

В.В.МЕЛЬНИК (кандидат філософських наук, доцент кафедри управління та євроінтеграції)

Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова, Київ
doc.v.melnik@mail.ru

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: СУТНІСТЬ, ЗАДАЧІ, ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

В статті дається аналіз формування концепції інформаційного менеджменту, який прискорив еволюцію людства в напрямі глобалізації та інформаційної цивілізації. центральним пунктом якої являється інформація як один з найважливіших ресурсів людської діяльності; обґрунтовується сутність, задачі і основні напрями розвитку концепції інформаційного менеджменту

Ключові слова: інформаційний менеджмент, інформація, інформаційна цивілізація, інформаційне суспільство, інформатизація, інформаціоналізм, економіка знань, високоякісна інформація

Актуальність дослідження інформаційного менеджменту визначається наступними чинниками. *По-перше*, інформаційний менеджмент представляє собою новий науковий напрямок, у контексті якого формується інформаційна політика сучасного періоду розвитку Української держави, що розвивається в нових умовах глобалізації та входження України до цивілізованих спільнот. *По-друге*, інформаційний менеджмент покликаний аналізувати інформаційну спрямованість економічних інтересів і знаходити способи забезпечення їх балансу. *По-третьє*, недостатньою теоретичною розробленістю концептуальних засад інформаційного менеджменту, визначенням векторів теоретичної рефлексії змін у поступі забезпечення інформатизації суспільства, згідно з якими оцінюється рейтинг тієї чи іншої країни у контексті розвитку інформаційної парадигми. *По-четверте*, саме за таких умов розвиток інформаційного менеджменту ХХІ століття продовжує поглиблювати значення категоріальних форм інформаційного дискурсу, який міг би узгоджуватися з сучасними реаліями інформаційної глобалізації. За таких умов регуляторами всієї системи економічних відносин виступають механізми інформатизації, здатні сприяти виявленню інформаційного потенціалу країни, який допомагає досягнути певних рівнів розвитку інформаційних стандартів та інформаційного забезпечення населення, сприяти формуванню інформаційного суспільства, передусім обмежує нереалізованість її людського потенціалу. *По-п'яте*, актуальність теми дослідження заключається у тому, що науковий і технологічний прогрес безпрецедентно прискорив еволюцію людства в напрямі глобалізації і формування світового інформаційно-стільникового суспільства, інформаційної цивілізації.

Як відмічає В.М.Геєць, перехід до нової інформаційної епохи та економіки знань, по-перше, повинен носити характер соціального

технократичного проекту (проектів), що має в своїй основі декілька інноваційних напрямів локомотивного характеру; по-друге, власне наукові розробки повинні відповідати технологічному укладу виробництва і системі управління, що базуються на інформаційно-комунікаційних технологіях тільки у випадках їх безперервної масової трансформації у повсякденне знання; по-третє, інтелектуальний потенціал суспільства грає ще одну важливу функцію, яка пов'язана з протистоянням руйнівним процесам суспільної свідомості. Перехід до суспільства «економіки знань» повинен бути розрахований на достатньо тривалий період і в ньому проблема інновацій, навчання на протязі життя, партнерські зв'язки, обмін знаннями за допомогою інформаційних мереж, залучення до активного соціального життя є лише першочерговими складовими формування економіки на основі знань [1, с.24]. Як свідчить аналіз, має бути вжито заходів задля зміни самого розуміння суті й сенсу розвитку інформаційного суспільства в Україні, подальшої механічної технологізації проблем розвитку інформаційного суспільства та створення належних умов для розбудови суспільства, що базується на знаннях. Результати фундаментальних досліджень інформаційного менеджменту представлено у наукових працях Р. Х. Абдєєва, В. П. Андрущенко, Д. Белла, В. Ю. Бикова, Н. Вінера, В. М. Глушкова, Б. С. Гершунського, Ю. О. Дорошенка, У. Ешбі, М. І. Жалдака, Н. І. Жукова, В. З. Когана, К. К. Коліна, В. Г. Кременя, С. П. Курдюмова, Н. В. Морзе, Л. А. Петрушенка, К. Поппера, І. А. Пригожина, В. І. Сифорова, А. П. Суханова, А. Д. Урсула, Р. Фішера, Г. Хакена, Р. Хартлі, А. Д. Хомоненка, К. Шеннона.

