про події на площі Тяньаньмень 4 червня 1989 року, або про незалежність Тибету, або на іншу "чутливу" для КНР тематику, тоді результати пошуку будуть відрізнятись від тих, що виводяться пошуковою системою за межами Китаю. Також протягом останніх років в країні має місце періодичне блокування доступу до окремих статей Свободної енциклопедії Wikipedia [8], особливо до китайської

та англійської версії. Компанія Google веде з урядом Китаю переговори про необхідність припинення подібної інформаційної цензури, і про скасування пошуку з фільтрацією інформації.

Втім, не лише китайський уряд застосовує механізми обмеження вільного інформаційного обігу. Так, після подій 11 вересня 2001 уряд США, взагалі не проводячи ні з ким ніяких консультацій, просто прийняв закон, який наділив державу більшими повноваженнями в стеженні за громадянами, а також безмежним доступом до "інформаційного сліду" людей. Повноваження ці насправді досить великі: від одержання кредитної історії окремих людей до отримання доступу до їхньої переписки! Таким чином, в країні, що йменується "колицкою свободи та демократії", порушення конституційних прав громадян виправдується "інтересами національної безпеки". При цьому самі громадяни не ставляться у зв'язку про подібні запити щодо них.

У зв'язку із цим, директор Центру конфіденційності інформації (EPIC) у Вашингтоні, Марк Ротенберг, висловлює стурбованість, що нова цифрова інформація переноситься в "хмари" комп'ютерних серверних ферм: "Я не говорю, що в урядів не повинно бути доступу до інформації при певних обставинах, але потрібний контроль, потрібні звітність та прозорість... І вся проблема в тому, що урядові буде набагато простіше таємно вести стеження, у той час як люди навіть не знатимуть, що хтось копається в їх особистій або діловій інформації" [9].

Отже, ми бачимо, що як в західному, так і в східному цивілізованих суспільствах принцип вільного обігу інформації зазнає певних обмежень. Однак механізми створення таких обмежень дещо відрізняються. На Сході (зокрема, в Китаї) застосовується т. зв. "інформаційна цензура". На Заході обмежувальні механізми є дещо делікатнішими. Так, окрім конструкції "інтереси національної безпеки", в західному суспільстві для дозування інформаційного обміну не менш популярним є використання конструкції "захист інтелектуальної власності".

Однак, повертаючись до соціокультурних аспектів діяльності нових інформаційних гігантів (наприклад активності Google у США та Китаї), варто зазначити прагнення корпорації привести модель корпоративної культури в офісі Китаю якнайближче до тієї, котра використовується компанією Google у США і Європі. Просто скопіювати цю модель не представляється можливим, оскільки власне культури США та Китаю значно відрізняються. Насправді, мабуть ніщо не розділяє ці дві культури більше, ніж принципи використання Інтернету.

По-перше, вік середньостатистичного користувача Мережі в Китаї – 25 років (проти 45 у США). Відповідно, і характер користування значно відрізняється за змістовним критерієм: китайці молодші, тому їх більше цікавлять розваги в Інтернеті. Показово, що навіть за оформленням китайці більше полюбляють насичені рекламою, яскраві сторінки, а не простий користувацький інтерфейс. Американські й європейські користувачі більше уваги приділяють електронній комерції та іншим видам роботи в Інтернеті.

По-друге, китайці тримають світове "лідерство" за обсягами скачування піратської Інтернет-продукції, головним чином, неліцензійної музики. Абсолютна більшість користувачів в Китаї вважає цю практику абсолютно нормальною, у той час як, наприклад, у США ситуація із ставленням до об'єктів копірайту є діаметрально протилежною. Оскільки Google прагне перевести в цифровий формат усе на своєму шляху, діяльність корпорації отримує як нових прихильників, так і нових супротивників (серед останніх – захисники копірайту).

Як одна з найпрестижніших і найтехнологічніших компаній світу, Google одержує понад мільйон резюме на рік. Керівництво корпорації свого часу зрозуміло, що більшість творчих ідей народжуються в індивідуальних підприємців глибоко усередині компанії – найчастіше в тих, у кого є ідеї, але немає часу над ними працювати. Тому в Google винайшли "концепцію 20 % часу": передбачається, що кожний технічний співробітник компанії (інженер) повинен витратити 20 % свого робочого часу на речі, які цікаві йому (а не ті, котрі роботодавець вважає цікавими). І компанія заохочує це.

