

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Процес розвитку інформаційного суспільства супроводжується зміною ціннісних орієнтацій особистості. Інформація перетворюється із засобу в мету, стандартизує поведінку, інтереси, нахили людей, зростає розбіжність індивідуальних і групових ціннісних орієнтацій.

Ключові слова: інформаційне суспільство, цінності, ціннісні орієнтації.

Процесс развития информационного общества сопровождается изменением ценностных ориентаций личности. Информация превращается из средства в цель, стандартизирует поведение, интересы, склонности людей, растет расхождение индивидуальных и групповых ценностных ориентаций.

Ключевые слова: информационное общество, ценности, ценностные ориентации.

The process of development of informative society is accompanied the change of the valued orientations of personality. Information transforms from a mean in aim, standardizes a conduct, interests, inclinations of people, divergence of the individual and group valued orientations grows.

Key words: informative society, values, valued orientations.

Формування концепцій інформаційного суспільства було обумовлене стрімкими змінами в технологічній сфері, що привело до домінування цивілізаційного підходу до історичного процесу, що дозволяє фіксувати різні стадії цивілізаційного розвитку людства по шляху технологічного прогресу.

Проблемі існування людини в нових умовах присвячено чимало наукових праць вітчизняних вчених, а також авторитетних видань дослідників з близького і далекого зарубіжжя. Основу теорії інформаційного суспільства заклали Д. Белл, Т. Стоуньєр, А. Турен, У. Дайзард, Е. Тоффлер, А. Еспінас, Н. Смелзер та інші. Саме в їхніх фундаментальних працях 1970-1980-х років було окреслено основні риси цього суспільства. Разом з тим, існує велика кількість літератури, присвяченої ціннісним орієнтаціям особистості та їх трансформації в сучасних умовах (Д. А. Леонт'єв, Н. І. Лапін, Р. Інглхарт, М. С. Яницький, В. А. Вардомацький тощо).

Незважаючи на досить докладне висвітлення зазначених проблем у сукупності соціогуманітарних досліджень, можна стверджувати, що питання трансформації ціннісної сфери в контексті розробки проблеми існування особистості в інформаційному суспільстві вивчені недостатньо.

Метою статті є аналіз зміни ціннісних орієнтацій людини, пов'язаних зі становленням інформаційного суспільства.

Завданням статті є спроба визначити стан та вектори дослідження сучасного суспільства, яке все частіше іменується в літературі як інформаційне,

встановити взаємозв'язок трансформації системи ціннісних орієнтацій особистості з особливостями процесу існування особистості в інформаційному суспільстві.

Обґрунтування Д. Беллом існування доіндустріального, індустріального і постіндустріального суспільства, С. Лешем і С. Круком – передмодерністського, модерністського і постмодерністського етапів соціального розвитку, А. Тоффлером – «першої», «другої» і «третьої» хвилі, П. Дракером – капіталістичного і посткапіталістичного суспільства, Р. Інглгартом – модернізації і постмодернізації, по суті, означало побудову комплексної теорії суспільної еволюції, теорії прогресу. Очевидно, що у межах позначених концепцій акцентувалися різні складові процесів розвитку – економічні, політичні, інформаційно-технологічні, соціокультурні, що привело до розвитку теорії інформаційного суспільства, яка стала настільки ж впливовою, як постіндустріальна концепція і концепція постмодерніті. Що стосується самого терміну «інформаційне суспільство», то воно стало фактично єдиною альтер-нативою поняттю «постіндустріальне суспільство», дезактуалізуючи такі, як «постбуржуазне», «пост-капіталістичне», «постпідприємницьке», «пост-ригкове», «посттрадиційне», «постісторичне», а також таким як «технотронне», «програмоване», «суспільство знань» («the knowledgeable society»), «конвенційне», «активне» («active»), «хороше» («good»). Незважаючи на це, найбільш актуальними виявилися два з них – суспільство «постіндустріальне» і «інформаційне»[7].

Винахід самого терміну приписується Ю. Хаяши, професорові Токійського технологічного інституту.