Вирішити ці проблеми можливо, якщо докорінним чином сформувавши теоретичне підґрунтя парадигми інформаційного менеджменту і сформувавши у суспільстві умови для її реалізації. В сучасній науковій літературі з інформаційного менеджменту існує дефіцит рефлексії методологічних прийомів, технік і методик її реалізації, інституціонального впливу держави на інформаційні процеси, можливих варіантів упровадження у життя. У сучасній науці з інформаційного менеджменту має місце пізнавальна проблема, яка пов'язана з дефіцитом теоретичної та практичної рефлексії інформаційного суспільства, яка сприяє поглибленню підґрунтя для аналізу культури, економічних, політичних чинників інформатизації. Розв'язання зазначеної проблематики потребує системного вирішення та розробки відповідних теоретико-концептуальних підходів до цієї надзвичайно інноваційної дисципліни і нового наукового напрямку, який зачіпає багато проблем аксіологічного, гносеологічного, онтологічного виміру. Вступ людства до нової фази цивілізаційного розвитку приніс нові оптимістичні прогнози, які були характерними для населення і вчених з розвинутих країн, де розповсюдження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій дозволило не тільки укріпити їх економічне лідерство, але й зміцнити ринкову глобалізацію у світовому господарстві. Як відмічають Ожеван М. А., Гнатюк С. Л., та Ісакова Т. О., «Поки що складається небезпідставне враження, що українська нація є пасивним споживачем інноваційних Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку

технологій, створених іншими націями, й не пропонує світові власних. Відтак, наше суспільство не може бути кваліфіковане як «розумне» (smart society), у якому йдеться про технологічно детерміновані соціальні трансформації, пов'язані з переходом від широкого застосування знань до масового використання інформації, з якої майже автоматичним шляхом у потрібний час у потрібному місці можна «екстрагувати» потрібні знання» [2, 22].

Поняття «інформаційне суспільство» вперше з'явилося як ключове в доповіді спеціальної групи по науковим, технічним і економічним дослідженням, створеної японським урядом з метою визначення перспектив розвитку економіки. Вперше неминучість появи інформаційної цивілізації передбачив у 40-х рр. ХХ ст. австралійський економіст К.Кларк. Американський спеціаліст Ф.Махлуп ще в кінці 50-х рр. висунув ідею про появу інформаційної економіки, у якій найважливішим товаром стане інформація; на початку 60-х рр. він відмічав, що інформація у зв'язку з цим стала свого роду промисловим продуктом, а її виробництво - одним із видів промислової індустрії. Інформаційне суспільство виникло в середині 80-х р.р. і до середини 90-х рр. ХХ ст. пройшло перший етап свого розвитку. Про це писав також академік В.М.Глушков, який запропонував концепцію безпаперової технології в організації сфери управління і розподілу в суспільстві. Проте саме японці зуміли не тільки активно пропагувати ідею про промислове значення інформації, але й використати її в конкурентній боротьбі на світовому ринку.

Поняття «інформаційного менеджменту» слід розглядати в одному ряду з такими типовими характеристиками сучасної соціодинаміки суспільства, як «постіндустріальне суспільство» (Д.Белл), «інформаційне суспільство» (М.Порат, Й.Масуда та ін.), «мережеве суспільство» (М.Кастельс), «нове індустріальне суспільство» (Дж.Гелбрейт), «активне суспільство» (А.Етціоні), «постекономічне суспільство» (В.Іноземцев), «організаційне суспільство» (Р.Престус), «пострадянське суспільство» (Ж.-Ф.Ліотар). Ще Д.Белл відмічав, що інформатизація суспільства відбувається у рамках загального переходу від індустріальної до постіндустріальної епох. Г.Вірзіг розглядає інформаційний менеджмент як інтеграцію інформації і комунікації, виділяючи в ньому три аспекти інформаційного менеджменту, у результаті чого інформаційний менеджмент носить технократичний характер: 1) комунікаційний менеджмент; 2) управління інформаційними ресурсами; 3) управління обробкою інформації. Й.Хентце і А.Хайнеке визначають інформаційний менеджмент як сукупність правил, технічних засобів і систем (систематичне планування, організацію і координацію і контроль інформаційної діяльності і процесів, а також комунікації всередині організації), які визначають інформаційну і комунікаційну структуру організації, визначаючи при цьому цілеспрямоване використання інформації як ресурсу. Американський спеціаліст М.Аттінджер вводить поняття «інтегрованого інформаційного менеджменту», під яким розуміється створення такої інформаційної структури, де всі «частинки» інформації

Мельник В.В., 2012

забезпечують необхідний рівень спів падіння всіх інформаційних компонентів. Г.Вольфрам розглядає інформаційний менеджмент як допоміжну функцію управління в бізнесі, орієнтовану на ресурси, відносячи до його змісту задачі надання інформації і розробки інформаційних систем у сфері інформаційно-технічної інформації. Е. Фогель вводить поняття «менеджменту інформаційних ресурсів» як синонім інформаційного менеджменту, головна задача якого координація обробки інформації [3, с.71-76].

