

Учреждение образования
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра редакционно-издательских технологий

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

*Тексты лекций для магистрантов
специальности 1-23 80 05 «Журналистика»*

Минск 2019

УДК 004:658.114(075.8)
ББК 32.81:60.0я73
С56

Рассмотрены и рекомендованы к изданию редакционно-издательским советом Белорусского государственного технологического университета.

Составитель *Н. И. Шишкина*

Рецензенты:

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры периодической печати
Белорусского государственного университета

А. К. Свороб;

главный инспектор отдела контроля транзитных систем
таможенных органов Минской центральной таможни

Л. Н. Янковская

Современная концепция информационного общества : тексты лекций для магистрантов специальности 1-23 80 05 «Журналистика» / сост. Н. И. Шишкина. — Минск : БГТУ, 2019. — 52 с.

Тексты лекций включают теоретический материал по курсу «Современная концепция информационного общества», в ходе изучения которого магистранты научатся правильно использовать терминологию современных теорий информационного общества; смогут дать самостоятельную оценку анализа различных точек зрения на особенности информационного общества и пути его развития; приобретут умения в области выявления закономерностей становления и развития информационного общества в конкретной прикладной области, а также грамотной оценки особенностей и механизмов взаимодействия основных социальных институтов в сфере информационного пространства; научатся анализировать социальные отношения и особенности сочетания интересов личности, общества и государства в современном информационном обществе.

УДК 004:658.114(075.8)
ББК 32.81:60.0я73

© УО «Белорусский государственный
технологический университет», 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	4
1. Информационное общество	5
2. Наука и знание как основа информационного общества.....	7
3. Социальная структура информационного общества.....	16
4. Экономика в информационном обществе	21
5. Человек в информационном обществе	28
6. СМИ в информационном обществе	33
7. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016–2022 годы.....	44
Литература	52

ПРЕДИСЛОВИЕ

Подготовка магистрантов второй ступени образования по специальности 1-23 80 05 «Журналистика» предусматривает изучение дисциплины «Современная концепция информационного общества», которая входит в компонент учреждения высшего образования, необходимый для присвоения магистрантам академической степени.

Начиная с 2010 г. развитие информационного общества в Республике Беларусь является одним из основных факторов обеспечения конкурентоспособности и инновационного развития национальной экономики, совершенствования системы государственного управления, повышения зрелости гражданского общества, что и обусловило актуальность издания настоящих текстов лекций по дисциплине «Современная концепция информационного общества».

Целью курса является формирование у магистрантов теоретических представлений о социальных предпосылках становления и развития информационного общества и практических навыков в овладении современными возможностями информационных ресурсов.

Структура издания предполагает изучение закономерностей становления и развития информационного общества; знакомство со свойствами информации и особенностями информационных процессов; ознакомление с основами современных теорий информационного общества; знакомство с особенностями информационного общества как этапа общественного развития; приобретение практических навыков в междисциплинарном анализе социально-экономических трансформаций, связанных с широкомасштабным использованием информационно-коммуникационных технологий в различных сферах деятельности; изучение государственной программы «Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016–2022 годы».

Теоретический материал издания содержателен, имеет практическую направленность, включает достаточное количество разнообразных элементов, направленных на развитие умственных, творческих способностей обучающихся.

Комплексное изучение (в непосредственной связи с практическими занятиями и самостоятельной работой) упомянутого материала издания «Современная концепция информационного общества: тексты лекций для магистрантов специальности 1-23 80 05 “Журналистика”» позволяет сделать вывод о том, что выпускники магистратуры готовы осуществлять практическую деятельность на высоком уровне сразу после окончания процесса обучения.

1. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

На современном этапе развития общества происходит перераспределение ресурсов в пользу науки и образования. Основной формой собственности становится интеллектуальная. Информация становится предметом массового потребления. Информационное общество обеспечивает любому индивиду доступ к любому источнику информации. Появляются новые критерии оценки уровня развития общества, количество компьютеров, количество подключений к интернету, количество мобильных телефонов и т. д.

В информационном обществе главным ресурсом является информация, это общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, обработкой и передачей информации.

В информационном обществе деятельность человека будет во многом зависеть от умения эффективно использовать имеющуюся информацию. Использование компьютеров во всех сферах человеческой деятельности должно обеспечить доступ к достоверным источникам информации, избавить человека от рутинной работы, ускорить принятие оптимальных решений, автоматизировать обработку информации не только в производственной, но и в социальной сферах. В результате этого процесса движущей силой развития общества станет производство информационного, а не материального продукта.

Этот процесс должен привести к созданию информационного общества, в котором главную роль будут играть знания и интеллект [1].

Обозначим ряд базовых признаков информационного общества и основные положения существующих концепций развития этого типа социальной организации, сочетающих в себе как культурфилософские, так и прикладные аспекты:

– под понятием «информационное общество» понимается: во-первых, общество нового типа, формирующееся в результате новой глобальной социальной революции, основой которой является развитие и конвергенция информационных и коммуникационных технологий; во-вторых, общество знания, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умение с ней работать; в-третьих, общество, которое, с одной стороны, способствует взаимопроникновению культур, а с другой, откры-

вает каждому сообществу и человеку новые возможности для самоидентификации;

– становление нового общества связано с доминированием четвертого, информационного сектора экономики: капитал и труд как основа индустриального общества уступают место информации и знанию в информационном обществе. Таким образом, определяющим фактором общественной жизни в целом является теоретическое знание, вытесняющее ручной и механизированный труд. Экономические и социальные функции капитала переходят к информации. Ядром социальной организации становится «университет» как центр производства, переработки и накопления знания. Что касается промышленных корпораций, то они теряют свою главенствующую роль и вытесняются на производственную периферию;

– уровень знаний, а не собственность, становится определяющим фактором социальной дифференциации и социальной мобильности. Более существенной для социальной стратификации оказывается профессиональная, а не классовая структура. Деление на «имущих» и «неимущих» приобретает принципиально новый характер: привилегированный слой теперь образуют наиболее информированные члены общества. Очаг социальных конфликтов перемещается из экономической сферы в сферу культуры. Результатом борьбы и разрешения конфликтов в сфере культуры является развитие новых и упадок старых социальных институтов;

– инфраструктурой информационного общества является новая «интеллектуальная», а не «механическая» техника. Общество вступает в технологическую эру своего развития, когда социальные процессы становятся вполне прогнозируемыми и программируемыми [2].

Таким образом, информационные технологии и средства информации становятся частью культуры общества, определяют стиль и образ жизни человека. При хорошо отлаженной информационной системе должны укрепляться политические институты общества, возникать общественное доверие, творческая атмосфера, интеллектуальный контакт между людьми, в связи с чем возрастет устойчивость общества, государства. Уровень информатизации становится важнейшим признаком мощи государства.

В итоге стратегической целью развития информационного общества является обеспечение устойчивого социально-экономического, политического и культурного развития страны, улучшение качества жизни граждан, создание широких возможностей для удовлетворения потребностей и свободного развития личности.

2. НАУКА И ЗНАНИЕ КАК ОСНОВА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Понятие наукоемких технологий и тенденции их использования в информационном обществе

В современных условиях значительное внимание уделяется поиску факторов экономического роста, развития экономики, повышения конкурентоспособности национальных экономик в глобальном сообществе. Одним из основополагающих факторов является развитие наукоемкого сектора экономики, увеличение доли высокотехнологичных производств.

Исследование природы и особенностей наукоемких технологий, их качественных характеристик выступает в качестве основания для дальнейшей разработки научно-технической и инновационной политики государства, своевременного выявления и устранения или минимизации препятствий на пути развития. Страны заинтересованы в достижении высоких показателей развития наукоемких технологий, закреплении в международных рейтингах инновационного и технологического развития.

На сегодняшний день существуют различные подходы к определению «наукоемких технологий», что объясняется особенностями сфер применения подобных технологий, динамичным развитием науки и техники, постоянно привносящим новые аспекты и подробности в понимание данного термина. Так, по мнению Г. И. Латышенко, в основе определения «наукоемких технологий» лежит само понятие «наукоемкость» как показатель, характеризующий технологию, отражающий степень взаимосвязи технологии с научными исследованиями и разработками. Наукоемкими считаются технологии, превышающие среднее значение показателя наукоемкости в конкретной области экономики. Наукоемкие технологии также определяются как «технологии, основанные на высокоабстрактных научных теориях и использующие научные знания о глубинных свойствах вещества, энергии и информации» [3].

Целесообразно выделить основные специфические черты, характеризующие наукоемкие технологии:

- высокая потребность в таких ресурсах, как знания, интеллектуальный и творческий потенциал, информация;

- прогрессивность, способность определять стратегическое направление развития экономики;

- перечень наукоемких технологий и отраслей является динамичным, в значительной степени зависящим от уровня развития базовых технологий;

- наукоемкие технологии тесно взаимосвязаны с развитием соответствующих научно-исследовательских направлений;

- развитие наукоемких технологий находится во взаимосвязи с деятельностью и развитием предприятий малого и среднего бизнеса.

Наиболее значимыми характеристиками наукоемких отраслей экономики являются следующие:

- значительные объемы инвестирования, преимущественно в исследования и разработки;

- высокая конкурентоспособность производимой продукции (наукоемкой);

- ориентация на интенсивный рост и развитие, следовательно, существенное снижение энергоемкости и материалоемкости производства как экстенсивных факторов;

- развитие ускоренными темпами в сравнении с базовыми отраслями;

- при достижении высокого уровня развития оказывают влияние на структуру экономики в целом и на ее отдельные элементы, способствуют модернизации смежных отраслей экономики;

- существенным образом влияют на повышение экспортного потенциала;

- характеризуются качественно новыми условиями труда.

На современном этапе для экономики важно не только развитие отдельных видов наукоемких технологий, но и создание наукоемких отраслей, формирование и непрерывное совершенствование рынка наукоемких технологий. Наукоемкий сектор экономики представляет собой часть экономической системы, включающую группы отраслей, выпускающих продукцию, осуществляющих выполнение работ и предоставление услуг с использованием последних достижений науки и техники. Специфичность этого заключается в объективной необходимости существенных капиталовложений в научно-исследовательскую сферу деятельности, необходимости создания масштабной развитой инфраструктуры для исследований и разработок, особой важности

взаимообмена научно-техническими знаниями, технологиями с зарубежными странами.

Выделяют основные условия и характерные признаки формирования наукоемкого сектора экономики. Во-первых, это высокий уровень развития научных школ, передовых научных исследований в фундаментальной и прикладной области. Здесь неотъемлемой составляющей является эффективная модель подготовки высококвалифицированных и научных кадров в соответствии с новейшими тенденциями и потребностями рынка. Базисом является качество и доступность образования, взаимодействие науки и производства, авторитет и традиции высокой технической культуры. Следует отдельно отметить значимость уникальных научных школ и опытно-конструкторских коллективов для создания высококонкурентной продукции, которая может быть оценена и в масштабах мирового рынка наукоемких технологий.

Большое значение имеет степень защищенности прав интеллектуальной собственности. Особая актуальность этого вопроса на сегодняшний день связана с тем, что результаты умственного труда выступают в качестве объектов рыночных отношений. Однако чрезмерное регулирование данной сферы также приводит к негативным последствиям для экономического развития, эффективного развития наукоемких сегментов, в частности формирования так называемой «интеллектуальной монополии».

Заметим, что центральное место в наукоемком секторе экономики и его динамичном развитии занимает интеллектуальный потенциал. Этот сектор аккумулирует интеллектуальный капитал, который фактически функционирует здесь в чистом виде. Именно поэтому формирование данного сектора экономики тесно связано со значительными вложениями в «специфические активы», то есть изучение уникальных технологий, приобретение и совершенствование специфических навыков, компетенций и знаний, которые могут применяться преимущественно в этой области.

Следующий важнейший критерий — нацеленность на конкретный результат, то есть целеориентированный подход к процессу получения, освоения и использования передовых достижений в области науки и техники; стремление к повышению конкурентоспособности, достижению технологического лидерства. Реализация указанного принципа важна как на уровне отдельных фирм, предприятий, так и в масштабах регионов, национальной экономики в целом.