Так, у 1969 році японському уряду були представлені звіти «Японське інформаційне суспільство: теми і підходи» і «Контури політики сприяння інформатизації японського суспільства», а в 1971 році – «План інформаційного суспільства».

Зростаюча розвиненість інформаційної сфери створює передумови для колосальних соціально – економічних і політичних змін в житті суспільства: інформація перетворюється із засобу в мету, стандартизує поведінку, інтереси, нахили людей, зростають негативні наслідки надмірного захоплення людиною могутністю інформації, розбіжність індивідуальних і групових ціннісних орієнтацій і, як наслідок, – різке зростання субкультури, посилення ролі етнічних, культурних меншин, зміна характеру міжособистісних відносин тощо. Це негативний момент інформаційного суспільства, якого можливо уникнути, використовуючи культурний досвід, розвиваючи духовні цінності людства одночасно з розвитком інформаційно-технічного прогресу.

Процес інформатизації суспільства не може не супроводжуватися затвердженням нової системи цінностей, нових принципів ділової культури. Яскравою відмінною особливістю сучасного суспільства є стрімкий розвиток інформаційно – комунікаційних технологій і на їх основі глобальних комп'ютерних мереж.

Вже очевидно що характерними цінностями інформаційного суспільства є інформація, знання, та час як ресурс, включений у процес їх отримання та створення (Д. Белл, Б. Брейтштейн, А. Етціоні, Й. Маруда, Ф. Факуяма), а суспільним ідеалом визнається людина, що вміє самостійно управляти інформаційними потоками у мінливому середовищі, здобувати та структурувати інформацію, перетворювати та надавати її форми знання[6].

Характерною особливістю даного етапу розвитку людства є зміна системи цінностей. Цінності постійно виникають, поширюються, функціонують певний проміжок часу, розчиняються, зникають, знову виникають тощо. Тобто вони функціонують в суспільній структурі як ідеї-цінності соціальних груп, спільнот, класів, їх політичних представництв. Система цінностей завжди виступає у вигляді сукупності цінностей якоїсь соціальної групи як організованої суспільної сили. В зв'язку з цим виникає проблема гармонізації цінностей соціальних груп і суспільства в цілому.

Р. Інглеарт пов'язує зміну системи цінностей із зміною поколінь, оскільки у межах одного покоління цінності практично не змінюються. Р. Інглеарт показує, що взаємозв'язок системи цінностей і соціально-економічного статусу носить складний і парадоксальний характер. Характерно, що постматеріалісти «мають кращу роботу, солідну освіту і вищі доходи, ніж матеріалісти; проте для цінностей, на які орієнтуються постматеріалісти, характерна відмова від акценту на економічний успіх». Економічному успіху, в порівнянні з якістю життя, вони приділяють другорядну увагу, роблячи акцент не стільки на обов'язкову зайнятість і високий дохід, скільки на роботу цікаву, осмислену, таку, що здійснюється у контакті з близькими по духу людьми.

Заробляючи більше, ніж постматеріалісти, вони орієнтуються на підвищення не добробуту, а соціального статусу [6].

