

316 (082)

У 74



**ІНФОРМОЕНЕРГЕТИКА**

**ІІІ-го ТИСЯЧОЛІТТЯ:**

**СОЦІОЛОГО-СИНЕРГЕТИЧНИЙ**

**ТА МЕДИКО-ЕКОЛОГІЧНИЙ**

**ПІДХОДИ**

**ЗБІРНИК  
НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

**КИЇВ-КРИВИЙ РІГ  
2003**

*Черноус Л. С.*

## **ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Споглядаючи в майбутнє, сучасна людина намагається уявити наслідки соціотехногенних процесів, що відбуваються в суспільстві сьогодні. Але ще кілька десятиліть тому пересічна людина намагалася уявляти тільки своє особисте майбутнє, та майбутнє своїх дітей. А зараз майже кожна людина переймається щодо стану

прийдешнього суспільства, людства в цілому, прагне передбачити розвиток глобальних процесів. Складається парадоксальна ситуація: люди частіше знають, що відбувається на іншій півкулі планети, але не знають, що відбувається на сусідній вулиці. Тобто змінюється структура людського спілкування та отримання і

споживання інформації. Людина все менше отримує інформації від іншої людини безпосередньо, інформація отримується опосередковано через книги, газети, телебачення, Інтернет, тощо. Спілкування "людина-людина" займає все меншу частку часу в нашому житті. Чому це відбувається? Спробуємо розібратися.

Як відомо, спілкування - це взаємодія індивідів або соціальних груп, що являє собою безпосередній обмін діяльністю, навичками, вміннями, досвідом, інформацією, та задовольняє потреби людини в контактах з іншими людьми [1, 210]. А інформація – "це відомості, що є об'єктом зберігання, обробки та передачі" [1, 112]. Тож, інформацію людина може отримувати за допомогою спілкування з іншою людиною. Такий обмін інформацією може здійснюватися безпосередньо "людина-людина", або через взаємодію "людина-матеріальний носій інформації - людина". Першим матеріальним носієм інформації був папір (камінь, глиняні дощечки, тощо). М.Маклюєн розрізняв усну, письмову та електронну культури як історично послідовні типи масової комунікації. За часів античності писемність була віддзеркаленням, навіть спрощеним варіантом усної мови. Наприклад, Сократ зневажав писемну мову. Писемна мова виконувала функції навчання, передавання соціальної пам'яті, соціального управління. За часів Реформації та виникнення друкарства з'явилася "масова література", писемність стала також і розважальною. Писемність перетворила безмежність усної мови на простий візуальний ряд [2]. Але і в наші часи папір знову перестає бути носієм свіжої поточної інформації, адже обмін інформацією, за допомогою паперу, займає досить багато часу, навіть з появою щоденних газет. Сьогодні газети вже повідомляють нам здебільш аналітичну, розважальну та рекламну інформацію. І за оперативністю в повідомленні свіжої інформації газети вже не можуть конкурувати з електронними засобами масової інформації.

Телебачення та радіо увібрали у себе майже всі можливі функції, щодо розповсюдження інформації. Телебачення займає значне місце в соціалізації сучасної людини, навчає, виконує функцію згуртування суспільства, служить соціальному управлінню, розважає, тощо. Вплив телебачення в усіх вищезазначених аспектах є неоднозначним: як позитивним, так і негативним. Наприклад, один з найвпливовіших сучасних теоретиків у сфері засобів масової інформації француз Жан Бодріляр напередодні війни в Перській затоці в 1991 році написав статтю "Війна в затоці неможлива". Здавалося, що він помилився? Наступною він видав статтю "Війни у Перській затоці не було", пояснюючи це тим, що війни в звичайному розумінні не було, а була перша війна нової інформаційної епохи, коли інформація стала найбільшою зброєю. Навіть Джордж Буш і Саддам Хусейн переглядали інформацію, подану в новини служби "Сі-Ен-Ен", яка виявилась оперативнішою за інформацію державних спецслужб, щоб мати уяву про перебіг військової компанії. [3, 445]. Тобто, інформація стала товаром, кількість покупців якого дорівнює кількості власників телевізійних приймачів. Що далі? В суспільстві, де інформація та економіка стали глобальними явищами, коли вкрай швидко зростає різниця в економічному стані розвинених країн та країн, що розвиваються, набуло широкого розповсюдження таке явище як тероризм. Головна зброя тероризму страх. Страх поширюється самою інформацією про терористичні акти, що вносить соціально-психологічну напругу в суспільне життя цілої планети.