Необходимым условием формирования наукоемкого сектора экономики являются и модернизация, динамичное развитие производства. Благодаря этому поддерживается спрос на научно-технические

новшества. Происходит совершенствование научно-производственной структуры, объектов исследований, системы управления в данной сфере. Важна структура производственного аппарата экономики — большую долю в ней должно составлять опытное и экспериментальное производство.

Невозможно становление и совершенствование наукоемкого сектора без финансовой составляющей, выражающейся, в первую очередь, в выделении финансовых ресурсов на крупные научно-технические проекты. Немаловажно также создание благоприятного инвестиционного климата, содействие интеграции в мировую финансовую систему. В целях наиболее эффективного, рационального освоения отвлекаемых средств необходимо активное применение программно-целевой методологии планирования. Эта методология является альтернативой бюджетно-сметному подходу, обеспечивая эффективное распределение средств по приоритетным направлениям.

Еще один существенный фактор — механизм ценообразования, учет производственных издержек, которые довольно специфичны в наукоемком секторе. Эти издержки связаны с развитием системы рекреации высококвалифицированного персонала, управления высокотехнологичными и инновационными проектами, организации научно-технической работы.

Большое влияние на становление наукоемкого сектора экономики оказывает процесс глобализации. В современном мире огромное значение имеет трансфер технологий, движение трудовых ресурсов, капитала. Привлечение капитала в наукоемкие отрасли связано с рентабельностью подобных производств, которая, в свою очередь, зависит от уровня отраслевой производительности труда. Увеличение числа фирм в наукоемком секторе создает преимущества как для самих фирм (с точки зрения оплаты труда сотрудников, перспектив выхода на мировые рынки), так и для интенсификации развития сектора. Происходит более масштабное распространение научно-технических достижений благодаря интернационализации производства и капитала как неотъемлемых составляющих глобализации; осуществляется перераспределение ресурсов из других секторов мировой экономики.

Масштабы наукоемкого сектора в экономике в значительной степени характеризуют экономический и научно-технический потенциал страны, выступают в качестве основ стратегического развития и национальной безопасности, в частности, с позиции независимости, высокой конкурентоспособности отечественных производителей и изготавливаемой продукции, а также влияния на развитие других отраслей экономики.

Выделяют основные модели научно-технического развития.

Европейская модель. Характеризуется ключевой ролью государства в регулировании наукоемких отраслей, технологического развития. Центральное место занимают технологические платформы (ТП), представляющие собой объединение представителей науки и образования, государства и бизнеса в целях разработки общих подходов в различных научно-технических областях. В качестве инициатора создания ТП выступают представители крупного бизнеса. Ключевое направление деятельности — рационализация структуры экономики, создание благоприятной инновационной среды.

Американская модель. Всесторонняя поддержка малого бизнеса, фундаментальной науки и образования являются приоритетными направлениями деятельности государства, однако его вмешательство сводится к минимуму. Особое значение имеет венчурный капитал, позволяющий довольно успешно преодолевать критические периоды. Модель характеризуется массовой ориентацией на достижение успеха, в том числе личного (по самореализации). Приоритетное направление — реализация крупномасштабных целевых проектов, которые охватывают все стадии производственного цикла (от генерации идей до эксплуатации).

Азиатская модель. Вся система организации и продвижения разработок, создания нового наукоемкого продукта находится под жестким контролем со стороны государства. Технопарки, инкубаторы, территории научно-технологического развития и иные объекты инновационной и научно-технической инфраструктуры создаются и регулируются «сверху», преобладание вертикальной структуры ярко выражено. Жесткая централизация во многом обусловлена менталитетом, исторически сложившимися особенностями культуры, социальной сферы [4].

Всю совокупность методов стимулирования научно-технической деятельности, прогрессивного развития наукоемкого сектора экономики можно разделить на две основные группы — методы прямого и непрямого стимулирования. Рассмотрим прямые методы, применяемые в передовых зарубежных странах:

- создание научной и обслуживающей инфраструктуры в регионах, где концентрируется научно-опытная деятельность;
- реализация целевых программ, направленных на повышение активности бизнеса в научно-технической деятельности;
- осуществление госзаказов преимущественно в форме контрактов на проведение НИР (с целью обеспечения первоначального спроса);

– бюджетное финансирование, предоставление льготных кредитов предприятиям, готовящим высококвалифицированные кадры и осуществляющим научные разработки;

– бесплатная передача или предоставление на льготной основе земельных участков, государственного имущества для высокотехнологичных, инновационных предприятий и организаций.

К непрямым методам стимулирования следует отнести предоставление различных льгот субъектам экономической деятельности, которые специализируются преимущественно на научно-технических направлениях; предоставление налоговых льгот в сфере инвестирования в высокотехнологичные наукоемкие проекты.

Наибольшие темпы роста передовых технологий характерны для следующих видов деятельности в рамках обрабатывающего производства: производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования; металлургическое производство и производство готовых металлических изделий; химическое производство — без производства взрывчатых веществ.

Наряду с вышеперечисленными позитивными факторами отметим отрицательные аспекты:

– снижение инновационной активности, вложений собственных средств предприятий в технологическое развитие, модернизацию (в большей степени в силу складывающейся экономической конъюнктуры, проблемного состояния национальной экономики в целом);

– очень большой «разрыв» между высокотехнологичным импортом и экспортом, существенная зависимость отечественной экономики от импорта (в том числе — компаний от импорта машин, оборудования, которые являются основными фондами);

– низкий уровень рентабельности (прибыльности) продукции наукоемких отраслей, инвестиционной активности.

Ключевую роль играет трансфер технологий в другие отрасли, секторы, или достижение эффекта «диффузии технологий высокотехнологичных производств». Это означает построение эффективных кооперационных цепочек между наукоемкими и прочими отраслями, распространение масштаба влияния передовых технологий.

Помимо непосредственного влияния, развитие наукоемких технологий, инновационная активность могут влиять на динамику объемов ВВП через другие социально-экономические механизмы, явления и процессы. В качестве примера приведем занятость. Благодаря прогрессивному развитию технологий создается больше высокотехнологичных, высокопроизводительных рабочих мест (ВРМ). Появляются

центры и зоны аккумуляции интеллектуального потенциала и высококвалифицированных кадров. В частности, растет спрос на инженерные кадры.

Стоит одновременно отметить и преимущества для предприятий, функционирующих в других отраслях экономики. Внедряя новые технологии, передовую технику, предприятия имеют возможность достичь экономии затрат по оплате труда. После подобных мероприятий снижается трудоемкость продукции, а также сокращаются материальные затраты на производство (расход материалов). Растет влияние интенсивных факторов (фондоотдача, материалоотдача) и снижается — экстенсивных. Таким образом, внедрение достижений науки и техники в производство, автоматизация процессов являются важными резервами снижения себестоимости производимой продукции. Тем не менее, необходимо принимать во внимание и стоимость самих инновационных мероприятий, поэтому важно максимизировать эффективность их внедрения для повышения окупаемости затрат.

Принимая к сведению все вышеперечисленные примеры, аргументы и аналитические выводы, целесообразно отметить, что через расширение рынков наукоемких технологий и изделий, занятость населения в данной сфере, вклад в макроэкономическое развитие, осуществляется влияние наукоемких технологий на уровень и качество жизни населения той или иной страны. Здесь снова возникает вопрос о качестве экономического роста, которое в первую очередь проявляется в усилении социальной ориентации экономики.

Наукоемкие технологии зачастую позволяют коренным образом изменить технологический уклад, перейти к качественно новому уровню потребления, удовлетворения потребностей. Распространение нововведений в медицине, фармацевтике способно повышать качество медицинского обслуживания, лечения и профилактики серьезных заболеваний. «Прорывные» методики и технологии призваны существенным образом способствовать снижению уровня смертности, увеличению продолжительности жизни. Также активное развитие наукоемких технологий является важным фактором повышения обороноспособности государства, улучшения защиты окружающей среды и природопользования, энергоэффективности и т. п. Все это влияет на качество и уровень жизни.

Тем не менее, инновационно-активная политика государства не всегда является гарантом распространения результатов в обществе, среди населения. Большое значение имеет уровень развития социально-экономических механизмов, инфраструктуры, различных ин-

ституциональных условий, определяющий приемлемость научно-технических достижений и инноваций.

В процессе изучения развития наукоемких технологий было выявлено множество проблем, непосредственно или косвенно влияющих на прогрессивное развитие технологий, замедляющих его. Целесообразно рассматривать комплекс проблем, предварительно систематизировав их, например, выделив несколько укрупненных блоков, групп по содержанию и специфической принадлежности проблем к определенной сфере.

Проблемы финансирования наукоемких технологий:

– несовершенство и недостаточный уровень развития механизма государственно-частного партнерства;

– неэффективность освоения выделяемых бюджетных средств ведущими институтами инновационного и научно-технологического развития;

– неэффективная структура инвестиций в основной капитал, связанная с преимущественно сырьевой специализацией национальной экономики.

В связи с этим возникают трудности в обеспечении инновационной фазы национального производства. Недостаточно эффективна организация процедур финансирования с точки зрения выбора приоритетных направлений.

Нормативно-законодательные проблемы связаны непосредственно с нормативно-правовой базой регулирования наукоемких отраслей. В качестве одной из основных проблем можно выделить недостаточную систематизированность правовых норм в сфере регулирования наукоемких и высокотехнологичных отраслей, низкую степень консолидации нормативно-правовых актов. Как следствие, осложнена правоприменительная практика, нередко возникают законодательные противоречия. Также актуальной проблемой является недостаточная эффективность программных документов, определяющих стратегические направления развития.

Проблемы инфраструктурного и институционального характера. На сегодняшний день научно-технологическая, инновационная, технико-внедренческая инфраструктура требует дальнейшего развития. Это необходимо для интенсивного и полноценного освоения инновационного потенциала, для повышения инвестиционной привлекательности, а также расширения наукоемкого сектора экономики, освоения новых областей и возможностей.

Помимо трех основных блоков проблем можно выделить и ряд других препятствий развитию наукоемких и высокотехнологичных производств. Многие исследователи и эксперты видят значительную проблему

в снижении престижа инженерных специальностей, а также качества обучения высшим техническим специальностям. Необходим обмен (в глобальном масштабе) научно-техническими знаниями, технологиями, перспективными идеями. Наблюдается недостаточно полноценное и эффективное взаимодействие с иностранными лидерами, зачастую отсутствие актуальной информации о новейших подходах и тенденциях.

При реализации принципов осуществления импортозамещения, повышения уровня самостоятельности и независимости, целесообразно все же налаживать по возможности сотрудничество с иностранными государствами, достигшими высоких результатов в инновационном и научно-техническом развитии. Кроме того, адаптация отдельных механизмов, направлений из иностранного опыта с учетом национальных особенностей и интересов также способна обеспечить достижение положительных результатов. Наконец, целеориентированный подход, объединение усилий различных структур способны обеспечить освоение новых ниш на мировом рынке, повышение глобальной конкурентоспособности отечественных производителей, а, следовательно, и дальнейшее макроэкономическое развитие [4].

Знания – главный ресурс информационного общества

Знание и информация всегда были обязательными компонентами в жизнедеятельности людей. Знания являются средством завоевания свободы человека, раскрепощением личности. Но в условиях информационного общества знание выступает в новой ипостаси, оно в определенной мере становится самостоятельной силой, центральным фактором технического и социального развития. Роль знаний в информационном обществе необычайно возросла. Знание становится фундаментальной основой этого общества, всех его сфер — от производственно-экономической до политической и духовно-культурной.

В эпоху информатизации общества для функционирования знания характерны два момента. Первый заключается в том, что знание не просто используется в ходе общественно-преобразующей деятельности людей. Это было всегда. Другое дело, что знание используется для производства нового знания. Это означает, что, не прибегая к эмпирии, мы можем получать новое знание о реальности на основании имеющегося. Это приводит к росту выводного знания.

Второе обстоятельство связано с тем, что из всего многообразия форм знания главнейшую роль играет теоретическое, необходимое для исследования, проектирования, создания и функционирования чрезвычайно сложной информационной технологии [5].

3. СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Одним из важных показателей социально-экономического развития общества является его социально-экономическая структура. Она характеризует распределение различных социальных групп общества по уровням доходов и структуре потребления материальных благ, образованности и социальной активности, степени участия в общественном производстве. Уже сегодня можно заметить те новые тенденции, которые, вероятнее всего, и будут в значительной степени определять особенности социально-экономической структуры информационного общества.

В процессе перехода к информационному обществу в социологической структуре происходит ряд изменений. Анализ и прогнозирование изменений социальной структуры под влиянием информатизации необходимо вести по следующим направлениям:

- изменения самих социальных групп (их размера, качественных параметров);
- изменение процентного соотношения между различными социальными группами;
- изменение типов взаимосвязей между социальными группами.

Подобный анализ и прогнозирование изменений социальной структуры проводятся в предположении, что социальные связи выражены в той мере, что в принципе возможно говорить об обществе как системе. Проблема «атомизации» общества обсуждается сегодня учеными все шире. Поскольку получение информации о происходящем в стране и в мире уже не требует прямого общения между людьми, человек может все больше и больше изолироваться от общества, подвергаться иллюзии независимости от него. Необходимо воспитывать чувство ответственности каждого человека за происходящее в мире, добиваясь четкого осознания взаимозависимости всех людей. Эта огромной важности задача ложится прежде всего на систему образования и средства массовой информации.

Характер изменений социальной структуры под влиянием информатизации по указанным выше направлениям:

- количество социальных групп будет расти, что приведет, естественно, к уменьшению их среднего размера, т. к. современные информационные технологии предоставляют реальную возможность более точного, оперативного учета интересов людей;

- качественные параметры социальных групп будут улучшаться по таким параметрам, как уровень образования, интеллектуальности и др.;
- пирамидальная социально-экономическая структура все больше и больше будет уступать место сетевой (мозаичной) структуре;
- новые процентные соотношения между социальными группами, выделяемыми в обществе по различным критериям, будут, вероятно, выглядеть следующим образом. Во-первых, возрастет доля людей, занятых интеллектуальным трудом — интеллектуалов. Для тех же, кто не захочет или не сможет интеллектуально трудиться, предполагается труд в сфере информационных услуг, которые должны в информационном обществе составлять более 50% в структуре занятости, или в сфере материального производства. Во-вторых, увеличится количество работоспособных людей. Люди старшего возраста смогут даже после ухода на пенсию продолжать работать, так как повысится планка работоспособного возраста (тело стареет раньше мозга).

Несмотря на то, что под воздействием стремительно возрастающего социального спроса на информацию в последние годы активно развиваются все новые и новые средства информатизации, а их использование в повседневной жизни и профессиональной деятельности людей становится все более привычным делом, можно уверенно прогнозировать, что уровень занятости населения в сфере информационных услуг будет продолжать свой рост еще достаточно длительное время. Ведь помощь квалифицированных специалистов в поиске необходимой информации в различного рода информационных сетях, ее предварительная аналитическая обработка, оперативное информирование абонентов информационных сетей об изменениях ситуации в том или ином секторе информационной сферы общества — все эти услуги обязательно будут востребованы все более широким кругом людей и поэтому будут становиться в будущем все более актуальными и необходимыми.

В информационном обществе следует ожидать также появления ряда новых профессий информационной ориентации. Это могут быть, например:

- инженеры знаний — специалисты, свободно ориентирующиеся в автоматизированных системах формирования, хранения и использования новых знаний научного, медицинского, экологического и другого характера;
- системные аналитики, обладающие опытом компьютерного моделирования и прогнозирования в различных областях социальной практики;
- информационные менеджеры, предлагающие свои услуги в обеспечении информацией различных направлений экономической,

юридической и общественно-политической деятельности частных лиц и организаций;

– провайдеры различного рода информационно-телекоммуникационных систем и сетей.

Актуальность подготовки специалистов для таких новых информационных профессий очевидна уже сегодня, однако она требует соответствующей переориентации системы образования и профессиональной подготовки кадров. При этом в первую очередь необходимо осуществить переподготовку самих преподавателей, уровень которой сегодня значительно отстает от темпов развития процесса формирования информационного общества.

В информационном обществе должно будет существенным образом возрасти количество специалистов, занятых в сфере производства, сбыта и, в особенности, в области сопровождения эксплуатации новых средств информатики и информационно-телекоммуникационных систем. Причем заняты они будут в основном модернизацией этих средств и заменой быстро устаревающих моделей более совершенными. Во многих случаях это будет осуществляться очень оперативно путем инсталляции новых версий программного обеспечения, имеющих более широкие функциональные возможности для пользователей.

Обозначим основные стимулы трудовой деятельности в информационном обществе. Если в доинформационном периоде своего развития общество в качестве стимула к действию эффективно использовало стремление человека к сытости, материальному комфорту, то при переходе к информационному обществу действие этих стимулов резко ослабевает, так как сносное удовлетворение физиологических потребностей человека требует незначительных усилий. В информационном обществе необходимо найти общественный усилитель слабо выраженных духовных стимулов деятельности человека. Стимулирующими деятельность человека усилителями могут быть:

- гарантии повышения общественного статуса;
- возможность получения элитного образования;
- общественная известность;
- специальная организация социально-экономического пространства.

Среди факторов, способствующих формированию благоприятного для развития технологических инноваций социально-экономического климата, выделяется концентрация ярких индивидуальностей «на квадратную милю обеспеченной необходимой инфраструктурой площади» вновь создаваемого промышленного региона, начинающая заметно превышать «критический уровень» [7]. Возникающий при этом скачок интенсивности обмена знаниями, поддержанный

благоприятными условиями для немедленной практической их реализации (в рамках инфраструктуры производственного сервиса активно развивающегося нового промышленного региона), ведет к резкому ускорению характерного для такого региона инновационного цикла «идея – технология – продукт».

Основными чертами трудовой деятельности будут являться следующие.

Во-первых, физические перемещения будут заменены в той или иной мере информационными связями, т. е., образно говоря, произойдет замена перемещения людей движением сообщений (посылаемых людьми сигналов). Сегодня по оценкам экспертов 90% всех транспортных перемещений людей связано с информационными целями (совещания, подписи, справки и т. д.). Современное «надомничество» резко уменьшает необходимое время присутствия людей на рабочих местах, в учебных заведениях. Это потребует радикальной перестройки производственного и учебного процессов, значительного повышения культуры и сознательности людей, а также выработки нового контрольно-оценочного аппарата.

Во-вторых, из-за изменения структуры экономики и в сфере занятости возникнет необходимость в переподготовке больших масс населения; в течение активной жизни человек в информационном обществе вынужден будет несколько раз менять профессию.

В-третьих, повысятся требования к интеллектуальным и творческим способностям человека, к его психофизическим характеристикам. Возникнет проблема безработных поневоле, т. е. людей, находящихся в активном возрасте, но чьи способности к труду не будут отвечать новым требованиям. Чем значительнее будет эта группа, тем острее будет проблема их занятости.

В-четвертых, встанет проблема адекватно высокой оплаты интеллектуального труда, готовности к этому представителей других социальных групп.

Появление информации в качестве потребительских благ ведет к качественным сдвигам в потреблении, образе жизни, рождает новую модель жизнедеятельности индивидов. В условиях информационного общества особо важную роль начинают играть не просто материальные и духовные блага, а организационно-информационные факторы — «порядки» [8]. Уровень и образ жизни начинают зависеть не столько от количества полученного хлеба, одежды, книг, сколько от уровня услуг, культуры, образования и т. д. Однако стремительное нарастание уровня услуг может привести к тому, что значительное количество людей «потеряется» в этом «море» изобилия, включится в

гонку за качеством услуг ради них самих, а не ради развития человека. Может минимизироваться деятельностная и максимизироваться потребительская сторона образа жизни людей, что в конечном итоге приведет к деградации общества.

Для преодоления опасности возникновения общества потребления необходимо:

- систематически в масштабах государства производить поиск и отбор людей, заинтересованных в самом процессе деятельности, творческой работы, с дальнейшим созданием для них благоприятных условий;
- формировать общественное мнение о необходимости трудовой деятельности и творчества, воспитывать с детства установку на это;
- создавать гибкую, совершенную систему материального и морального стимулирования деятельности как таковой [8].

Созданная теоретиками картина информационного общества постепенно приобретает сегодня зримые очертания: происходит прогнозируемое превращение всего мирового пространства в единое компьютеризированное и информационное сообщество людей, проживающих в домах, оснащенных всевозможными электронными приборами и «интеллектуальными» устройствами. Процессы информатизации общества сопровождаются появлением новых отраслей производства, новых направлений в научных исследованиях и культуре.

Новая социальная структура информационного общества характеризуется невиданным усложнением социальной организации, интенсификацией культурных связей и обменов, ростом культурного многообразия, отходом от господствующей в эпоху массового индустриального общества унификации и стандартизации и формированием человека, обладающего критическим сознанием и стремлением реализовать свой творческий потенциал. Своеобразие этого периода составляет верховенство индивидуального начала над всеобщим, психологии над идеологией, связи над политизацией, многообразия над одинаковостью, разрешительного над принудительным.

4. ЭКОНОМИКА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Понятие «информационная экономика»

Сегодня существует разная интерпретация термина «информационная экономика», что естественно влияет на формулирование ее целей и задач. На Западе информационную экономику склонны рассматривать как часть экономики, относящуюся к работе с информацией, а также компьютерную индустрию. Но это, по сути, то же самое, что считать «индустриальную экономику» частью аграрного уклада. В результате вся мощь компьютерной индустрии направлена на сферу развлечений и автоматизацию экономических процессов традиционного «индустриального» уклада, что на деле показывает сегодня незначительный экономический эффект, особенно в сфере занятости населения. Вместе с тем концепция перехода к 6–7-му технологическому укладу предусматривает создание рабочих мест, мало связанных с реальным производством, а больше — с производством информации и знаний. Поэтому термин «информационная экономика» необходимо воспринимать как переход к другому укладу общественных отношений, обусловленному изменением характера труда и развитием производительных сил (средств производства и социума).

Информационная экономика (правила хозяйствования в постиндустриальном обществе) — это наука, исследующая хозяйственную деятельность человека, которая предусматривает широкое применение электронных (информационно-коммуникационных) технологий в процессах общественного производства, распределения и потребления общественных благ [9].

Особенностью информационной экономики является направленность на массовость и глобальный характер хозяйственного взаимодействия, а также распределения созданных благ среди потребителей в глобальном масштабе. В отличие от традиционных методов хозяйствования общепринятой экономики, основанных на менеджменте и рыночной модели ведения бизнеса (на основе схемы «спрос — предложение»), информационная экономика базируется на месседжменте, инновационном предпринимательстве, информационном инжиниринге и автоформализации (автоструктурировании) экономических процессов.

Можно выделить главные задачи информационной экономики.

На макроуровне — это выбор направления хозяйственного развития в рамках происходящих глобальных процессов, что определяется способностью хозяйственной энергии общества двигаться к новым внешним ресурсам и качественным трансформациям своей структуры. Более широко это выглядит как развитие ноосферы в результате эволюционного взаимодействия ее составляющих: техносферы, антропосферы и социосферы.

На микроуровне — создание субъектами предпринимательства алгоритмов хозяйствования, направленных на получение хозяйственной энергии внешней среды и трансформацию ее в виде работы и создание рабочих мест.

В качестве примера можно привести реализацию информационно-экономического взаимодействия на базе информационно-маркетинговой сети стран СНГ, в которой функция макроуровня реализуется в виде факта, обусловленного и соотнесенного во времени, по созданию информационных обществ, электронных министерств, электронных регионов, электронных групп по интересам, а функция микроуровня реализуется через электронный офис участника сети.

Под системой информационной экономики понимается система хозяйственной деятельности, в которой реализована функция взаимно-однозначного, непрерывного предпринимательского взаимодействия, обратное к которому тоже непрерывно. Взаимно-однозначность, непрерывность и наличие обратных функций обеспечивает правовую идентификацию элементов, процессов и их арбитраж. Аналогами таких систем сегодня являются платежные системы Visa/MasterCard, системы интернет-трейдинга и пр.