Взагалі Google демонструє новий образ мислення. Наприклад, компанія відмовилася від використання паперу – більшість заміток робляться в електронній формі, щоб можна було миттєво поділитися цими ідеями з іншими людьми в середовищі корпорації. Вважається, що будь-хто з "гуглерів" здатен зробити що-небудь важливе, те що змінить світ на краще.

Google також активно співпрацює з іншими організаціями в різноманітних напрямках: від наукових досліджень до реклами і благодійності. Так, в 2004 Google створила некомерційну структуру "Google Foundation" зі стартовим капіталом в 1 млрд. доларів, головними напрямками діяльності якої є інформування суспільства по глобальних проблемах зміни клімату, бідності та охорони здоров'я, а також проектні роботи у сфері гібридного транспорту. В 2005 Google вела спільну роботу із Дослідницьким центром НАСА по створенню експериментальних проектів, пов'язаних з управлінням даними великих обсягів, нанотехнологіями, розподіленими обчисленнями у космічній галузі. В 2008 році Google представила проект, в якому всі бажаючі можуть запропонувати та спільно обрати ідеї, котрі здатні допомогти якомога більшій кількості людей (на момент початку голосування надійшло понад 150 тис. ідей від людей з 170 країн). На допомогу в реалізації обраних пропозицій Google виділяє відповідне фінансування. В лютому 2010 компанія Google офірувала 2 млн. доларів на підтримку Вікіпедії. Отримані інвестиції було спрямовано на вдосконалення технічної інфраструктури Свободної енциклопедії. Також в 2010 році Google здійснила своє перше інвестування у проект освоєння відновлювальних джерел енергії [10]. Іншими словами, Google позиціонує себе не тільки як пошуковий сервіс. Вона заробила репутацію соціально-спрямованої корпорації, крупного інвестора та мецената. Ця транснаціональна компанія і справді робить чимало корисного у справі глобалізації культури та забезпечення доступності й відкритості знань у всесвітньому масштабі.

При цьому лівову долю коштів на реалізацію зазначених вище заходів Google отримує від т. зв. "спрямованої реклами". Наприклад, якщо ви користуєтеся безкоштовним поштовим агентом Gmail (Google Mail), і вам приходить електронний лист про катання на лижах, ви побачите тематичну рекламу – про

гірськолижне екіпірування. Тобто, програма сканує поштові повідомлення й видає відповідні оголошення, що можуть зацікавити користувача.

Через популярність пошукової системи в англійській мові навіть з'явився неологізм *to google* – "гуглити". В комп'ютерному сленгу цей термін використовується для позначення процесу пошуку інформації в Інтернеті за допомогою Google. Саме із такою дефініцією дієслово "google" було занесене до авторитетного Оксфордського словника англійської мови [11]. Згодом цей термін стали вживати по відношенню до інтернет-пошуку як такого. Побоюючись можливої втрати товарного знаку, нині Google не схвалює використання дієслова "google" в якості загального терміну. Так, у 2006 році Google виступив із публічною заявою про вимогу "використовувати слова, утворені від "Google", тільки коли мова йде про Google Inc. або про його сервіси" [12].

Безсумнівно, Google – це незвичайна компанія. Місія Google – зібрати *всю* інформацію світу, і зробити її доступною та корисною. Фотографуючи вулиці, оцифровуючи книги, створюючи величезні сховища даних (серверні ферми) тощо, корпорація Google залишається технологічним феноменом. Але, на власне переконання компанії, "...майбутнє Google все-таки лежить у чомусь досить ненауковому: у довірі, у впевненості, що наші дані будуть надійно захищені від хакерів та шпигуючих урядів, що компанія не зловживе персональними даними і, зрештою, у вірі в те, що діяльність Google завжди відповідатиме принципам "Не будь злом" (англ. *Don't be evil*)..." [3].

Природно, що у компанії Google також є конкуренти. Наприклад, Facebook – це один феномен інформаційної культури – є безперечним сучасним лідером в сегменті соціальних мереж. Але це зовсім інша компанія, зі своїм власним обличчям. Google не став вдиратися до індустрії соціальних мереж. Можливо, почасти пов'язане це з тим, що "...для інженерів з Google беззмистовні розмови із друзями не є пріоритетом. Куди більш важливою є інформація об'єктивного (наукового) характеру. Google цікавить інформація одразу всього світу. Серце компанії належить саме цій ідеї" [3]. Facebook же далекий від холодних розважливих алгоритмів Google. Він базується на принципі: світ – це відносини між людьми, це безперервне встановлення зв'язків одних людей з іншими.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Вимоги щодо обсягу статті, на жаль, змушують обмежитися викладеним вище. Проте наведені матеріали дають підстави зробити деякі узагальнення, які, можливо, допоможуть зрозуміти характер головних суспільних протиріч у сфері інформаційних технологій.