У постіндустріальному суспільстві відбувається глибока ціннісна трансформація: матеріалістична система цінностей поступається місцем пост матеріалістичній. Зміна шкали життєвих цінностей людини почалась в розвинутих країнах наприкінці 60-х років. На той час можливість самореалізації у професійній діяльності почала займати перші місця в шкалі цінностей представників американського середнього класу, розміри заробітної плати виявились на п'ятому місці. Досліди, проведені пізніше, виявили підсилення цієї тенденції [4]. Якщо раніше більшості людей керувалась мотивами матеріального збагачення, то зараз їх цікавлять можливості самореалізації, утвердження певних амбіцій. Водночас відбувається релігійний ренесанс. Людство знову шукає Бога. За різноманіттям релігійних практик та культів сучасний світ нагадує Римську Імперію наприкінці язичництва. Водночас зростає інтерес до традиційних форм релігійності, що іноді набуває характеру релігійного фундаменталізму. (І не на жарт лякає деяких сучасних футурологів.) Безумовно, не можна ставити поряд зацікавленість людей у власній самореалізації та сакральність традиційного суспільства. Але, з іншого боку, формування постіндустріального суспільства ще далеко не завершено. І зараз не можна говорити, якою буде духовна атмосфера в зрілому постіндустріальному суспільстві. Однією з головних причин цієї зміни в духовному житті є зміна соціальної структури. Як не дивно, все більше економічне значення набуває соціальний прошарок інтелектуалів, які за визначенням не можуть сповідувати винятково матеріалістичні цінності буржуазно-пролетарського взірця. Все це дає підстави говорити про прихід постматеріалістичної доби [11, с. 15]. Причини і наслідки такого культурного зрушення носять складний характер, проте його основний принцип можна викласти вельми дохідливо: людям властиво висловлювати стурбованість у зв'язку з безпосередніми потребами або небезпеками, а не відносно речей, які здаються далекими або такими, що не мають до них безпосереднього відношення. Міжгенераційний процес зміни цінностей обумовлює поступову модифікацію політичних і культурних норм сучасного індустріального суспільства. Такий перехід від матеріалістичних ціннісних пріоритетів до постматеріалістичних, виводить на авансцену нові політичні проблеми і багато в чому служить імпульсом для нових політичних рухів. Він веде до розколу традиційних партій і до появи нових, змінюючи при цьому самі критерії, якими користується людина при оцінці суб'єктивного сприйняття того, що він вважає добробутом. Більш того, становлення постматеріалістичних орієнтацій представляється окремим аспектом ширшого процесу культурних змін, в ході яких переосмислюються релігійні орієнтації, уявлення про роль статі, сексуальні і культурні норми західного суспільства. Таке зрушення саме по собі є елементом ширшої сукупності міжгенераційних культурних змін, у результаті яких зростання уваги до якості життя і

самовираження супроводжується все меншим акцентом на традиційні політичні, релігійні, моральні і соціальні норми.

Причиною міжгенераційного переходу від матеріалістичних цінностей до постматеріалістичних стала безпрецедентна економічна і фізична безпека, що характеризувала післявоєнний період. На постматеріалістичних цінностях молодь робить набагато більший акцент, ніж люди старшого покоління, і когортний аналіз свідчить про те, що це в більшій мірі є результатом зміни поколінь, чим простим наслідком дорослішання і старіння людини [3].

Реалії інформаційного суспільства пред'являють людині нові вимоги, перш за все наявність здатності і готовності до зміни діяльності, мобільності, перенавчання, опануванню нової професії. На попередньому етапі розвитку це було важливо у меншій мірі. У зв'язку з цим люди старшого покоління можуть хворобливо сприймати життєві зміни (деколи негативні). Боротьба з собою – зі своїми життєвими принципами, виробленими роками і суспільством, не завжди дається легко. Інтелектуальна інертність цієї верстви населення деколи заважає їм повноцінно користуватися технічними новинами і сприймати їх як обов'язкових супутників життя сучасного суспільства. Таким чином, з технічного прогресу емоційно випадає великий пласт людей [1].

На нашу думку, найбільший вплив на засвоєння цінностей нової доби мають ЗМК, система освіти та держава.

Ідея інформаційного суспільства поставила питання про ту роль, яка відведена у ньому засобам масової комунікації. Це питання є предметом уваги не лише з боку політологів і соціологів, але і широкій громадськості. У постіндустріальному суспільстві ЗМК набувають визначальної ролі в управлінні суспільством: саме мас-медіа є безпосередніми носіями та розповсюджувачами знання і політично значимої інформації. Масові комунікації стали невід'ємною складовою сучасної політичної системи суспільства, яка використовує спеціальні засоби інформаційного обміну для встановлення та підтримки постійних зв'язків як на рівні індивідів, так і суспільства в цілому. Мас-медіа стали одним з компонентів психо-соціального середовища існування людства, вони претендують, і безспідставно, на роль дуже потужного чинника формування світогляду особистості і ціннісної орієнтації суспільства. Їм належить лідерство в області ідеологічної дії на суспільство і особистість. Вони стали трансляторами культурних досягнень і, безперечно, активно впливають на прийняття, або заперечення суспільством тих або інших цінностей культури. Але засоби масової інформації і самі беруть участь у формуванні цих цінностей [8, с. 11]. Особливої уваги в інформаційному суспільстві надають мережі Інтернет. Всесвітня павутина дарує людям, що мають до неї доступ, масу нових можливостей. Проте, будучи явищем поки що не сталим, Інтернет постійно змінюється. Залишається безліч проблем, зокрема і правових, вимагаючих якогось рішення, проте навряд чи у кого-небудь є сумніви в тому, що Інтернет сприяє процесу глобалізації,