Система строится на базе телекоммуникационных сетей, включая интернет, на платформе «облачных вычислений», что обеспечивает массовый формат электронного экономического взаимодействия на глобальном уровне. Система информационной экономики характеризуется наличием динамически меняющихся связей, структурированных по видам экономической деятельности и обусловленных включением в систему то одних, то других элементов. При этом соблюдается условие сохранения преемственности между элементами и типами связей для обеспечения целостности правового поля.

Система информационной экономики состоит из единиц, самогруппирование которых происходит по типам связей, соотнесенных к потребностям в ресурсах и информации. Единицы системы могут образовывать группы по интересам, электронные товаропроводящие сети и другие различные электронные бизнес-мозаики экономического взаимодействия.

Каждая единица является системой с горизонтальной структурой, что обеспечивает возможность самостоятельной структуризации экономических процессов в неиерархической (нежесткой), слабосвязанной среде. Система «экономической единицы» состоит из информационных ресурсов, определяющих ее визуальное представление в информационном пространстве, ячеек управления состоянием и связями. Единица является нейроном, функционирующим в системе информационной экономики, и непосредственно влияет на постоянно изменяющуюся структуру, формируя ее «информационный ландшафт».

Любая система информационной экономики в зависимости от процессов, происходящих в ней в рамках места, событий и времени, характеризуется тремя параметрами:

- по особенностям состава элементов;
- по их числу;
- по структуре, т. е. по типу связей, объединяющих элементы.

Под элементом здесь понимается электронная единица, связанная с субъектом хозяйствования, отображающая его характеристики и обеспечивающая возможность осуществления электронного экономического взаимодействия (т. е. формального построения «алгебры» взаимодействия).

Система информационной экономики взаимосвязана с системой реального хозяйствования, обеспечивая последнюю структурированным отображением происходящих фактов (событий) и их эмпирическим обобщением в разрезе места, времени, видов деятельности и обстоятельств.

Информация – основной ресурс современного производства

Информация представляет собой разновидность экономического блага, она удовлетворяет потребности индивидов, а также используется в качестве экономических ресурсов, поскольку при всем изобилии информации существуют факторы, ограничивающие как возможности ее получения и создания новых знаний, так и возможности ее использования.

Информация как экономическое благо обращается в экономике как товар (информационный продукт, услуга), а также как ресурс, используемый в процессе хозяйственной деятельности. Информационные продукты и услуги обмениваются на информационном рынке и имеют большое количество особенностей, как на стадиях разработки, производства, так и на этапе обращения. К информационным товарам

и услугам относятся программное обеспечение, базы данных, образовательные услуги, консультирование, результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок.

Классический подход к определению ценности (полезности) информации заключается в возможности дать дополнительную свободу действий потребителю.

Многие виды информации производятся не для обмена, а предоставляются потребителю бесплатно, в качестве так называемых общественных благ. Их производство осуществляется государством или некоммерческими организациями. Примером могут служить широко рекламируемые государственные услуги, которые предоставляются в электронном виде.

Потребительские свойства информации определяются процессами отбора, переработки и представления в соответствующих видах и формах сведений, при использовании которых потребитель с учетом его экономических, социальных, прочих возможностей и особенностей может с максимальным успехом достигать поставленные стратегические цели и решать тактические задачи.

Информация как любой товар характеризуется своим жизненным циклом, который представляет собой время существования товара на рынке. Фазами жизненного цикла являются внедрение (введение, появление), рост, зрелость, насыщение и спад.

Продолжительность жизненного цикла в целом и его отдельных фаз зависит как от самого товара, так и от конкретного рынка. По общему признаку сырьевые товары имеют более длительный жизненный цикл, готовые изделия – более короткий.

Указанные особенности относятся и к информации как товару, жизненный цикл которой может колебаться в широких пределах. Особенно, когда это относится к коммерческой информации, представляющей интерес для конкурирующей организации.

В качестве товара информация не может отчуждаться подобно материальной продукции. Ее купля-продажа имеет условное значение. Переходя к покупателю, она остается и у продавца. Она не исчезает в процессе потребления.

Формирование информационного товара возможно путем воздействия на исходные данные специальных методов, технологий и техники. Здесь важно отметить, что в процессе создания информационных товаров основным средством производства выступает интеллект, который представляет собой способность человека создавать новые знания. Отсюда проистекает особая субъективность процесса информационного производства, характерным проявлением которой является отсутствие

более-менее жесткой зависимости между затратами и результатом производства новой информации и знаний. В целом, в результате интеллектуальной деятельности создается уникальный продукт, который приносит доход ее создателю в процессе тиражирования или овеществления в товарах, средствах производства, технологиях.

В качестве экономического ресурса информация предназначена для обмена, имеется в ограниченном количестве, при этом на нее предъявляется платежеспособный спрос.

Информации как экономическому ресурсу присуще разделение на распространенности и редкости. С одной стороны, информация легко тиражируема, не уничтожается, а, напротив, самовозрастает в процессе потребления. В то же время, она является редким ресурсом благодаря уникальности процесса ее производства и использования, главным субъектом которого выступает человек. Так, в настоящее время одними из наиболее актуальных проблем являются проблема сильного информационного давления на людей, усиливающегося с ускорением процесса накопления информации, а также распространение методов деструктивного информационного воздействия, ведущего к негативным последствиям. Накопленные объемы информации не успевают перерабатываться, создаются большие массивы ненужной и дублирующей информации.

В функционировании информации как экономического ресурса особое значение имеют технические и технологические аспекты ее использования и обращения в экономике. Именно развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и компьютерной техники открыли новые возможности целенаправленного использования информации и знаний в экономике, выявили резервы прогрессивного развития. Как и любой другой ресурс, информация полезна только в том случае, если мы можем доставить ее туда, где она необходима. Развитие технологий сбора, обработки, накопления и распространения информации, организации процесса коммуникаций послужили стимулом к появлению и повсеместному распространению новых форм организации бизнеса в целом и отдельных бизнес-процессов.

Информация как экономический ресурс используется в различных направлениях, результатом чего является многообразие форм воплощения и путей создания стоимости. Среди основных направлений следует выделить следующие:

– коммерциализация информации о товарах, услугах, технологиях (создание наукоемкой продукции, интеллектуальных товаров, информационных услуг, разработка новых технологий производства и управления);

– воздействие на субъективные восприятия и ожидания экономических субъектов. В качестве примеров можно привести создание информационного образа продукта, компании (репутация), формирование потребностей или влияние на них.

Как экономический ресурс информация обладает рядом особенностей, отличающих ее от традиционных факторов производства — земли (природных ресурсов), труда, капитала. Наиболее значимыми свойствами информации являются непотребляемость в процессе использования, самовозрастание в процессе потребления, особая неопределенность ее полезности, отсутствие зависимости между исходным объемом знаний и объемом нового созданного знания, высокая мобильность, как в пространстве, так и в плане перетекания из одних наук в другие без потери актуальности.

Ограниченность информации и ее полезность для субъектов экономики дают основания причислять ее к факторам производства наряду с землей, капиталом, трудом и предпринимательской деятельностью. Доводом в пользу того, что информация является самостоятельным фактором производства, можно считать всепроникающий характер информационных технологий, которые способствуют повышению эффективности практически во всех экономических секторах.

Информация как фактор производства — это ресурс, используемый в экономических процессах. Информация, овеществляясь во всех компонентах системы производительных сил общества, выступает составным элементом всех моментов процесса труда — предметом труда, средством труда и составной частью живого труда. Многофункциональность информации и возможность ее быстрого перевоплощения из одних моментов процесса труда в другие обеспечивают данной производительной силе одну из ведущих ролей в развитии системы производительных сил современного общества. На протяжении всей истории человечества люди в процессе преобразования окружающего мира преобразуют овеществленную в нем информацию. Обладание достоверной информацией является необходимым условием для решения стоящих перед экономическим субъектом проблем.

Специфика информации как фактора производства определяется рядом качеств, что делает их принципиально отличающимися от иных производственных ресурсов.

Во-первых, информация, как фактор производства, не уничтожается в процессе личного или производственного потребления, следовательно, она является неисчерпаемым и неограниченным ресурсом. За определенный период времени к источнику информации может

обратиться неограниченное количество потребителей неопределенное количество раз.

Во-вторых, информация неотчуждаема от своего обладателя — приобретение кем-либо определенного набора знаний никоим образом не уменьшает возможности иных потребителей приобрести те же знания в том же объеме.

В-третьих, информация резко обесценивается во времени, при этом информационный продукт, в отличие от материального продукта, подвержен только одному виду износа — моральному.

В-четвертых, неограниченность интеллектуальных ресурсов проявляется в том, что нельзя измерить издержки приобретения единицы интеллектуального ресурса с точки зрения издержек, упущенной возможности, так как для вовлечения в производство неограниченного ресурса нет необходимости отвлекать его от альтернативного использования. В этих условиях применение кривой производственных возможностей для анализа распределения ресурсов и оценки издержек при производстве наукоемкой продукции теряет смысл — на значительных участках она будет горизонтальна или вертикальна.

В-пятых, в реальном производстве неограниченный ресурс — информация — используется в совокупности с ограниченными ресурсами (трудом, капиталом, землей). Именно это определяет «границы» использования неограниченных интеллектуальных ресурсов и приводит к тому, что цена единицы информации не становится бесконечно малой величиной. Издержки на приобретение единицы интеллектуального ресурса измеряются выгодой, которая теряется оттого, что ограниченные ресурсы, необходимые для совместного использования с дополнительной единицей интеллектуального ресурса, не использованы иным наилучшим альтернативным путем.

В-шестых, применение информации в производстве товаров и услуг зависит от состояния традиционных ресурсов, а также от готовности к восприятию интеллектуальных ресурсов — уровня квалификации трудовых ресурсов, степени наукоемкости капитальных ресурсов, виртуализации финансовых ресурсов [10].

Расширение использования информации как производственного ресурса коренным образом изменяет экономическое пространство, способствует формированию так называемой «новой экономики», под которой понимают макроэкономическую среду, сформировавшуюся под влиянием новых технологий, которая качественно отличается от «старой экономики» в отношении как основных принципов функционирования, так и возможностей ее дальнейшего развития.

5. ЧЕЛОВЕК В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Представление о том, что ведущей тенденцией развития современного общества, перерастающего в общество нового информационного порядка, является интеграция новейших массовых информационных и коммуникационных технологий и существующей социальной системы, лежит и в основе концепций информационного общества. Критерием прогресса в таком обществе является возрастание скорости внедрения инноваций, увеличение объема и скорости коммуникации, рост объема полезной информации и ускорение ее обработки за единицу времени в контурах управления за счет автоматизации этой сферы. Однако в новом обществе изменяются типы межличностных организационных стилей, характер восприятия реальности, семейные ценности.

Процесс информатизации открыл для человека широкий спектр возможностей. С одной стороны, человек может свободно самореализовываться в трудовой деятельности, у него появляется широкий доступ к различной информации. С другой, в то же время возрастают негативные тенденции: увеличивается воздействие информационных технологий, выявлявших способность развивать формы сознания, вкусы, ценностные ориентиры, образ жизни человека, усиливается его отчуждение от общества. Информатизация предоставила людям новое поле для выявления их внутреннего мира — интернет. Он является полем свободы духа человека, предоставляет новые просторы для развития общества.

Однако современному информационному обществу присущи и глубокие противоречия.