Згідно з Й.Хергетом, центральним пунктом інформаційного менеджменту являється постулат, що інформацію слід розглядати як один з найважливіших ресурсів підприємницької діяльності. Інформація представляє собою найважливіший господарський ресурс, фактор виробництва і вирішальний фактор конкурентоспроможності і потребує цілеспрямованої координації. Інформаційний менеджмент перетворюється на найважливішу підприємницьку задачу і являє собою суттєвий фактор успіху підприємницької діяльності. Й.Хергет відмічає, що суть інформаційного менеджменту заключається в тому, що підприємницька інформаційна інфраструктура повинна координуватися за допомогою вирішення трьох задач інформаційного менеджменту: 1) формування (побудова інформаційних систем – людина, інформаційні ресурси, інформаційні і комунікаційні технології); 2) керування (управління інформаційними процесами); 3) розвиток (перманентна здатність адаптації інформаційних систем до плинного оточуючого середовища). Мета інформаційного менеджменту – оптимально підтримувати ділові процеси підприємницької стратегії і тим самим забезпечити її конкурентоспроможність. Й.Хергет відмічає, що сфера інформаційного менеджменту включає у себе декілька складових інформації: 1) інформацію; 2) інформаційні і комунікаційні технології; 3) індивідуальних споживачів інформації. Їх інтеграція через посередництво інформаційних систем і технологій являється основною задачею інформаційного менеджменту. 1. Інформаційний менеджмент як нова методологія і мета концепція має фундаментальне значення для організацій і володіє значним інтегрованим потенціалом.

Концепція інформаційного менеджменту об'єднує наступні підходи:

1. Економічний підхід, який розглядає питання залучення нової інформації, виходячи з уявлень корисності і фінансових витрат; 2) аналітичний підхід, що базується на аналізі потреб користувачів інформації і комунікації; 3) організаційний підхід, що розглядає інформаційні технології в контексті їх впливу на організаційні аспекти; 4) системний підхід, що розглядає обробку інформації, виходячи з цілісного, системно орієнтованого, всеохоплюючого процесу обробки інформації в організації і приділяє особливе значення оптимізації комунікаційних каналів, інформації, матеріальних засобів, методів роботи витрат.

2. Існують різні інтерпретації поняття «інформаційний менеджмент»: іноді у ньому вбачають синонім внутрішньо організаційного управління Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку

обробкою даних; в інших випадках він ототожнюється з комунікаційними та інформаційними процесами організації, що пов'язано з більш широким трактуванням інформації як ресурсу - самостійного фактору виробництва, який лежить основі процесу прийняття рішень. З позицій системного підходу інформаційний менеджмент охоплює планування, організацію, координацію і контроль інформаційної діяльності і процесів, а також комунікації всередині організації з метою покращення її роботи. Інформаційний менеджмент стосується всіх функцій управління сучасних організацій, а також процесів комунікації і прийняття рішень. Інформаційний менеджмент передбачає загальну методологію роботи з інформацією в управлінських структурах. Враховуючи той факт, що основним носієм інформації в управлінні являється документ, то слід зробити висновок про те, що методологія інформаційного менеджменту у повній мірі може бути застосована до управління документацією в організації.