Після подій 11 вересня 2001 р. та їх наслідку – воєнних дій в Афганістані, уряди багатьох країн, які підкреслюють свою демократичність, а найбільшим чином США, почали накладати на ЗМІ обмеження щодо

трансляції військових операцій та інформації про терористичні акти. Таким чином, демократія стала заручником самої себе. Для кращого розуміння ситуації, можна навести вислів французького соціолога та політолога Ж.Елюля: "ми підійшли до розгалуження історичного шляху, до місця перетину між вільним соціалізмом та кібернетизацією суспільства. Справа ще не програна. Головне, щоб світ інформатики, нехай навіть самою безвинною та немакіавеллістичною подобою, не став агентом технічної системи, завершивши свій рух до концентрації, до всепрониклого контролю" [4, 148-151]. Проблематику контролю над інформацією порушували також Й.Масуда, Д.Белл, К.Ясперс, Е.Торфлер та інші автори, що розглядають проблеми інформаційного суспільства.

Наше усвідомлення того, що ми живемо в "єдиному світі", насправді є результатом створення глобальної мережі засобів масової комунікації. Так 90% сукупної кількості новин в світових ЗМІ постачаються всього чотирма агентствами новин, які розподілили сфери впливу за географічними ознаками. Це агентства "Agence France-Presse", "Рейтарз", "Associated Press" та "United Press International" [3, 448-449]. Зрозуміло, що існує велика ймовірність ідеологізації інформації, яка має тільки чотири канали доступу до споживача. У такий спосіб панівні групи суспільного ладу, приховують, раціоналізують або узаконюють свої дії. Якраз це спостерігається на прикладі того, як Сполучені Штати здійснюють тиск на громадську думку та на уряди інших країн з метою раціоналізації та узаконення своїх дій відносно нової війни в Іраку.

На сучасному етапі глобалізації ринку новин ідеологічні впливи незначною мірою нівелюються аналітичними програмами, оглядами та статтями місцевого виробництва, на які можуть впливати панівні групи "нижчого ґатунку", які мають більш широке коло інтересів. Тому важливим залишається баланс державних і комерційних засобів масової інформації. Одним з виходів з ситуації, що склалася, напевно, є швидкі темпи технологічних змін. ЗМІ постійно зазнають впливу технічних інновацій, найважливішою з яких став Інтернет. Одна з функціональних особливостей мережі Інтернет це глобальність. Користувачу мережі всеодно, де знаходиться джерело потрібної інформації, хто її власник. Сенс має тільки те, існує чи ні потрібна інформація в мережі. Будова мережі сприяє формуванню двох різних тенденцій щодо формування різних способів споживання та продукування інформації. У традиційний спосіб інформація споживачами отримується з першоджерел, обробляється і споживається. У другий спосіб, інформація отримується з декількох джерел, обробляється, споживається і знову продукується. Останній спосіб уможливорюється тільки завдяки мережі Інтернет, адже в традиційних ЗМІ повторне відтворення інформації відбувається настільки повільно, що лишає його актуальності, а згодом і сенсу. Мережа Інтернет створює кіберпростір – єдиний простір взаємодії, шляхом обміну інформацією утворений глобальною мережею комп'ютерів. Саме нові технології комунікацій, такі як Інтернет, є інструментами і для посилення соціальної єдності, активізації та гармонізації життя людини і суспільства. Адже вони дозволяють реагувати і відбивати своє ставлення до світових подій в реальному часі. І це, на наш погляд, стане новим кроком повернення до індивідуалізованого спілкування, яке ми почали втрачати. Бо традиційні засоби масової інформації надають нам суб'єктивну оброблену інформацію яка, не вимагає безпосередньої реакції споживача. А інформаційне суспільство вимагає індивідуалізованого підходу до спілкування і отримання інформації. Проникнення в суспільне життя нових інформаційних технологій, що

характеризуються глобальними масштабами та інтегруванням усіх засобів масової інформації, та їх потенціальною інтерактивністю вже суттєво змінює нашу культуру, створюючи "єдиний світ планетарного спілкування", повертаючи разом з тим цінності індивідуалізованої комунікації, але на новому інформаційно-якісному рівні.

#### Література

1. Социологический энциклопедический словарь. Под ред. Осипов Г.В. – М.: Норма, 2000. – 488с.
2. **Кастелс М.** От «галактики Гутенберга» к «галактике Маклюэна»: возникновение культуры средств

массовой информации / Культура реальной виртуальности: интеграция электронных средств коммуникации, конец массовой аудитории и возникновение интерактивных сетей // Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер с англ. / Под науч. ред. О.И.Шкартана. – М., 2000.

3. **Гіденс Е.** Соціологія / Пер. с англ.. В. Шовкун, Аю Олійник. – К.: Основи, 1999, - 726.

4. **Элпюль Ж.** Другая революция / Новая технократическая волна на Западе. Под ред. П.С.Гуревича., М.: Прогресс, 1986, 148-151с.

*Одинока І.А., Погорілецька А.В.*

## ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Інформаційний аспект підприємницької діяльності, перш за все, обумовлює найбільш повне розуміння того, що в понятті "підприємництво" переплітається сукупність не тільки економічних, а й юридичних, політичних, історичних та психологічних відносин. Але економічні відносини, як базові відносини, обумовлюють характер всіх інших. Більше того, рівень розвитку підприємництва в Україні, особливо малого і середнього, багато вчених і політиків вважає лакмусовим папірцем демократії.

Ось чому в інформаційному аспекті особливої уваги вчених потребує тлумачення самого поняття підприємництва як економічної категорії.

Багато хто вважає, що підприємництво, як економічна категорія, відбиває певні економічні відносини між господарськими суб'єктами з приводу одержання і розподілу доходів на основі економічної конкуренції. В цілому, погоджуючись з таким визначенням, все ж, на нашу думку, його варто було б доповнити положенням, що ці відносини пов'язані з ризиком. Як вважав французький банкір – економіст початку 18 століття Р.Кантільон, готовність до ризику – це головна риса підприємця. Підприємець ризикує своїм часом, працею, діловим іміджем, вкладеними грошми і ін.

В той же час ризиковий капітал в країні по інформаційним даним нині становить десь приблизно 400 млн. гривень, а потенційно він в багато разів більший. Це являється свідченням, зокрема, того, що в Україні ще в недостатній мірі розвинене венчурне (ризикове) підприємництво, що значно гальмує інноваційний розвиток її економіки. Останнє в значній мірі обумовлено тим, що поступове просування України до ринкових форм і методів господарювання почалося недавно в історичному розрізі і існує цілий ряд проблем економічного і політичного характеру, які зумовлюють, зокрема і те, що значна кількість підприємців займається посередницькою діяльністю. Так, на початок 2003 р. понад 70% підприємців Кривого Рогу займаються саме такою діяльністю.

Світова практика свідчить, що дійсно революційний прорив в розвитку підприємництва в Україні, який на чергу дня поставлено її урядом, може забезпечити поширення інноваційної моделі підприємництва, яка виходить не із наявних ресурсів, а із можливостей виробництва, із всіх можливостей пошуку достатніх ресурсів. Для чого підприємець формулює мету виробництва, вивчає ринок, оцінює власні ресурси і співставляє їх із знайденими можливостями, шукає додаткові ресурси, діє у відповідності із найдоцільнішим із усіх альтернативних варіантів.

Перехід до ринкових відносин в Україні в значній мірі пов'язаний з створенням і розвитком мережі малих підприємств, які здатні активізувати структурну перебудову економіки, надати широку свободу вибору

підприємницької діяльності та додаткові робочі місця, і забезпечити широку окупність затрат, оперативно реагувати на зміни споживчого сектору. На Дніпропетровську область припадає понад 6% продукції (робіт, послуг), яка виробляється у сфері малого підприємництва України, тобто вона посідає четверте місце після Донецької, Харківської області та міста Києва. В малому та середньому бізнесі, по офіційним даним, занято 19% працездатного населення області. Це свідчить про те, що для багатьох громадян підприємництво стало основним видом роботи або формою вторинної зайнятості. В той же час у промислово розвинених країнах малі підприємництва становлять 90–95% їхньої загальної кількості та створення 20-60% валового національного продукту.

Зрозуміло, що головним, від чого залежить розвиток малого і середнього підприємництва є активність самих суб'єктів підприємницької діяльності. Як свідчить практика, її підвищенню сприяє, зокрема прогресивна інвестиційна політика, яку проводить уряд, реформування податкової системи, вдосконалення нормативно-правової бази в галузі підприємницької діяльності, зменшення адміністративно-стимулюючого кредитування і ін. Все це може бути реалізовано лише в тому випадку, коли влада і підприємництво будуть партнерами. Кривий Ріг демонструє багато повчального саме в такому партнерстві. Про це свідчить і той факт, що обсяг наданих кредитів у Кривбасі в національній валюті, як про це наголошувалося на міжрегіональній нараді представників малого та середнього бізнесу 14 вересня 2002 р. в Дніпропетровську, тільки за сім місяців минулого року склав більш як 129 млн. гривень, що на 13% більше, ніж за 2001 р., а у доларах США близько 4,5 млн. (зростання 19%).

Підприємництво – це інтелектуальний вид діяльності, що об'єктивно обумовлює певні вимоги до особливостей підприємця, і, особливо до підприємця-менеджера. Відомо, що фірми "Дженерал моторз" і "Міцубісі" своїх успіхів досягли завдяки створенню в них культури менеджменту. І не випадково, що у Європі і США створюються школи, які вивчають менталітет успіху на базі взаємодії з інформаційним полем Землі.

В той же час в Україні багато підприємців – це люди не тільки з недостатньою освітою, але і взагалі з низьким рівнем інтелекту. А тому не випадково, що 35% опитаних Криворізького регіону вважають, що приватні підприємці в Україні – це безпринципні люди, готові на все в цілях збагачення.

Однією з причин поширення таких поглядів являється те, що, наприклад, в 2001 р. 3,5 тисяч підприємств України працювало "в тіні", а грошовий обіг в них складав 18 млрд. гривень. Крім того, тіньова