В настоящее время большое количество людей прибегает к виртуальному общению, с каждым днем популярные социальные сети пополняются на 3–5% участниками. Люди перестают встречаться друг с другом для душевных разговоров, обмена чувствами, эмоциями. Они считают, что гораздо удобнее позвонить по телефону, написать сообщение или зайти на страницу в социальных сетях и уже там сообщить другу о чем-то важном. Но разве можно заменить живое общение, понять, что творится в душе человека, как он себя чувствует, какое у него настроение, если вы даже не видите глаз своего собеседника? Интернет стал подменой реального мира. В виртуальной реальности все намного проще, чем в действительности, там гораздо легче знакомиться с

людьми, общаться, дружить с ними и также легко расставаться. Именно из-за этого социальные сети так притягивают людей, которые не совсем удовлетворены своей жизнью и поэтому отдают предпочтение виртуальному общению. В какой-то мере развитие технологий является причиной того, что человек начинает замыкаться в себе, он забывает о том, как важно живое, эмоциональное общение для того, чтобы вдруг не стать одиноким в то время, когда «гаджета» у него не окажется. Причиной всего сказанного выше является то, что в настоящее время актуальной проблемой общества становится социальное отчуждение, которое подразумевает, что люди, а в основном молодежь, сами ограничивают себя от живого, реального общения и окружения, путем предпочтительности виртуального мира реальному.

Социальное отчуждение представляет собой сложное явление, отражающее системные, субъективные и объективные стороны новой общественной жизни. Системная сторона представляет отчуждение как промежуточный этап между саморазвитием и самораспадом социальной системы. Субъективная сторона отчуждения связана с регулярными изменениями общественного и индивидуального сознания, которые проявляются в искажении духовно-нравственных чувств, эмоций и мыслей людей. Объективную сторону отчуждения создает внутреннее разногласие социальных и межличностных отношений из-за противоречия требований, увлечений и условий различных людей, фракций и социальных слоев в обществе. Отчуждение как понятие обозначает не только потерю человеком себя в какой-то деятельности, но еще и регулярное растворение личности в отвлеченных социальных качествах [11].

Быстрое и интенсивное развитие информационных технологий, которые нередко воспринимаются как результат и увеличение рамок человеческих возможностей, является причиной отчуждения общественной, духовной и фактической сути человека. Следовательно, в информационном обществе малоактивным объектом манипулирования является именно человек. Это говорит об отчуждении общей сущности человека от существования индивида.

Западный социолог Хайнеманн отмечал: «В XX столетии человеческое самоотчуждение вследствие доминирующего влияния техники вступило в новую фазу» [11]. По мнению Хайнеманна, господствующей формой социального отчуждения является техническое отчуждение, обусловленное постоянным увеличением места техники в жизни каждого современного человека.

Серьезнейшей проблемой становится отчуждение человека от средств и продуктов производства, что лишает труд былой привлекательности. Своего апогея этот процесс достигает в конвейерном про-

изводстве, где рабочий вынужден выполнять одну и ту же операцию весь рабочий день. Из сферы производства отношения отчуждения распространяются на социальные нормы и межличностные отношения, ярко выражаются в господстве бюрократического государственного аппарата над гражданами. Чувство беспомощности и зависимости, возникающее при этом у человека, становится причиной аномии и отклоняющегося поведения.

Из-за процессов социального отчуждения, которые оживленно происходят в культуре, в настоящее время можно говорить о самоотчуждении культуры — процессе отрицания самой культурой имеющихся в ней основных ценностей и представлений, что неоднократно приводит к поиску мыслителями и общественными деятелями различных вариантов мировоззренческих теорий для культуры.

Массовую культуру можно определить как культуру информационного общества, опирающуюся на средства массовой информации и коммуникации, рассчитанную на массовое потребление и нацеленную на получение прибыли. К признакам массовой культуры можно отнести:

- серийный характер продукции. Процесс ее создания подобен поточно-конвейерному производству. Это своего рода культурная индустрия;

- примитивизация жизни и отношений между людьми. Это означает упрощение представлений о мире, о самом себе. К сожалению, этот процесс отражается и на языке;

- развлекательность и общедоступность. В киноиндустрии — это экшн, триллеры; в литературе — приключения и детективы; на телевидении — сенсационные новости, спорт, мистика и т. д.;

- натуралистичное изображение определенных сцен;

- культ сильной личности, культ успеха;

- коммерческий характер. Ее продукция становится весьма выгодным товаром.

В качестве положительных сторон массовой культуры можно отметить появление широкого спектра жанров, стилей, позволяющее удовлетворить требования многих слоев общества. Отрицательной стороной можно назвать исключительно развлекательный характер массовой культуры. Весьма ограниченный круг авторов ставит вопросы о цели и смысле жизни, ее ценностях, формируется массовое мировоззрение с некритическими убеждениями и взглядами.

Высокая технология требует соответственно высокой подготовленности индивида, его духовной зрелости и ответственности. Нарушение баланса в пользу технологии (опережающее развитие технологии по отношению к нравственно-идеологическим ресурсам общества)

является одной из важных причин такого явления, как дегуманизация различных аспектов жизни.

Кроме того, компьютеры создают не только безлюдное производство, но и «безлюдное» общение, когда собеседника вполне заменяет «гаджет». Мы являемся очевидцами возникновения нового вида реальности, основанного на компьютеризации — «виртуальной реальности», — искусственной псевдосреды, с которой можно обращаться как с подлинной.

Компьютеры привязывают к себе с детства, заменяя книги, театр, друзей, снижают степень активности человеческого общения, они создают иную реальность, которая может восприниматься более серьезно, чем окружающий мир. Эта новая технологическая среда оказывает мощное (и пока что совершенно непредсказуемое) воздействие на человеческую психику. Сегодня эта перспектива обнаруживается, в частности, в феномене маньяков компьютерных игр и уходе от действительности в виде погруженности в «виртуальную реальность», где есть множество псевдовидов человеческой деятельности.

Реалии информационного общества предъявляют человеку новые требования, прежде всего наличие способности и готовности к перемене деятельности, мобильности, переобучению, овладению новой профессией и т. д.

Вопрос о месте человека в новом информационном мире можно перевести в плоскость вопроса о новых функциях человека. Прежде всего, следует обратить внимание на повышение уровня образования в обществе, на новые формы коллективного сознания, на новые формы общения и объединения людей.

Сейчас, в первой половине XXI в. роль информации в жизни человека является определяющей — чем больше навыков и знаний он имеет, тем выше ценится как специалист и сотрудник, тем больше имеет уважения в обществе.

Информация как вид знания необходима современному человеку не только для того, чтобы создавать материальные и духовные блага, но и для того, чтобы вести здоровый образ жизни, уметь ориентироваться в изменяющихся условиях, для того, чтобы сформировать определенную экономическую, социальную, политическую и нравственную позиции.

Однако необходимо не только иметь информацию, но и владеть способами ее использования. Образование для современного человека имеет своей целью не столько обучить традиционным алгоритмам в мышлении и практике, сколько умению выбрать необходимую информацию, осмыслить ее, привести обработанную информацию в соответствие со своими потребностями. Действия, основанные не на традиции, а на информации — определяющая черта современного человека.

6. СМИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Глобальные тенденции в развитии современных СМИ

Средства массовой информации во всем мире в настоящее время находятся в процессе перехода к новому качеству. Технологические, функциональные и операционные изменения в коммуникационной инфраструктуре современного информационного общества многолики. «Новое качество» мировая медиасистема приобретает под воздействием глобальных тенденций — прогресса информационно-коммуникационных технологий, создания нового информационного пространства, изменений в структуре и поведении аудитории.

Обозначим тенденции развития СМИ подробнее. Первое, что следует отметить, — противоречивость этих тенденций. Например, с одной стороны, усиливается коммерциализация печатной и электронной прессы: рыночные стандарты превращаются в «глобальную культуру медиа», растет концентрация медиасобственности — она сосредоточивается «в руках» нескольких гигантских медиакорпораций. С другой — заметен рост общественной активности в сфере массовой информации, что проявляется в создании альтернативных масс-медиа — преимущественно на сетевой платформе, а также в деятельности гражданских организаций мониторинга СМИ и в требованиях демократизации медийного сектора, сохранения и развития общественных СМИ.

Одна из тенденций развития современных СМИ — коммерциализация журналистики. В условиях рыночной экономики издание газет и журналов, теле- и радиовещание становятся отраслями информационной индустрии, на которые распространяются стандарты рыночного производства, маркетинга и менеджмента. Стало общепринятым средства массовой информации называть «медиаиндустрией», а журналистские произведения — «медиапродуктами», рассматривая масс-медиа как поставщиков медиатоваров и медиауслуг на информационный рынок. Приоритеты СМИ и журналистов формируются под «давлением» рынка: чтобы обеспечить выживание медиаструктуры и ее коммерческий успех, необходимо учитывать конъюнктуру рынка и правила маркетинга. В рыночной конкурентной среде ведущие позиции

занимают средства массовой информации, способные привлечь внимание широкой аудитории и обеспечить высокий рейтинг, который является залогом коммерческого успеха, стабильности финансовых поступлений от рекламы. Стремление удерживать высокий рейтинг и максимальный охват рынка приводит к своего рода «коммерческой цензуре»: средства массовой информации отказываются освещать «неудобные» темы — по причине того, что такие публикации не привлекут внимания широкой аудитории. Таким образом, «полностью или частично закрываются темы и произведения, не отвечающие ожиданиям аудитории». Вот как описывает ситуацию Т. Джонсон, президент CNN: «В конечном счете, качество выпускаемых новостей находится в руках владельцев СМИ или же — в компаниях, являющихся акционерными обществами — руководства, избранного советом директоров. Именно они выбирают, принимают на работу, выгоняют или повышают редакторов, издателей, продюсеров и ответственных редакторов, которые заведуют отделами новостей. Владельцы определяют бюджеты отделов новостей и процентное соотношение времени и места между новостями и рекламой. Они устанавливают стандарты качества путем подбора кадров и выбора политики в отношении новостей. Владельцы решают, какой доход они должны иметь от своей медиасобственности. Владельцы же определяют качество новостей путем решения вопроса: сколько платить журналистам?». Интересные данные получил американский исследователь Л. Беннет: он выяснил, что в 90-е гг. XX в. количество криминальных новостей в средствах массовой информации США увеличилось в семь раз, хотя за это время преступность в стране существенно сократилась. Коммерчески ориентированная журналистика находится под прицелом критики: исследователи отмечают, что «подстраивание» под изученные запросы потребителей подрывает просветительский настрой СМИ, подавляя творческие возможности и духовную самостоятельность аудитории [12].

Еще одна из тенденций, характерных для развития СМИ в мировом пространстве — концентрация собственности в медиасфере и конгломерация бизнеса. Процесс сосредоточения средств массовой информации в собственности немногих транснациональных концернов стартовал в начале XX в.: монополистические объединения заняли ключевые позиции в издательском бизнесе и радиовещании. В пятидесятых годах прошлого века наблюдалась тенденция объединения крупных медиаконцернов с корпорациями, действующими вне информационной сферы — в области компьютерной и военной техники, производства электротоваров, кинопроизводства, что привело к переплетению собственности и образованию гигантских медиаконцернов,

тесно связанных с другими областями экономики — конгломератов (конгломерат — лат. собранный; объединение в единое целое разнородных предметов). В основе концентрации и образования многоотраслевых конгломератов лежит стремление существенно повысить конкурентоспособность бизнеса за счет извлечения дополнительной выгоды от сочетания различных видов деловой активности, гарантирующей защиту ее от поглощения конкурентами. Совладельцы подобных медиакорпораций — крупные коммерческие структуры, действующие в других отраслях, в результате чего образуется взаимосвязь/взаимозависимость медиабизнеса с другими секторами экономики. Следствия этих процессов так описывает П. Бурдые: «В конечном счете можно сказать, что именно экономический фактор определяет все на телевидении. И даже если недостаточно заявить, что происходящее на телевидении определяется его собственниками, заказчиками, размещающими там свою рекламу, а также государством, оказывающим финансовую помощь; что без знаний о том, кто хозяин той или иной телекомпании, какова доля ее заказчиков в бюджете и каковы размеры получаемой ею финансовой помощи, мы не можем ничего понять в ее функционировании, — то, тем не менее, не грех об этом напомнить» [13].

Осваивая возможности мирового информационного рынка, крупнейшие корпорации «перешагивают» границы: огромными тиражами во многих странах мира распространяются периодические издания, принадлежащие крупнейшим медиакомпаниям. Многие из них имеют местные версии, адаптированные к особенностям локальных аудиторий. Этот процесс получил название глокализация: локальные медиапродукты продвигаются на глобальном рынке, глобальные — адаптируются к местным. Например, каналы MTV адаптированы для рынков регионов и отдельных стран. Телеканалы глобальных новостей фокусируются и на освещении региональных новостей, — таким образом глобальные медиапродукты распространяются наравне с глокальными — созданными по образцу глобальных с «местным содержанием».