Стратегію розв'язання в Україні проблеми інформатизації окреслено в Національній програмі інформатизації, загальні засади формування, виконання та використання якої визначено Законом України «Про національну програму інформатизації» (1998), яка складається з Концепції Національної програми інформатизації, стратегічних цілей та основних принципів державної політики у відповідній сфері, очікуваних наслідків реалізації програми; галузевих програм і проектів інформатизації; програм і проектів інформатизації органів місцевого самоврядування [4, с.181]. Тому основними ознаками інформаційного суспільства слід назвати наступні: 1) перетворення інформації на найважливіший економічний ресурс, що має глобальний характер і забезпечує підвищення ефективності, зростання конкурентоспроможності та інноваційний розвиток суб'єктів господарювання; 2) зростаючий вплив інформації на всі сфери людської життєдіяльності, перетворення її на предмет загальнодоступного споживання населення; 3) інтенсивне формування інформаційного сектора економіки, який займає домінуючі позиції в новому суспільстві; 4) перетворення інформаційної сфери на фундамент, основу всіх видів економічної діяльності. Інтелект, інформація та знання стають більш вагомим ресурсом у XXI столітті [5, с.182]. Вже в 80-х рр. XX ст. західні вчені почали акцентувати увагу не стільки на зростанні ролі та значення інформації, скільки на пріоритетності інтелектуальної діяльності та знань, тобто інформації, яка засвоєна людиною.

Як свідчить соціально-філософський аналіз, відповідно до класифікації МВФ, тільки 33 країни віднесено до розвинутих економік і в них проживає 15% населення землі, але на групу цих країн припадає 60% світового ВВП і 66% світового експорту товарів і послуг, а саме розвиток інформаційного суспільства (М.Кастельс). На засадах атрибутивної, функціональної, тезаурусної концепції інформації, концепції значення знака, теоретичних моделей інформації (Р. В. Хартлі, А. М. Колмогорова, К. Шеннона – Л. Больцмана) дозволило з'ясувати, що поняття «інформація»

визначається як загальнонаукове, яке характеризує матеріальні об'єкти та їх взаємодію на усіх рівнях організації матерії та лежить в основі процесів управління, самоорганізації й саморегулювання у живій природі та суспільстві; будь – який вид інформації має три основні параметри (зміст, кількість, якість); інформація взаємопов'язана з фактором часу, оскільки вона визначається у певний його момент, має сенс у минулому, теперішньому і майбутньому часі. Здійснений на таких основах теоретичний аналіз генезису та взаємозв'язку видів інформації у хронологічному порядку (фізична, біологічна, соціальна) дозволив нам узагальнити та конкретизувати найбільш значущі ознаки інформації, які визначають її специфіку: самостійність інформації стосовно її носія; кількісна визначеність; суб'єктивний характер інформації як результат інтелектуальної діяльності суб'єкта; можливість багаторазового її використання суб'єктами; створення, збереження, копіювання, відтворення і накопичення інформації; збереження інформації у суб'єкта–передавача та суб'єкта–користувача інформації; довести, що властивості інформації пов'язані з її змістом, оскільки вона відображає його дійсність, об'єктивність, правди вість, вірогідність.

Інформаціоналізм – це новий спосіб розвитку, створений реструктуризацією способу виробництва в кінці ХХ ст. До розквіту нових інформаційних технологій привела взаємодія між широкими програмами досліджень і великими ринками, розвинутими державами, з однієї сторони, і децентралізованими нововведеннями, які стимулювалися культурою технічної творчості і рольовою моделлю швидкого особистого успіху, з іншої сторони. При інформаційному способі розвитку, джерелом продуктивності є технологія виробництва, знання, обробка інформації і символічної комунікації. Головним джерелом продуктивності є сьогодні вплив знання на знання. В той час, як індустріалізм орієнтується на технологічний розвиток, накопичення знання і все більшу диференціацію рівнів складності в обробці інформації. Постільки інформаціоналізм базується на технологіях знання та інформації, інформаційний спосіб розвитку передбачає тісний зв'язок між культурою і виробничими силами, між духом і матерією. Найважливішим є те, що інформаційна економіка зачіпає всю планету, передбачаючи або «включення» її, або «виключення» із процесів виробництва, обміну і споживання. Тому в інформаційну еру ми можемо очікувати появи радикально нових форм соціальної взаємодії, соціального контролю і соціальних змін [6].