об'єднуючи людей по усій земній кулі для обміну інформацією і знаннями.

Відомий філософ, лауреат Нобелівської премії А. Тоффлер, характеризуючи постіндустріальне інформаційне суспільство, зазначає, що такі риси сучасної освіти, як суворо регламентоване життя, авторитарна роль вчителя, нехтування індивідуальністю перетворили свого часу публічну освіту на досить досконалий інструмент. Але завтрашній день вимагає не мільйонів поверхово начитаних людей, не лише одержання інформації, а й уміння оперувати нею. Перш за все студенти повинні навчитися ревізувати старі ідеї, модернізувати їх, змінювати себе [10].

На думку Ф. Друкера, освіта стане центром «Суспільства знання», а школа – його ключовим інститутом. Проблема отримання і розподілу формального знання може зайняти таке ж місце в політиці «суспільства знання», як і протягом більше двох або трьох століть, які ми звикли називати «ерою капіталізму», займала в нашій політиці проблема отримання і розподілу власності і доходів. «Працівники знання» не стануть більшістю в «товаристві знання», але в багатьох, якщо не у всіх розвинених суспільствах вони складуть найбільшу окрему групу населення і робочої сили. І навіть там, де їх перевершуватимуть за чисельністю інші окремі групи, «працівники знання» створять виникаючому «суспільству знань» його особливий характер, його лідерство, його соціальну позицію. Вони можуть не бути правлячим класом «суспільства знань», але вони вже стали його лідируючим класом. І за своїми характеристиками, соціальними позиціями, цінностями і очікуваннями вони фундаментально відрізняються від будь-якої групи, яка будь-коли в історії займала лідируюче положення в суспільстві. Очевидно, що в «товаристві знання» все більше і більше знань, і особливо знань передових, утримуватиметься значний час після завершення формального навчання і у всезростаючій мірі це відбуватиметься через посередництво освітніх процесів, які зовсім не зосереджуються на традиційній школі. Проте в той же час показники шкіл і їх основні цінності стануть привертати всю увагу суспільства в цілому, яке не розглядатиме школу як професійну проблему, яка благополучно може бути дана на відкуп «вихователям» [2].

Особливої уваги в системі виховання особистості, яка б відповідала вимогам часу, заслуговує проблема політичного виховання, яка, на жаль, залишається однією з найменш досліджених вітчизняними науковцями. На особливій важливості цього аспекту наголошував ще видатний мислитель XIX століття А. Токвіль, чії ідеї залишаються актуальними й сьогодні. На думку А. Токвіля, «оновлений світ» потребує «нової політичної науки», основи якої закладено у формуванні демократії. Оскільки суспільний лад є справою всіх, політичне виховання належить до основних людських потреб і стосується моральних проблем, оскільки змушує слугувати собі духовні сили людини, одночасно вимагаючи від неї звіту – саме від людини залежить, який політичний лад є бажаним чи можливим [5, с. 373].