Выделяется тенденция — демассификация традиционных СМИ. «Демассифицированные» средства массовой информации — это СМИ, ориентированные на «микроаудитории» в соответствии с разнообразными интересами и потребностями различных аудиторных групп. «Демассифицированные средства информации демассифицируют и наше сознание. Постоянная накачка стандартизированного обрванного ряда привела к тому, что критики называют «массовым сознанием». Сегодня уже не массы людей получают одну и ту же информацию, а небольшие группы населения обмениваются созданными

ими самими образами. Демассификация цивилизации, отражением и усилением которой являются средства информации, влечет за собой огромный скачок объема информации, которой мы обмениваемся друг с другом. И этот рост объясняет, почему мы становимся «информационным обществом».

По мнению большинства исследователей, в итоге разделения массовой аудитории на отдельные группы с четко выраженными запросами, предпочтениями, вкусами, каждый конечный потребитель информации, распространяемой через СМИ, в ближайшем будущем будет получать лишь то, что ему необходимо. Одним из решающих факторов демассификации в 1980–1990 гг. стало развитие спутникового и кабельного телевидения с десятками и сотнями каналов, специализированных по тематике. Кроме того, «демассификацию» СМИ «подстегнуло» применение адресных технологий в рекламном бизнесе, основанных на социологических исследованиях различных секторов потребительского рынка. Сегодня рекламный бизнес заинтересован в адресной доставке рекламы аудиторным группам с четкими и хорошо изученными параметрами (пол, возраст, профессия, интересы), запросами и предпочтениями, которая была бы максимально подстроена под эти характеристики, что и является условием высокой эффективности рекламного воздействия.

В условиях распространения новейших сетевых коммуникационных технологий «демассификация» СМИ может трансформироваться в индивидуализацию, когда потребитель формирует свое «информационное меню», выбирая тексты, музыку и видео самостоятельно.

Еще одна из современных тенденции развития СМИ — интерактивность массмедиа. Прежде всего, следует отметить, что у понятия интерактивность массмедиа несколько значений: взаимозаменяемость отправителя и получателя; возможность выбора между кабельным или спутниковым телевидением и увеличение зрительского меню за счет этой возможности; расширение возможности восприятия, которые могут быть активированы во время использования медиа; манипулирование большими объемами содержания [13].

Новые медиатехнологии благодаря свойству интерактивности расширяют возможности аудитории пользователей, которые перестают оставаться пассивными получателями информации, но становятся активными участниками процесса. То, что раньше называлось «аудиторией», исследователи все чаще называют «пользователями»: исходя из личных вкусов, целей, потребностей медиапользователи способны активно выбирать из тысяч информационных, образовательных и развлекательных опций именно то, что их интересует. Развитие новых

медиа технологий активизировало исследования аудитории (медиапользователей). Медиаисследователи, традиционно дискутировавшие о проблеме различий активной и пассивной аудиторий, создают концепции, отличные от привычной пассивно-активной дихотомии. Против взгляда на аудиторию как на исключительно активную или пассивную в своих установках высказался Д. Уэбстер: он предложил три модели описания аудитории: аудитория как масса, аудитория как объект, аудитория как агент.

«Аудитория как масса» — эта модель определяет членов аудитории как подверженных воздействию масс-медиа (телеаудитория), здесь акцент ставится на попытках определить ее численность. «Аудитория как объект» — в рамках этой модели изучаются медиаэффекты: феномены пропаганды, изменения отношений и позиций медиапотребителей. Модель «аудитория как агент» изучает возможности, предлагаемые сегодняшней аудитории новыми медиа технологиями, рассматривая членов аудитории личностями, имеющими свободу выбора. Изменение сущности взаимоотношений «отправитель – получатель информации» наглядно демонстрирует интерактивное ТВ: телезритель больше не является пассивным наблюдателем того, что видит на экране, но становится соавтором телевизионного действия. Он может выводить на экран дополнительную текстовую информацию, изменять ракурс съемки события, выбирать «картинку» с той или иной телекамеры, повторить заинтересовавшие его фрагменты передачи, участвовать в электронных опросах и голосованиях по проблемам, затронутым в программах [13].

Дигитализация и конвергенция современных СМИ

Дигитализация (англ. digitalization), или оцифровка, цифровизация позволяет содержанию легко «транспортироваться» по любому каналу электронной коммуникации. В результате интернет из сети, просто соединяющей компьютеры, превращается в особую среду, где получившее новый цифровой вид содержание преодолевает традиционные «ограничители» традиционных СМИ. Для тех, кто создает информацию, и для тех, кто ее потребляет, время, необходимое для распространения печатных изданий, финансовые ресурсы, на это затрачиваемые, пространство, ограничивающее передачу телевизионного или радиосигнала, не являются более преградами. Дигитализация, устраняя различия между отдельными СМИ и уравнивая их содержание, ведет к их конвергенции (convergence) [14].

В последнее время процесс конвергенции, наряду с развитием интернета, стал одной из важнейших тем, обязательно присутствующих в современных дискуссиях о настоящем и будущем СМИ. Все чаще само слово конвергенция становится синонимом магистральных преобразований в медиасфере. Это неизбежность, порожденная информационно-коммуникационными технологиями, экономикой, современным миром в целом. В ближайшие десятилетия конвергенция предположительно изменит не только системы средства массовой информации и коммуникации, но и различные связанные с ними индустрии.

Под воздействием конвергенции современные СМИ сегодня меняют структуры медиапредприятий, порождают новые типы, виды редакций и медиахолдингов, предъявляют качественно иные требования к работникам. Конвергенция (от лат. *convergo* — «сближаю, свожу») — это взаимопроникновение, взаимодействие, интеграция коммуникативных средств и современных технологий в единый информационный ресурс, что позволяет говорить о возникновении «конвергентной журналистики». Изменения в традиционной структуре массмедиа происходят сразу на нескольких уровнях, и это позволяет классифицировать типы конвергенции в СМИ.

1. Конвергенция между производителем и потребителем контента. Интернет становится все более доступным. Потребители и производители контента постоянно на связи, и часто возможности их равны. Это означает, что журналист или любой современный пользователь, вооруженный смартфоном, в состоянии оперативно снять видеоролик, взять интервью с места события и отправить все это в СМИ.

В этом случае можно говорить и о конвергенции технических устройств, мобильных и стационарных. Среди них: средства связи; средства отображения информации; средства агрегации информации; средства редактирования информации; средства записи фото-, видео- и аудиоконтента. Причем очевидна тенденция повышения качества и простоты использования этих устройств, совмещения функций как на бытовых, так и на профессиональных аппаратах.

2. Конвергенция компетенций. Журналист становится журналистом-универсалом. Чтобы идти в ногу со временем, ему необходимо иметь ряд дополнительных компетенций — оператора, фотографа, монтажера. Дополнительные компетенции не упраздняют, а наоборот, акцентируют внимание на различии контента «полевого» и «студийного», делают разницу между универсалом и профессионалом более заметной. Поэтому конвергенция, с одной стороны, неизбежно влечет сокращение штатов, а с другой — порождает потребность в

профессионалах своего дела, обеспечивающих высокое качество работы и претендующих на высокую оплату труда.

3. Конвергенция компонентов системы СМИ, то есть прессы, радио, телевидения, интернета. Происходит объединение в одной издании различных способов донесения информации до потребителя. Но было бы ошибкой объединять форматы. Текстовые и гипертекстовые, телевизионные, радио форматы под влиянием конвергенции становятся более дивергентными. В идеале все форматы должны иметь свои редакции, даже если в этих редакциях будут работать одни и те же люди.

4. Конвергенция медиа-практик, то есть сближение различных отраслей информационно-коммуникативной деятельности: журналистики, связей с общественностью, рекламы, маркетинга и т. п. Речь, во-первых, о том, что журналист может участвовать в решении задач, свойственных скорее сфере рекламы, чем журналистики, и, во-вторых, о том, как эти задачи будут решаться в рамках отдельных изданий. Как и в случае с конвергенцией между потребителями и производителями, спрос на узкоспециализированных специалистов будет расти.

Сближение различных СМИ, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров. Продуктом телевизионной эпохи стал инфотейнмент (information + entertainment). Эпоха интернета создала эдудейнмент (education + entertainment), индивидуализированные каналы современной информации породили инфоториал (information + editorial).

Выделяются некоторые принципы конвергентных медиа.

Принцип интерактивности. Для новых медиа мгновенная обратная связь — это особенность, оказывающая влияние как на содержательную часть контента, так и систему формирования и распространения.

Принцип сотворчества с аудиторией. Для конвергентных новых СМИ важна возможность создания контента совместно с потребителями. Этот принцип разрушает границу между производителями контента и аудиторией. Информационные агентства и СМИ нередко напрямую используют материалы, созданные обычными пользователями, подвергая их минимальному редактированию. На возникающий вопрос авторских прав отвечают принципы концепция creative commons: они позволяют создавать коллективные произведения и размещать их (полностью или частично) на различных платформах.

Принцип оперативного размещения. Речь идет о сокращении временного промежутка между событием и моментом размещения материала о нем. Новые медиа имеют возможность оперативно публиковать любой контент: текстовый, который можно выложить в сеть сразу же после написания, видео — транслируя его онлайн, и т. д.

Принцип трансмедийности заключается в том, что из одной и той же информации (информационного повода) будет произведен контент, предназначенный для размещения на самых разных платформах: информационных порталах, видеохранилищах, интернет-радио или ТВ, блогах, социальных сетях и т. п. Данный принцип подразумевает оформление, форму подачи контента в соответствии с особенностями платформы.

Принцип измеримости обратной связи. Только интернет-СМИ предоставляют нам возможность точно оценить обратную связь, используя такие показатели, как счетчик просмотров, скачиваний, ретвитов и перепостов, копирований и иных способов цитирования. В зависимости от значений этих показателей можно объективно судить об интересе и отношении аудитории к тому или иному контенту.

Принцип транспарентности рекламной ценности информационного наполнения. Интернет — медиасреда, где рекламодатель может с уверенностью судить о числе контактов аудитории с рекламным сообщением. Мы можем получить точную информацию и об интересе аудитории к рекламному сообщению. Помогают в этом различные показатели, к примеру, число просмотров, кликов и переходов на сайт. Счетчики, отображающие точное количество посетителей и заинтересовавшихся, позволяют с высокой точностью прогнозировать число контактов.

Принцип ретрансляции. Интернет предоставляет почти неограниченные возможности копирования и архивации контента. Кроме того, пользователь может ретранслировать его разнообразными способами. Доказательство тому — ретвиты, размещение видео и текстов на страницах в социальных сетях, на сайтах и порталах. Конечно, в случае с классическими СМИ читатель может хранить и копировать печатные материалы, сканировать их или записывать на магнитофон, но процесс этот гораздо более трудоемок и требует много времени.

Принцип двухфазного рынка контента. Новые СМИ, создавая контент, выводят его на первичный рынок, где часть материалов устаревает и забывается через несколько дней или даже часов, а часть остается популярной и начинает существовать самостоятельно, никак не завися от «родителя». Контент передается от пользователя к пользователю, скачивается, копируется, пересылается и набирает показатели внимания аудитории, становясь частью вторичного рынка контента. Причем выход на вторичный рынок может состояться в любое время. Известны случаи, когда вроде бы устаревшая информация под влиянием внешних обстоятельств вновь становилась актуальной.

Принцип снижения капиталоемкости Интернет-СМИ. Этот принцип хорошо отображается на примере текстового контента: затраты на полиграфию, доставку, хранение и утилизацию печатной продукции

в разы выше, чем на размещение фото и текстовых материалов в интернете. Для телевидения расходы на интернет-вещание тоже не так высоки, особенно по сравнению с эфирным или кабельным ТВ.