Про розвиток інформаційного менеджменту свідчить те, що нова архітектура економіки в умовах *неоінформаціології* все більше стає *сервісною економікою*, так як в структурі ВВП цих країн сфера послуг вже давно перевищила 60%, а частка обробної промисловості не досягає 20%. Тому не останню роль відіграють сьогодні і дослідження з інформаційного менеджменту, які з філософсько-методологічних позицій повинні усвідомлювати всі процеси, що відбуваються у сучасному світі. Не випадково сьогодні виникають багато різноманітних видів і типів Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку

інформаційного *знання* – економіка інформаційно-комунікативних технологій, мережева економіка, економіка глобальних процесів, економіка інтелектуальної власності, інноваційна економіка, інвестиційна економіка (інвестиції в людський капітал), інформаційна економіка, соціальна економіка, економіка знань, екологія (наука, що досліджує еколого-економічні системи різного рівня), економіка природокористування. Серед всіх видів знань виділяється *економіка знань* як тип економіки, у якому значна частина валового національного продукту (ВНП) створюється в галузях, які безпосередньо відтворюють нові знання, інформаційні блага і послуги, а також обладнання для передачі і обробки знань та інформації. Наприклад, в ЄС і США частка вироблених за допомогою високих технологій товарів і послуг у загальному об'ємі ВНП перевищує 70%. Якщо не так давно головною складовою національного багатства були основні фонди, тобто основний капітал, то сьогодні в США, розвинутих країнах, Китаї $\frac{3}{4}$ його приходить на людський капітал. В Україні цей показник рівняється біля 50%.

Становленню економіки знань сприяє експоненціально зростаючий попит на послуги, які здійснюються через посередництво інформаційно-комунікаційних технологій - ІКТ (сотовий і супутниковий зв'язок, цифрові телебачення і радіо, телемедицину, Інтернет, електронний уряд, електронну демократію і т.п.). Перехід до стадії інформаційного суспільства поглиблює горизонти економічного розвитку, раніше обмежені проблемою «меж зростання». Сьогодні нові технологічні вирішення дозволяють не тільки більш економічно використовувати кінцеві і невідтворювані природні ресурси, але й поступово відмовлятися від їх використання, так як сучасна економічна теорія, її індустріальна парадигма не спроможні розкрити процеси і явища, характерні для нової економіки і суспільства. Обґрунтування інформаційного менеджменту як системи управління комунікаційними процесами буде сприяти утвердженню його на практиці у якості інтегратора всіх суб'єктів інформаційно-комунікаційного процесу; управління інформацією і управління за допомогою інформації. Інформаційний менеджмент – це технології, компонентами якої являються документознавча інформація, персонал, технічні і програмні засоби забезпечення інформаційних процесів, а також нормативно встановлені процедури формування і використання інформаційних ресурсів. Для поглиблення розуміння сутності інформаційного менеджменту необхідно дати аналіз ряд положень: 1) інформація – комплексна категорія, тобто як засіб і умова ділового спілкування; засіб доведення до суспільства свідчень про організацію; джерело свідчень про зовнішнє середовище; самостійний фактор виробництва, який лежить в основі процесу прийняття управлінського рішення; відношення не про со до інформації, а й до інформаційної діяльності організації. Інформатизація – сукупність взаємозв'язаних організаційних, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих і правових процесів, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та

Мельник В.В., 2012

суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, побудованих на основі застосування сучасної обчислюваної та комунікаційної техніки, формування корисної інформації, що свідчить про затвердження Положення про формування та виконання національної програми інформатизації [5]. Одним із способів якості інформації в інформаційному менеджменті є характеристика її з точки зору часових, смислових і формальних вимірів, куди входить час, зміст і форма. (рис.1.)

Часові виміри	
Надання інформації в міру необхідності	Своєчасність
Оперативне відтворення інформації	Терміновість
Доступність інформації про минуле, сучасне і майбутнє	Періодичність
Смислові виміри	
Достовірність інформації	Точність
Відповідність інформації вимогам конкретного користувача	Доречність
Надання інформації всієї необхідної інформації	Повнота
Забезпечення тільки необхідною інформацією	Стисненість
Формальні виміри	
Інформація надається у простій і зрозумілій формі	Чіткість
Забезпечення більш точною інформацією	Детальність
Надання інформації у детальній, цифровій чи просторово-наочній формі	Наглядність

Рисунок 1 – Характеристики високоякісної інформації

Інформатизація має комплексний характер і передбачає кілька напрямів: формування і використання інформаційних ресурсів; створення, розвиток і використання інформаційних систем, телекомунікаційних мереж (автоматизованих інформаційних систем, банків і баз даних, баз знань тощо); інформаційних технологій збору, нагромадження, розповсюдження, зберігання інформації, доступу до неї на основі сучасної електронної обчислюваної та комунікаційної техніки, засобів зв'язку. Важливою складовою інформатизації суспільства є також створення і застосування засобів, механізмів захисту інформації як об'єкта відповідних процесів (інформаційна безпека). Як свідчить досвід індустріальних країн, інформатизація сприяє забезпеченню національних інтересів, поліпшенню керованості економікою, розвитку наукомістких виробництв і високих технологій, зростанню продуктивності праці, вдосконаленню соціально-

економічних відносин, збагаченню духовного життя і подальшій демократизації суспільства. Інформаційний менеджмент - це управління діяльністю організації відносно використання інформації в інтересах самої організації; забезпечення ефективного розвитку організації через посередництво регулювання різних її видів у процесі інформаційної діяльності та використання інформаційних технологій.