По-перше, представляється, що особливістю нинішньої ситуації в розв'язку т. зв. "інформаційного суспільства" є оформлення суперечливого тріумвірату взаємно детермінованих категорій: *інформаційний обмін – інформаційна цензура – антиконтрафактна політика*. Цікаво, що для різних типів сучасних (цивілізованих) суспільств, як на Заході, так і на Сході, актуальною є тотожна проблема: прагнення певних суб'єктів (держав, медіа-гігантів) до обмеження абсолютної свободи інформаційного обміну. Однак аналіз наведених у статті фактів дозволяє зробити висновок, що на Заході згадані суб'єкти частіш за все вдаються до інструментів приватноправового тиску, що в своїй сукупності об'єднуються в категорію *"антиконтрафактна політика"*. На Сході ж більш розповсюдженими є адміністративні механізми, які загалом зводяться до категорії *інформаційна цензура*". Незважаючи на різні (на перший погляд) характер та зміст зазначених категорій, на відмінні механізми реалізації тощо, їхнє застосування нерідко має однакову мету, оскільки вони дивним чином призводять до схожих результатів – обмеження свободи інформаційного обміну.

По-друге, напевне, сьогодні вже не можна ігнорувати той факт, що наряду із традиційними "гравцями" (державами та медіа-гігантами), які тяжіють до монополії в інформаційній сфері та встановлюють правила для всіх інших суб'єктів, також існують (та активно розвиваються) іншого роду не менш потужні суб'єкти інформаційних правовідносин – глобальні мережеві корпорації (Google, Facebook тощо). Останні нерідко надають безкоштовні послуги, мають транснаціональний і транскультурний характер, та отримують різноманітну підтримку мільйонів так би мовити "менших" учасників інформаційних правовідносин (приватних Інтернет-користувачів та невеличких венчурних компаній). Природно, що новостворені інформаційні гіганти конфліктують із традиційними, та їхня боротьба знаходить своє втілення у юрисдикційній (судовій) та неюрисдикційній (іміджевій) формах.

Такий стан речей загалом вписується до змісту діалектичного закону "про єдність і боротьбу протилежностей", та є необхідним моментом в процесі формування т. зв. "суспільства знань". Використання тих або інших інформаційних технологій врешті-решт визначатиме те, як ми спілкуємося, як ми думаємо – адже все це так багато значить у визначенні того, *як і навіщо* живе людство.

Через багатоаспектність досліджуваної тематики, сучасні проблеми розвитку інформаційних технологій та їхній вплив на життя суспільства є цікавими та перспективними для дослідження з різних позицій, зокрема, у соціально-філософському та філософсько-правовому контекстах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Google : [стаття у Wikipedia] [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Google>.
2. The PageRank Citation Ranking : Bringing Order to the Web [Електронний ресурс]. – Stanford University. – November 11, 1999. – Режим доступу : <http://ilpubs.stanford.edu:8090/422/>.
3. Взгляд изнутри : Гугл (фильм) // National Geographic: Inside Google (2010).
4. Alexa Traffic Rank for Google (three month average) [Електронний ресурс] / Alexa, 02.02.2012. – 2012. – Режим доступу : <http://www.alexa.com/siteinfo/google.com>.
5. Google tops list of world's most valuable brands [Електронний ресурс] / Lance Whitney, CNET, 25.03.2011. – 2011. – Режим доступу : http://news.cnet.com/8301-1023_3-20047137-93.html.

6. Google named most reputable company in U.S. [Електронний ресурс] / Ben Parr, CNN, 03.05.2011. – 2011. – Режим доступу : <http://edition.cnn.com/2011/TECH/web/05/03/google.named.mashable/>.
7. Серверные фермы ведущих IT-компаний мира [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу : <http://rosinfotech.com/blog/10.php>.
8. Блокирование Википедии в КНР : [статья из Wikipedia – Свободной энциклопедии] [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу : http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B8_%D0%B2_%D0%9A%D0%9D%D0%A0.
9. Electronic Privacy Information Center (EPIC Official web-site) [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу : <http://epic.org/>.
10. Google Invests in Two Wind Farms [Електронний ресурс] // The Wall Street Journal. – May 3. – 2010. – Режим доступу : <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704342604575222420304732394.html>.
11. Oxford Dictionaries : The Official Web-page [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oxforddictionaries.com/definition/english/google>.
12. Krantz Michael. Do you "Google"? [Електронний ресурс] / Michael Krantz // The Official Google Blog. – 25.10.2006. – Режим доступу : <http://googleblog.blogspot.com/2006/10/do-you-google.html#!/2006/10/do-you-google.html>.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Google : [statia] [Elektronnyi resurs]. – 2012. – Rezhym dostupu : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Google>.
2. The PageRank Citation Ranking : Bringing Order to the Web [Elektronnyi resurs]. – Stanford University. – November 11, 1999. – Rezhym dostupu : <http://ilpubs.stanford.edu:8090/422/>.
3. Vzgliad iznutri : Gugl (film) [The View from Inside : Google (movie)] // National Geographic: Inside Google (2010).
4. Alexa Traffic Rank for Google (three month average) [Elektronnyi resurs] / Alexa, 02.02.2012. – 2012. – Rezhym dostupu : <http://www.alexa.com/siteinfo/google.com>.
5. Google tops list of world's most valuable brands [Elektronnyi resurs] / Lance Whitney, CNET, 25.03.2011. – 2011. – Rezhym dostupu : http://news.cnet.com/8301-1023_3-20047137-93.html.
6. Google named most reputable company in U.S. [Elektronnyi resurs] / Ben Parr, CNN, 03.05.2011. – 2011. – Rezhym dostupu : <http://edition.cnn.com/2011/TECH/web/05/03/google.named.mashable/>.
7. Servernye fermi vedushchikh IT-kompanii mira [Server Farms of the Leading World's IT-Companies] [Elektronnyi resurs]. – 2012. – Rezhym dostupu : <http://rosinfotech.com/blog/10.php>.
8. Blokirovaniye Vikipedii [Blocking the Wikipedia] : [stat'ia iz Wikipedia – Svobodnoi entsyklopedii] [Elektronnyi resurs]. – 2012. – Rezhym dostupu : http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B8_%D0%B2_%D0%9A%D0%9D%D0%A0.
9. Electronic Privacy Information Center (EPIC Official web-site) [Elektronnyi resurs]. – 2012. – Rezhym dostupu : <http://epic.org/>.
10. Google Invests in Two Wind Farms [Elektronnyi resurs] // The Wall Street Journal. – May 3, 2010. – Rezhym dostupu : <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704342604575222420304732394.html>.
11. Oxford Dictionaries : The Official Web-page [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://oxforddictionaries.com/definition/english/google>.
12. Krantz Michael. Do you "Google"? [Elektronnyi resurs] / Michael Krantz // The Official Google Blog. – 25.10.2006. – Rezhym dostupu : <http://googleblog.blogspot.com/2006/10/do-you-google.html#!/2006/10/do-you-google.html>.

Матеріал надійшов до редакції 31.07. 2012 р.

Стовпеч А. В. Социально-философские аспекты развития информационных технологий в контексте проблем информационной цензуры и защиты интеллектуальной собственности.

Статья посвящена исследованию противоречий, с которыми сталкивается современное общество в процессе развития информационных технологий, с позиций социальной философии, и рассмотрению философско-правовых проблем развития института интеллектуальной собственности в информационной сфере. Также рассмотрена проблема информационной структуры. Выделен триумvirат взаимно детерминированных категорий: информационный обмен – информационная цензура – антиконтрафактная политика, которые характеризуют развитие информационного общества сегодня.

Stovpets' O. V. Social-Philosophical Aspects of Informational Technologies Development in the Context of the Informational Censorship and Intellectual Property Protection Problems.

The article is dedicated to the social-philosophical research of contradictions that the modern society faces in the progress of informational technologies from the perspective of the social philosophy, and the consideration of the philosophical and legal problems of the intellectual property institute development in the informational sphere. The issue of the informational censorship is also considered. The triumvirate of the mutually determined categories such as informational exchange – informational censorship – anti-counterfeit policy that characterize the informational society nowadays is pointed out.