Принцип низких барьеров входа на рынок. Для электронных СМИ процедуры, связанные с регистрацией и получением разрешения, остаются наиболее простыми и менее затратными, несмотря на изменения последних лет в сторону усложнения и удорожания. Что касается телевидения, то существенное снижение затрат наблюдается на начальном этапе.

Принцип многообразия форм рекламы. Интернет-СМИ открывают рекламодателям новые возможности за счет разнообразия видов рекламы, которые будут меняться одновременно со стремительным развитием электронных СМИ. Плюс таких объявлений еще и в том, что они пока не успели «приестся» аудитории.

Принцип конвергентной дигитализации. Появление новых функций и возможностей у привычных технических средств способствует возможности совмещения в одной персоналии функций репортера, фотографа, художественного редактора, метранпажа и др., что и провоцирует собственников издания на сокращение штата редакции.

Принцип специализации находит свое отражение в сужении круга профессиональных производителей контента (операторов, фотографов, монтажеров) и повышении стоимости их работы, а главное — сказывается на росте специализированных порталов, каналов, сайтов и тому подобных нишевых медиа [15].

Процесс конвергенции СМИ, открывающий многие новые и неизвестные прежде горизонты, имеет и противоречивые проявления. Ориентироваться в сегодняшнем информационно-коммуникационном пространстве довольно сложно. Возможность получать содержательные одинаковые продукты посредством разных каналов, слияние различных СМИ и сближение медиаиндустрии с телекоммуникационным сектором реально меняют прежние представления об информации и информационном мире в целом. В условиях перехода к информационному обществу на волне бума интернета специалисты все чаще говорят о том, что достоверность информации становится одной из ключевых проблем для развития глобальной Сети, высказываются опасения по поводу превращения журналиста в поставщика заказного информационного товара. Иными словами, интернет обнажил проблемы обеспечения достоверности информации и тщательной проверки сведений, а также соблюдения журналистской этики. Однако, по мнению многих специалистов, несмотря на изменение способов распространения информации, роль журналиста в обществе не изменилась.

Это по-прежнему профессия повышенной речевой ответственности. Чем выше уровень образованности и активности журналиста, а также возможностей свободного доступа к официальной, правительственной и другой надежной информации, тем больше его потенциал в создании качественного материала. Интернет не может превратить хорошего журналиста в плохого, но при помощи информационно-коммуникационных технологий профессионализм и возможности творческой самореализации хорошего специалиста будут только возрастать.

Журналистскую практику в режиме онлайн можно охарактеризовать как умение извлечь профессиональную выгоду от использования новой техники. Как метко заметил один из исследователей журналистики в стиле онлайн, «Интернет с его возможностями не только не должен помешать существованию журналистики в ее классическом виде, наоборот, он должен способствовать развитию журналистики как навигатора в современном информационном обществе» [16].

Информатизация и СМИ

В условиях бурного развития новых информационно-коммуникационных технологий, безусловно, произойдут существенные перемены в традиционных СМИ — в печати, радио, телевидении, в доступе к ним, в способах доставки и, вероятно, в содержании.

Кажется, что наиболее спокойно чувствует себя радио. Звуковая речь легко передается через интернет, для приема радиосигнала достаточно иметь компьютер и к нему звуковую плату. «Радио России» уже сегодня ведет свое вещание в значительной степени на базе интернета, который используется как средство доставки сигнала в различные страны к радиостанциям для вещания через них, но одновременно этот сигнал может быть принят и индивидуальными пользователями интернета.

Сложнее всего обстоит дело на телевидении. Время, затрачиваемое пользователями интернета на просмотр телевизионных программ, сократилось. Видимо, произойдет серьезное изменение в структуре телевидения. К спортивным, музыкальным и многим другим программам, которые традиционно смотрели по телевидению, интернет открывает отдельный доступ. В связи с этим больше будет телевидения специализированного, рассчитанного на интересы отдельных сегментов аудитории. Весьма устойчивые перспективы у новостных программ.

Печать имеет достаточно прочные позиции, прежде всего потому, что объединение разных видов информации в едином телевизионном или компьютерном варианте не отменяет текста. Более того, радио- и

телевизионные передачи, как правило, размещаются в интернете в двух формах — аудиовизуальной и текстовой. Текст становится общим знаменателем для всех СМИ в интернете. Часто материалы из интернета распечатываются для чтения. Некоторые газеты имеют специальную версию для распечатки. Все пользуются текстом, который приобретает самостоятельность и даже независимость. При всем этом газета или журнал имеют большие преимущества, поскольку публикуемая там информация, как правило, отработана высококвалифицированными специалистами, в результате чего читатель получает тщательно проанализированные, хорошо обработанные сведения.

С появлением глобальной сети возникли и принципиально новые СМИ — электронные газеты. Электронная газета имеет ряд особенностей. Одна из них состоит в том, что эта газета постоянно обновляется, часто хорошо иллюстрирована и в ней нет, как правило, законченных статей. Статья или материал заканчивается тогда, когда заканчивается событие. В этом смысле журналисты в газете, живущей в интернете, должны работать постоянно, и их статьи пишутся таким образом, чтобы последняя фраза всегда могла бы быть дополнена.

Конечно, интересной особенностью электронных газет является и гипертекстовая верстка, которая позволяет быстро искать различные материалы, находить ссылки, и в этом смысле чтение электронной газеты оказывается более осмысленным, более содержательным и, может быть, более разнообразным. Если говорить о других особенностях электронной газеты, то можно отметить их очень большую оперативность. Часто электронные газеты опережают не только печатные, но и телевидение по скорости появления своих материалов.

Серьезное место в интернете занимают информационные агентства. Они дают не только текстовую информацию, но и видеоинформацию, в том числе хранят наиболее интересные телевизионные передачи. Таким образом, это новое электронное информационное агентство позволяет пользователю получать в свое распоряжение все виды информации: аудиовизуальную и текстовую. Это тоже большое достоинство новых СМИ [17].

7. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА 2016–2022 ГОДЫ

Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016–2022 годы утверждена на заседании Президиума Совета Министров от 03.11.2015 № 26.

Настоящая Стратегия основывается на законодательных актах Республики Беларусь, международных принципах, установленных Уставом ООН, решениями Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества (Женева, 2003; Тунис, 2005).

В настоящей Стратегии определяются цель, задачи, условия и приоритетные направления развития информационного общества в Республике Беларусь, механизм и ожидаемые результаты от ее реализации.

Для целей настоящей Стратегии используются следующие основные понятия и их определения:

– государственная информационная система — информационная система, создаваемая и (или) приобретаемая за счет средств республиканского или местных бюджетов, а также средств государственных юридических лиц;

– государственный информационный ресурс — информационный ресурс, формируемый или приобретаемый за счет средств республиканского или местных бюджетов, а также средств государственных юридических лиц;

– информатизация — организационный, социально-экономический и научно-технический процесс, обеспечивающий условия для формирования и использования информационных ресурсов и реализации информационных отношений;

– информационная система — совокупность банков данных, информационных технологий и комплекса (комплексов) программно-технических средств;

– информационная технология — совокупность процессов, методов осуществления поиска, получения, передачи, сбора, обработки, накопления, хранения, распространения и (или) предоставления информации, а также пользования информацией и защиты информации;

– информационно-коммуникационная инфраструктура (далее — ИКИ) — совокупность технических и программных средств, коммуникаций, персонала, технологий, стандартов и протоколов, обеспечивающих создание, передачу, обработку, использование, хранение, защиту и уничтожение информации;

– информационно-коммуникационные технологии (далее — ИКТ) — информационные процессы и методы работы с информацией, осуществляемые с применением средств телекоммуникаций и вычислительной техники;

– информационный ресурс — организованная совокупность документированной информации, включающая базы данных, другие совокупности взаимосвязанной информации в информационных системах;

– контент — любое информационно значимое наполнение информационного ресурса, которое может быть предоставлено пользователю (употребляется, как правило, в отношении информационного наполнения интернет-сайтов);

– наукоемкое программное обеспечение — программное обеспечение, созданное на основе результатов научных исследований (например, программное обеспечение для моделирования, автоматизированного проектирования);

– средство электронной цифровой подписи — программное, программно-аппаратное или техническое средство, реализующее одну или несколько следующих функций: выработку электронной цифровой подписи, проверку электронной цифровой подписи, создание личного ключа подписи или открытого ключа;

– хостинг — услуга по размещению информационного ресурса на сервере и обеспечению постоянного доступа к этому ресурсу в сети, включая интернет;

– цифровой контент — контент, представленный в виде, который обеспечивает работу с ним с применением средств телекоммуникаций и вычислительной техники;

– широкополосный доступ — доступ во внешние сети и интернет со скоростью, обеспечивающей предоставление большинства востребованных электронных услуг;

– электронная услуга — деятельность по осуществлению поиска, получения, передачи, сбора, обработки, накопления, хранения, распространения и (или) предоставления информации, а также защиты информации, осуществляемая с применением средств телекоммуникаций и вычислительной техники;

– электронная цифровая подпись — последовательность символов, являющаяся реквизитом электронного документа и предназначенная для подтверждения целостности и подлинности электронного документа [18].

Современное состояние информационного общества

Информационное общество – современный этап развития цивилизации с доминирующей ролью знаний и информации, воздействием ИКТ на все сферы человеческой деятельности и общество в целом.

Развитие информационного общества является одним из национальных приоритетов республики и рассматривается как общенациональная задача, требующая объединения усилий государства, бизнеса и гражданского общества. При этом ИКТ отводится роль необходимого инструмента социально-экономического прогресса, одного из ключевых факторов инновационного развития экономики.

Формирование информационного общества обеспечивается наличием развитого человеческого капитала, высокого научного потенциала, системы государственной поддержки разработки ИКТ.

В качестве факторов развития информационного общества Стратегия предполагает:

- совершенствование государственной информационной политики, развитие национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры;
- развитие человеческого капитала;
- укрепление доверия и безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;
- развитие национальной информационной индустрии и научных исследований;
- расширение международного сотрудничества и интеграцию в мировое информационное пространство.

Приоритетными направлениями использования ИКТ в Республике Беларусь являлись:

- электронное правительство;
- электронная экономика;
- электронное здравоохранение;
- электронное обучение;
- электронная занятость и социальная защита населения;
- система массовых коммуникаций и электронный контент.

Задачи развития информатизации, сформулированные в соответствии с факторами развития и направлениями использования ИКТ, в целом решены. Свидетельством этого являются оценки международных организаций, осуществляющих мониторинг развития сферы ИКТ в мире.

Отставая в силу ряда объективных экономических причин от государств-лидеров, Республика Беларусь по оценке Международного союза электросвязи (далее — МСЭ) и ООН относится к группе стран с высокой динамикой развития ИКТ, непосредственно следующих за лидерами, занимая 55-е место по индексу развития электронного правительства ООН из 193 стран мира (64-е место в 2010 г.) и 38-е место из 152 стран по итоговому индексу развития ИКТ (52-е место в 2011 г.).

В целом картина информатизации в Беларуси выглядит следующим образом. Практически создан базовый комплекс электронного правительства, в который входят такие компоненты: общегосударственная автоматизированная информационная система (далее — ОАИС), система межведомственного электронного документооборота, Государственная система управления открытыми ключами проверки электронной цифровой подписи (далее — ГосСУОК), единое расчетное информационное пространство и другие.

Выполнение основных мероприятий подпрограммы «Национальная информационно-коммуникационная инфраструктура» Национальной программы позволило обеспечить создание современной инфраструктурной основы для организации информационного обмена между всеми участниками экономических процессов: бизнесом, обществом, государством.

По оценкам Комиссии МСЭ по развитию широкополосного доступа в настоящее время Республика Беларусь занимает 25-ю позицию по количеству абонентов стационарного широкополосного доступа (28,8 на 100 жителей) и 23-ю позицию по количеству домохозяйств, имеющих доступ в сеть Интернет (57,1 на 100 домохозяйств) среди 195 принявших в исследовании стран.

Созданная по итогам реализации Национальной программы ИКИ является основой для формирования и реализации отдельных инфраструктурных проектов в рамках концепции «Интернет вещей», дальнейшего развития государственных информационных ресурсов (далее — ГИР), построения информационного общества.