Як відмічає А.А.Лазаревич у своєму доробку «Глобальное коммуникационное общество», «Інформаційні технології, породжені науково-технічним прогресом, сьогодні розглядаються скоріше як сфера соціальної системи, що має свої цінності і норми, статус і символи престижу. Іншими словами, це вже культурний феномен. Інформатизація породила нові напрямки в науці і культурі, яка поступово змінює ареал соціальної реальності і духовного життя людини [7, с.23]. Все, що відбувається у рамках інформатизації, здійснює безпосередній вплив на долі суспільства, змінює його культурні пріоритетним і соціальну природу.

Інформатизація – це: а) сукупність відомостей, необхідних для активного впливу на керовану систему з метою її оптимізації; б) набір вузькоспеціалізованих даних, що продуцуються у всіх сферах діяльності суспільства. При цьому дані – це сигнали, кількісні чи якісні, про об'єкт, які необхідно перетворити таким чином, щоб витягти інформацію. Характерні риси інформації – вірогідність, змістовність, актуальність, наявність для сприйняття особою, яка приймає рішення, якісні характеристики інформації. Інформаційний менеджмент- це окремий напрям менеджменту – науки про ефективне управління організаціями та установами, що збагачується у методологічному й практичному вимірах теоретичним обґрунтуванням інформаційного субстрату процесу управління, електронним інформаційним ресурсом і продуктами, програмним забезпеченням управлінського та освітнього призначення; має свій науково-пошуковий простір, об'єкт і предмет дослідження, понятійно-категоріальний апарат.

Задачі інформаційного менеджменту: 1) якісне інформаційне забезпечення процесів управління в організації; 2) забезпечення управління обробки інформації на всіх рівнях; 3) забезпечення управління комунікаціями (спілкування – передача інформації від людини до людини). Інформаційний менеджмент стосується всіх функцій управління сучасної організації. Зміст інформаційного менеджменту визначається концепцією про розвиток нової самостійної сфери знання – комунікаційних та інформаційних наук, які відповідають інформаційній парадигмі розвитку суспільства і мають власну специфіку поряд з іншими сферами наук (соціальними, гуманітарними, технічними, точними, природничими). Інформаційний менеджмент як наука тісно пов'язаний з теорією інформації і комунікації, історії спеціальних і масових комунікацій, інформаційною інфраструктурою суспільства, теорією інформаційного суспільства, системою інформаційно-комунікаційних наук, інформаційно-комунікаційною політикою, інформаційним правом тощо. Інформаційний менеджмент як наука охоплює інформаційні ресурси, інформаційні системи,

з ним тісно пов'язані штучний інтелект, телекомунікації, інформаційно-комунікаційну техніку і технології, методи дослідження інформаційних процесів. Інформаційний менеджмент слід аналізувати в контексті таких підходів, як організаційна комунікація, інформаційні послуги і маркетинг, методи організації суспільних зв'язків, дослідження ринку та аудиторії, фінансування інформаційної діяльності, комерційне право, семіотика реклами тощо.

Концепти інформаційного менеджменту варіюються у широкому спектрі: від традиційного розуміння інформаційного обслуговування до загальної теорії управління. Умовно слід виділити наступні найбільш популярні трактування інформаційного менеджменту: 1) інформаційне забезпечення (у широкому змісті слова); 2) інформаційні ресурси та їх управління; 3) інформаційні послуги та їх підприємництво; 4) інформаційні системи та їх управління; 5) організації науково-дослідницької діяльності; 6) обробка та аналіз інформації; 7) офіс-менеджмент; 8) організація комунікації; 9) управління інформаційними технологіями; 10) стратегічне планування і менеджмент. Всі названі напрямки так чи інакше входять у рамки системи знання інформаційного менеджменту і відображають різні аспекти інформаційного менеджменту чи акцентують одну з структурних частин знання інформаційного менеджменту. Інформаційний менеджмент є результатом інформаційно-технологічної революції, яка є сучасним етапом розвитку науково-технічного прогресу, коли інформація виступає найважливішим стратегічним ресурсом та інструментом управління суспільними і природними процесами, а найновіші технології – визначним фактором суспільного розвитку,- відмічається в міжнародному енциклопедичному словнику «Глобалістика» [8, 373]. Інформація і найновіші технології які на ній базуються, принципово змінили і міждержавні, і міжособистісні відносини, які стали тепер оперативними, більш відкритими, доступними для широкої аудиторії і практично не залежать від відстані. Під інформаціологією розуміється генералізація знання інформаційної і комунікаційної проблематики. У цьому відношенні концепт інформаційного менеджменту приводиться у відповідність з тенденціями розвитку постіндустріального суспільства, коли інформація і комунікаційні зв'язки стають основним фактором і середовищем соціального існування.

Безперечно, що всьому цьому сприяло відкриття інформаційного поля Всесвіту, що має не тільки евристичне значення для пояснення генетичного зв'язку вищої форми організації Всесвіту - мислячих індивідів з основами всього сушого. Інформаційне поле Всесвіту є цілісність, саморозвиток якого здійснюється у результаті дії самого себе та впливу детермінованих нею засобів. Людина як результат еволюції Всесвіту являється суб'єктом її інформаційного поля і засобом його відтворення. Людина мислить і діє, використовуючи інформаційно-евристичні можливості єдиного інформаційного поля Всесвіту, закони якого визначають його еволюцію. Таким чином, інформаційне поле Всесвіту є передумова буття мислячих

Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку

індивідів, що відтворюється у результаті їх власної діяльності. Метою розвитку соціуму повинен бути не тільки процес відтворення природних умов існування людини, але також і розширене відтворення універсальних можливостей інформаційного поля Всесвіту. Виникає тип соціуму, основами саморозвитку якого виступає сам процес відтворення інформаційного поля Всесвіту. Як відмічає В.П.Бех, «Жива речовина, а тим більше розумна, вступаючи в контакт з зовнішнім, а точніше космічним середовищем може одержувати з нього різноманітні продукти, серед яких, в першу чергу слід назвати пронизуючий потік протонів - основного «будівельного» матеріалу Всесвіту» [9,с.128]. Інформаційний матеріал – це основа всієї управлінської діяльності. Тому інформаційний менеджмент – це процес управління, людьми, які володіють інформацією.

Інформаційний менеджер розуміється як генераліст (на західній термінології дженераліст), який здійснює будь-яку організацію через інформаційні і комунікаційні зв'язки. Формування інформаційної інфраструктури організації і реалізація внутрішніх і зовнішніх комунікаційних відносин приводить до його зав'язку зі стратегічним менеджментом. Отже, інформаційний менеджмент як специфічний абрис «покриває» всі формальні зв'язки організації, охоплюючи інформаційні носії, і людей, і предмети. Можливості застосування інформаційного менеджменту фактично не обмежені: виробничі, комерційні, культурні, медичні установи, державні, суспільні інституції. Як стиль мислення і діяльності, інформаційний менеджмент у процесі навчання підкріплюється різноаспектними методичними комплексами, що охоплюють весь спектр знання і навичок організації комунікаційних та організаційних процесів: від техніки і технологій, інформаційних систем до інформаційного маркетингу, стратегічного планування і суспільних зв'язків (PR). Власне інформаційний менеджмент у теоретичному відношенні визначається як менеджмент інформаційних ресурсів, менеджмент комунікацій, менеджмент інформаційної обробки даних, менеджмент електронних документів, стратегічний менеджмент, управління інформаційними системами та інформаційними технологіями.

Висновки

Таким чином, слід відмітити, що загальною метою інформаційного менеджменту є виробництво потрібної для організації інформації для забезпечення ефективного управління всіма її ресурсами і створення необхідного інформаційного програмного і технічного середовища для здійснення управління організацією. Інформаційний менеджмент в організації виконує стратегічні, оперативні та адміністративні задачі. До числа стратегічних задач відносяться створення інформаційної інфраструктури організації та управління інформаційним и технологіями. Оперативні та адміністративні задачі носять більш обмежений і підлеглий характер. Головною задачею інформаційного менеджменту являється інформаційна підтримка основної діяльності організації. Задачу інформаційного менеджменту під цим кутом зору слід бачити в тому, щоб

інтегрувати створені співробітниками індивідуальні інформаційні елементи системи (документи, справи, технології) на основі об'єднуючої програми пошуку і на сонові пропозицій (у тому числі Інтернет) і відповідного маркетингу інформаційних ресурсів, що використовуються.сектору) рекламна індустрія. Наразі кардинальними запитаннями, відповіді на які слід шукати в «розумному суспільстві», є наступні: як працювати з великими за обсягами та впливом групами населення, які працюють у сферах старих технологій і не хочуть чи неспроможні опанувати новітні ІТ; як культурно «поховати» старі технології та все, що їх супроводжує (суспільну підтримку, системи навчання, матеріально-технічну базу), не нехтуючи при цьому людським чинником, не вдаючись до «шокової терапії», антигуманної боротьби із «зайвими людьми», їхньої насильницької маргіналізації; • як визначити пріоритетні напрямки створення ресурсів для модернізації на засадах використання технологій п'ятого технологічного укладу (ІТ-технологій), забезпечивши водночас умови для «модернізації на випередження» з ефективним і результативним використанням технологій шостого технологічного укладу (нанотехнології, біотехнології, робототехніка тощо); як вибрати найбільш адекватну для мережевого суспільства» систему управління та організації [10, с.22].

Список літератури

1. Новий курс: реформи в Україні. 2010-2015. Національна доповідь / за заг. ред. В.М.Гейця [та ін.].- К.: НВЦ НБУВ.- 2010.- 232с.
2. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні: зб. аналіт. доп. / М. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк, Т. О. Ісакова; за заг. ред. Д. В. Дубова. – К. : НІСД, 2011. – 96 с. Електронна версія: <http://www.niss.gov.ua>
3. Калініна Л.М. Генезис інформаційного менеджменту як галузі наукового знання /Л.М.Калініна // Стратегічні пріоритети .- 2009.- №4(13).- С.71-76.
4. Закон України про національну програму інформатизації/ Відом. Верховної Ради України.-1998.- № 7.- с.181.
5. Закон України про концепцію Національної програми інформатизації / Відом. Верховної Ради України.-1998.- № 27-28.- с.182.
6. Про затвердження Положення про формування та виконання національної програми інформатизації: Постанова Кабінету Міністрів України від 31 серпня 1998 р. № 1352 / Офіційний вісник України.-1999.- № 35.
7. Лазаревич А.А. Глобальное коммуникационное общество / А.А.Лазаревич.- Минск: Белорус. Наука, 2008.- 350с.
8. Глобалистика: Международный междисциплинарный энциклопедический словарь: гл.ред.: И.И.Мазур, А.Н.Чумаков. - М.-Спб.- Н.-Й.: ИЦ «ЕЛИМА», ИД «Питер», 2006.- 1160с.
9. Бех В.П. Соціальний організм країни / В.П.Бех . – Запоріжжя: ЗДУ, 1999. – 306с. с.

10. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление / А. В. Назарчук // Вопр. философии. – 2008. – № 7. – С. 61–75.

Надійшла до редакції 07.04.2012р.

В.В.МЕЛЬНИК

Национальный педагогический университет имени М.П.Драгоманова, Киев

**ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА:
СУЩНОСТЬ, ЗАДАЧИ, ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

В статье дается анализ формирования концепции информационного менеджмента, который ускорил эволюцию человечества в направлении глобализации и информационной цивилизации, центральным пунктом которой является информация как один самых важных ресурсов человеческой деятельности; обосновывается сущность, задачи и основные направления развития концепции информационного менеджмента

Ключевые слова: информационный менеджмент, информация, информационная цивилизация, информационное общество, информатизация, информационализм, экономика знаний, высококачественная информация

V. MELNIK

National Pedagogical University of the M.P.Dragomanov, Kiev

**FORMING OF THE INFORMATION MANAGEMENT CONCEPTS: ESSENCE,
PROBLEMS, BASIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT**

In article the analysis of formation the concept of information management which has sped up evolution of mankind in direction of globalization and an information civilization is given, the central point of which serves information as one of the most important resources of human activity; essence, problems and the basic directions of development of the concept of information management are substantiate.

Key words: information management, information, information civilization, information society, informatization, economy of knowledge, the high-quality information