Ціннісні орієнтації виконують функції регулювальників поведінки і виявляються у всіх областях людської діяльності. В даний час, в умовах розузгодження ціннісних орієнтацій особи і суспільства (відсутність єдиної системи суспільних цінностей) складно відповісти на питання, що повинне рухати людину і суспільство до досягнення мети. Людина не може існувати сама по собі окремо від суспільства і навпаки, тому потрібно говорити про сукупність цінностей, що пропагуються державою і що висувуються людиною, які б доповнювали і удосконалювали один одного. Люди повинні жити згідно з вимогами часу, але відповідно до неписаних законів суспільства – моралі, моральності, етики, культури. Держава повинна орієнтуватися на ці цінності і забезпечити правопорядок в суспільстві, шляхом створення справедливих, об'єктивних законодавчих актів, які дозволяли б контролювати діяльність як окремих громадян так і адміністративних осіб, захищати права і свободи людини і громадянина, задекларовані в Конституції країни, фінансувати некомерційні проекти, направлені на розвиток духовної і фізичної культури суспільства, тим самим активізувати родинні цінності, масовий спорт, пропагувати здоровий спосіб життя, сприяти захисту екології і довкілля.

В даний час держава повинна активно сприяти формуванню ціннісних орієнтацій людини і суспільства в позитивному руслі у сфері розвитку телекомунікаційних і комп'ютерно-інформаційних технологій. Оскільки це залишається ключовим блоком в забезпеченні умов формування інформаційного суспільства. Пріоритет тут за регулюванням і стимулюванням виробництва засобів інформатизації і, в першу чергу, програмних продуктів і засобів комунікацій, хоча дотепер в цій області переважає ідеологія підприємництва, ринку, прибутку.

Отже, ціннісні орієнтації особистості багато в чому визначаються і в той же час визначають ступінь інтегрованості людини в нове інформаційне середовище. Інформаційне середовище, існує і розвивається зі зміною інформаційних та телекомунікаційних технологій, стає своєрідним засобом досягнення «реальних» життєвих цілей особистості, і, крім того, формує нові цілі та інтереси сучасної людини, трансформує її ціннісні орієнтації. Основними цінностями інформаційного суспільства виступає інформація, знання тощо. Найбільшого значення в процесі засвоєння нових цінностей набувають ЗМК, система освіти, і, традиційно, держава. Усі ці зміни потребують подальшого вивчення, особливо під час дієвих трансформаційних процесів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барынькина Н. П. Ценностные ориентации человека и информационное общество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://psysis.ru/?Cennostnye_orientacii_cheloveka_i_informacionnoe_obshestvo.
2. Друкер П. Эра социальной трансформации [Электронный ресурс] / Друкер П. – Режим доступа: <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/osnovi/leader/transformation/>.
3. Инглетарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном [Электронный ресурс] / Р. Инглетарт // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с. – Режим доступа: http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1245.html.
4. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы [Электронный ресурс] / Иноземцев В. Л. – Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/inosemcev_sovr/.
5. Класики політичної думки від Платона до Макса Вебера / [перекл. з нім / під ред. проф. Євгенія Причепія]. – Київ: Тандем, 2002. – 584 с.
6. Корнейчук Б. В. Кризи механистической ценности в информационном обществе [Электронный ресурс] / Корнейчук Б. В. – Режим доступа: http://labecon.spbstu.ru/userfiles/krizis_mech.doc.
7. Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций [Электронный ресурс] / А. В. Костина – Режим доступа: http://zpu-journal.ru/zpu/2009/4/Kostina_Information_Society.
8. Поликарпова Е. В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе / Е. В. Поликарпова. – Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ; – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2002. – 66 с.
9. Тоффлер А. Футурошок / А. Тоффлер, перекл. з англ., СПб., 1997. – 464 с.
10. Юрченко Е. А. Традиціоналістська парадигма соціальної модернізації / Е. А. Юрченко // Мультиверсум. Філософський альманах. – К.: Центр духовної культури. – 2004. – № 42. – С. 15.
11. Яницкий М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М. С. Яницкий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hpsy.ru/public/x2754.htm>.

Рецензенти: *Іванов М. С.*, д.політ.н., професор;
Громадська Н. А., к.політ.н., доцент.

© Лютко Н. В., 2012

Дата надходження статті до редколегії 03.02.2012 р.

ЛЮТКО Наталія Віталіївна – кандидат політичних наук, викладач Хмельницького національного університету.
Коло наукових інтересів: політична реклама та виборчі технології, політична аксіологія.