Создана и развивается государственная система правовой информации. Официальное опубликование правовых актов обеспечивается путем размещения их текстов на Национальном правовом интернет-портале Республики Беларусь.

Сформирована государственная система оказания электронных услуг организациям и гражданам, функционирует единый портал электронных услуг на базе ОАИС. В настоящее время через единый портал электронных услуг и интранет-портал ОАИС предоставляются электронные услуги из 13 ГИР. Посредством единого портала электронных услуг для юридических лиц предоставляются восемь услуг, для физических лиц — шесть услуг.

Продолжается переход к модели экономики, основанной на знаниях, инновационной экономике, характеризующейся автоматизацией всех видов производственной деятельности и повсеместным распространением электронного взаимодействия в сферах бизнес-бизнес (B2B), бизнес-государство (B2G), бизнес-потребитель (B2C).

Благодаря развитию единого торгового информационного пространства упрощаются торговые процедуры как внутри страны, так и на просторах Евразийского экономического союза (далее — ЕАЭС), с учетом международных стандартов электронного документооборота и идентификации товарных потоков. Инициировано создание системы единого портала внешнеторговой деятельности, направленной на снижение издержек внешнеторговых операций.

Информатизация здравоохранения идет в направлениях: совершенствования единого информационного пространства здравоохранения Республики Беларусь, формирования системы электронных услуг, развития телемедицины.

В учреждениях здравоохранения внедряются комплексные медицинские автоматизированные системы, автоматизированные диагностические рабочие места и рабочие места врачей общей практики. Созданы и действуют информационные системы национального уровня, позволяющие осуществлять мониторинг состояния здоровья различных групп населения и принимать оперативные решения по управлению здравоохранением.

В области электронного образования внимание уделяется доступности обучающимся информационных ресурсов сети Интернет и совершенствованию национальной системы электронных образовательных ресурсов.

Сегодня все без исключения общеобразовательные школы имеют возможность широкополосного доступа к сети Интернет.

По состоянию на январь 2015 г. в международном рейтинге научно-образовательных электронных библиотек “The Ranking Web of World Repositories”, включающем более 2 тыс. научно-образовательных электронных библиотек мира, присутствуют 14 репозитариев

учреждений высшего образования Республики Беларусь, из которых наиболее высокий рейтинг имеет электронная библиотека БГУ.

В социально-трудовой сфере Республики Беларусь функционирует комплекс государственных информационных систем и государственных информационных ресурсов республиканского масштаба, охватывающих практически все население Беларуси: «Государственная информационная система социальной защиты», «Информационно-вычислительная система государственной службы занятости», «Автоматизированная система управления индивидуальным (персонифицированным) учетом в системе государственного социального страхования», «Автоматизированная система управления профессиональным пенсионным страхованием», портал государственной службы занятости и корпоративный портал Фонда социальной защиты населения.

Беларусь в целом находится в русле мировых тенденций развития системы массовых коммуникаций. Все республиканские средства массовой информации (далее — СМИ) представлены в сети Интернет. Наряду с традиционными в Беларуси получили серьезное развитие интернет-СМИ.

Ведущие белорусские телеканалы осуществляют полноценное интернет-вещание, а также выкладывают ранее показанные телепрограммы (включая выпуски новостей) в свободный доступ.

ИКТ могут стать эффективным инструментом социально-экономического развития и обеспечения конкурентоспособности экономики Республики Беларусь при выполнении следующих условий:

- формирование макроэкономических и иных механизмов стимулирования использования ИКТ на законодательном, социально-экономическом и организационно-техническом уровнях;

- пересмотр подходов к оценке эффективности использования ИКТ от прямого и немедленного экономического эффекта к социально-экономической эффективности инвестиций в сферу ИКТ, оказывающей постепенное, но долговременное влияние на эффективность, как каждой конкретной функции предприятия, так и экономики в целом;

- дальнейшая централизация планирования и реализация мероприятий в сфере ИКТ, предполагающей уход от ведомственной (региональной) разобщенности;

- глубокий анализ и реинжиниринг бизнес-процессов государственных функций и соответствующих административных процедур;

- развитие и совершенствование системы национальных стандартов, регламентирующих работы в сфере ИКТ;

- выработка действенного механизма перераспределения финансирования работ в сфере ИКТ и их дальнейшего использования и

сопровождения в пользу взаимовыгодного государственно-частного партнерства;

- развитие государственной системы управления формированием и эффективным использованием ГИР, включая определение информационных потребностей, объем и качество имеющихся ресурсов;

- формирование механизма заинтересованности государственных органов и организаций в переходе на выполнение возложенных административных и регулятивных функций в электронном виде.

Основными факторами, замедляющими развитие информатизации в стране, являются:

- инертность государственных органов и организаций при решении вопросов информатизации;

- отсутствие мотивации для изменения бизнес-процессов, необходимых при внедрении ИКТ;

- недостаточный уровень инвестиций в ИКТ как со стороны государства, так и бизнеса;

- слабое использование возможностей государственно-частного партнерства, в том числе в области обучения и исследований.

Концептуальные основы развития информационного общества в Республике Беларусь на 2016–2022 годы

Стратегической целью дальнейшего развития информатизации в Республике Беларусь является совершенствование условий, содействующих трансформации сфер человеческой деятельности под воздействием ИКТ, включая формирование цифровой экономики, развитие информационного общества и совершенствование электронного правительства Республики Беларусь.

В 2016–2022 гг. в вопросе развития информатизации Республика Беларусь ставит своими задачами:

- развитие эффективной и прозрачной системы государственного управления посредством внедрения передовых ИКТ во все сферы человеческой жизнедеятельности;

- совершенствование системы управления и правового регулирования процессами информатизации;

- дальнейшее совершенствование национальной ИКИ;

- обеспечение прозрачности и удобства коммуникаций между гражданами, бизнесом и государством путем повсеместного перевода данных коммуникаций в электронную форму;

- создание и внедрение государственной системы идентификации субъектов информационных отношений;
- дальнейшее формирование единого информационного пространства для оказания электронных услуг на основе интеграции информационных систем;
- создание условий для использования электронных услуг, стимулирующих их востребованность;
- увеличение объема производства и безопасного потребления высокотехнологичных и наукоемких ИКТ товаров и услуг;
- модернизация традиционных отраслей промышленности на основе внедрения мировых стандартов качества, технологий цифрового маркетинга и производства;
- обеспечение непрерывности, безотказности, безопасности информационных потоков.

При решении данных задач следует руководствоваться следующими принципами:

- определяющая роль государства в формировании политики информатизации и стимулировании применения ИКТ во всех сферах жизнедеятельности современного общества;
- открытость государственного управления, свобода доступа к информации и знаниям;
- развитие государственно-частного партнерства в сфере информатизации;
- вовлечение в процесс информатизации всех слоев и социальных групп населения, ликвидация цифрового неравенства;
- обеспечение нового уровня цифровой грамотности населения;
- содействие обеспечению национального суверенитета в информационной сфере и национальной безопасности;
- гармонизация направлений информатизации с государствами-партнерами по ЕАЭС, другими государствами Европы и Азии.

Критерием успешности реализации данных направлений является нахождение Республики Беларусь к 2022 г. в рейтинге по индексу готовности к электронному правительству среди развитых стран мира (в соответствии с классификацией ООН) [19].

ЛИТЕРАТУРА

1. Капица, С. П. Очерк теории роста человечества. Демографическая революция и информационное общество / С. П. Капица. — М.: Ленанд, 2016. — 128 с.
2. Юнь, О. М. Восхождение к информационному обществу / О. М. Юнь. — М.: Экономика, 2013. — 912 с.
3. Латышенко, Г. И. Наукоемкие технологии и их роль в современной экономике России / Г. И. Латышенко // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. — 2009. — № 5. С. 136–141.
4. Жигляева, А. В. Наукоемкие технологии: роль в современной экономике, проблемы и перспективы развития / А. В. Жигляева // Научно-методический электронный журнал «Концепт» [Электронный ресурс]. — 2017. — Т. 39. — С. 2721–2725. — Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2017/970871.htm>. — Дата доступа: 19.12.2018.
5. Юсифова, Г. Знания — главный ресурс информационного общества / Г. Юсифова // Tarix ve onun problemleri. — 2010. — № 3. — С. 143–146.
6. Скворцова, В. Знания как экономический ресурс / В. Скворцова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. — 2014. — № 1. — С. 12–21.
7. Хосейн, Г. Политика информационного общества: ограничение и сдерживание глобальных потоков данных / Г. Хосейн, Е. В. Малявская, Т. А. Мурована. — М.: Наука, 2016. — 572 с.
8. Костина, А. В. Конструктивный социальный потенциал массовой культуры. Специфика проявления в информационном обществе / А. В. Костина, А. Р. Кожаринова. — М.: Ленанд, 2015. — 256 с.
9. Корнейчук, Б. В. Информационная экономика / Б. В. Корнейчук. — СПб.: Питер, 2006. — 400 с.
10. Мунтиян, В. И. Основы теории информационной модели экономики / В. И. Мунтиян. — Киев: КВИЦ, 2017. — 368 с.
11. Научная библиотека // Одиночество и формы отчуждения человека в современном мире / ред. Н. П. Ермолаева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://sun.tsu.ru>. — Дата доступа: 19.12.2018.
12. Прозоров, В. В. Власть и свобода журналистики / В. В. Прозоров. — М.: Флинта, 2017. — 240 с.
13. Дымова, И. Актуальные проблемы современной журналистики. — Омск: Издательство ОГУ, 2015. — 132 с.

14. Карпенко, И. И. Конвергенция в медиасреде: понятие и типы // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. — 2013. — Т. 18. — № 13 (156). — С. 190–195.
15. Землянова, Л. М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики / Л. М. Землянова. — М.: Издательство МГУ, 2010. — 272 с.
16. Березкина, О. П. Социально-психологическое воздействие СМИ / О. П. Березкина. — М.: Академия, 2015. — 240 с.
17. Бригз, А. Медиа / А. Бригз, П. Кобли. — М.: Юнити-Дана, 2005. — 550 с.
18. Национальная стратегия устойчивого развития до 2020 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://un.by/pdf/OON_sMall_Rus.pdf. — Дата доступа: 19.12.2018.
19. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016–2022 годы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://e-gov.by/zakony-i-dokumenty/strategiya-razvitiya-informatizacii-v-respub-like-belarus-na-2016-2022-gody>. — Дата доступа: 19.12.2018.
20. Ильина, Е. М. На пути к информационному обществу: государственная политика информатизации в Республике Беларусь: монография / Е. М. Ильина. — Минск: РИВШ, 2010. — 182 с.
21. Луман, Н. Медиа коммуникация / Н. Луман. — М.: Логос, 2005. — 280 с.
22. Соловьев, А. И. Основы информационно-коммуникационной деятельности / А. И. Соловьев. — Минск: БГУ, 2009. — 190 с.
23. Мясникович, М. В. Эволюционные трансформации экономик Беларуси / М. В. Мясникович. — Минск: Беларуская навука, 2016. — 321 с.
24. Гвоздева, В. А. Информатика, автоматизированные информационные технологии и системы / В. А. Гвоздева. — М.: ФОРУМ, ИНФРА-М, 2013. — 544 с.
25. Информационное общество в Республике Беларусь, 2017 г. // Статистический сборник. — Минск: Белстат, 2017. — 105 с.
26. Петросян, Д. С. Государственное регулирование национальной экономики. Новые направления теории: информационный подход / Д. С. Петросян. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 300 с.
27. Трофимов, В. В. Информатика / В. В. Трофимов. — М.: Юрайт, 2015. — 917 с.
28. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комиссия по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Я. М. Александрович [и др.]. — Минск: Юнипак, 2005. — 200 с.

Учебное издание

***СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ
ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА***

Тексты лекций

Составитель **Шишкина** Надежда Игоревна

Редактор *Ю. Д. Нежикова*
Компьютерная верстка *А. А. Селиванова*
Корректор *Ю. Д. Нежикова*

Издатель:

УО «Белорусский государственный технологический университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/227 от 20.03.2014.
Ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск.