



Теории информационного общества и их авторы

Мария Шатило
МК/м-2-1-О



Информационное общество

- концепция постиндустриального общества; новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания.



Отличительные черты ИО

- увеличение роли информации, знаний и информационных технологий в жизни общества;
- возрастание числа людей, занятых информационными технологиями, коммуникациями и производством информационных продуктов и услуг, рост их доли в валовом внутреннем продукте;
- нарастающая информатизация общества с использованием телефонии, радио, телевидения, сети Интернет, а также традиционных и электронных СМИ;
- создание глобального информационного пространства, обеспечивающего: эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах;
- развитие электронной демократии, информационной экономики, электронного государства, электронного правительства, цифровых рынков, электронных социальных и хозяйствующих сетей.



Первые концепции ИО (Хаяши, Махлуп, Умесао)

- Своим названием термин *«информационное общество»* обязан профессору Токийского технологического института Ю. Хаяши, чей термин был использован в появившихся практически одновременно — в Японии и США — в работах Ф. Махлупа (1962) и Т. Умесао (1963)
- ***Термин введен американским экономистом Ф. Махлупом в работе «Производство и распространение знания в Соединенных Штатах» (1962)***





Йонэдзи Масуда

- *«Информационное общество как постиндустриальное общество», 1983*
- Информация рассматривается Масудой как экономическая категория и как общественное благо, трансформирующее в прогрессивном направлении все сферы социокультурной жизни. Автор утверждает, что грядет новый тип общества, где все аспекты развития личности — образование, профессиональный рост, экономическая деятельность, реализация политической активности, сфера досуга — будут осуществляться в информационной сфере. Однако в концепции Масуды был сделан акцент на технологическом развитии общества, в то время как социокультурные аспекты его развития остались в тени.
- *Концепции информационного общества были разработаны также Дж. Нейсбитом, Дж. Бенингером, Т. Стоуньером, М. Маклюэном, Э. Тоффлером, М. Кастельсом.*

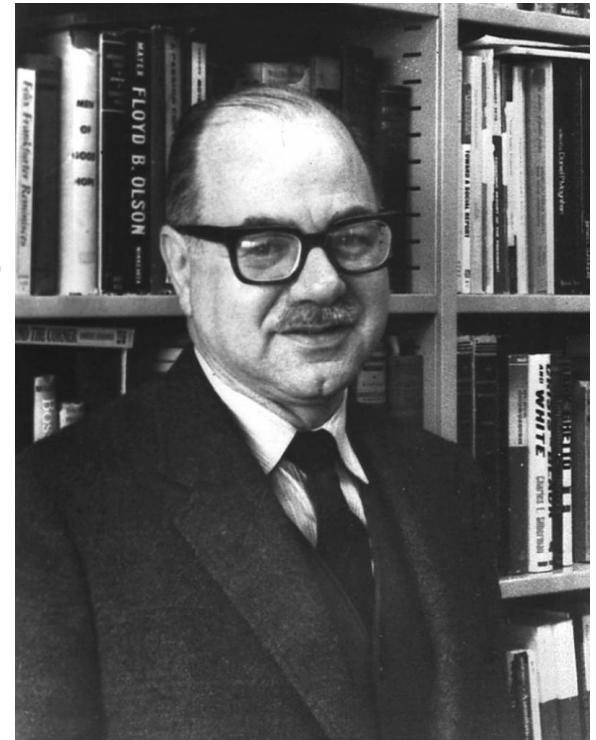


Теория постиндустриального общества (Д. Белл)

- **Постиндустриальное общество** – это общество, в экономике которого в результате научно-технической революции и существенного роста доходов населения приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг. Доминирующим производственным ресурсом является информация и знания. Научные разработки становятся главной движущей силой экономики. Наиболее ценными качествами являются уровень образования, профессионализм, обучаемость и креативность работника

Основные идеи Дэниела Белла:

- Представляет в развернутом и детализированном виде концепцию информационного общества. Он утверждал, что *«в наступающем столетии решающее значение для экономической и социальной жизни, для способов производства знания, а также для характера трудовой деятельности человека приобретает становление нового уклада, основывающегося на телекоммуникациях. Революция в организации и обработке информации и знаний, в которой центральную роль играет компьютер, развертывается одновременно со становлением постиндустриального общества»*.
- Причём Белл считает, что для понимания этой революции особенно важны три аспекта постиндустриального общества. (переход от индустриального общества к обществу услуг, определяющее значение кодифицированного научного знания для реализации технологических нововведений и превращение новой «интеллектуальной технологии» в ключевой инструмент системного анализа и теории принятия решения).





Роберт Райх

- В условиях глобализации массовое производство сменяет производство товаров высокой ценности и развитие сервиса. Это в свою очередь стимулирует дифференциацию производства, внедрение инноваций и применение знания в экономике. Постоянно происходит открытие специализированных рынков, разработка инновационных продуктов, и все время возрастают их символическое значение и техническая изощренность. Таким образом, массовое производство фордистской эры уступает место гибкой кастомизации, которая особо чувствительна к запросам и изменениям рынка. Выпускаемая продукция становится все более насыщенной информацией и знанием.



- **«Символические аналитики»** - люди, которые решают проблемы или посредничают при их решении. В их профессиях главное — умение абстрактно и системно мыслить, быть способным к сотрудничеству. Их сфера деятельности - банковское дело, право, конструирование, вычислительная техника, бухгалтерия, средства массовой информации, менеджмент и исследования

Концепция нового общества Г. Маклюэна

- Телевидение завершило цикл в развитии органов чувств человека. Человечество приобрело всеслышащее ухо и всевидящий глаз, перестало жить в узком мирке привычных границ. Логическая цепочка цивилизационных циклов от акустического мира к визуальному закономерно приводит общество к его новой цивилизационной эпохе — электронной, превращая гигантские просторы в «глобальную деревню».



Концепция Тоффлера

Отличительными чертами культуры в информационном обществе по Тоффлеру становятся:

- высокий уровень инновативности,
- дестандартизация всех сторон политической и экономической жизни,
- изменение характера труда и межличностных отношений изменяет систему ценностей и ориентации человека на психологические, социальные и этические цели,
- избыток информации («информационный взрыв»), влияющий на культуру и человека,
- «домоцентризм» («электронный коттедж») как основной стиль жизни,
- «персонализация» — ориентация культуры и общества на каждого человека, когда он утрачивает черты «массового индивида» .



- Новый тип культуры, формирующейся в обществе «третьей волны», Тоффлер назвал «*клип-культурой*», созданной из осколков впечатлений и образов, воплощением которой является «*зэппинг*» (безостановочное переключение каналов TV).

Этот образ не требует подключения воображения, рефлексии, осмысления, здесь все время происходит «перезагрузка», «обновление» информации, когда все первоначально увиденное практически без временного разрыва утрачивает свое значение, устаревает.

- **«Современный формат средств массовой коммуникации предлагает информацию в виде коротких модульных вспышек — новостей, фрагментов фильмов и передач, рассекаемых рекламой, и имеющих «странную, скоротечную и бессвязную форму».**

Концепция культуры информационного общества Мануэля Кастельса

- В своей работе **«Информационная эпоха: экономика, общество, культура»** М. Кастельс культуру информационного общества определяет как культуру *«реальной виртуальности»* («виртуальный» — существующий на практике, но не в строго данной форме или под данным именем, «реальный» — фактически существующий).
- Культура реальной виртуальности образует систему, в которой реальный человеческий опыт погружается в систему виртуальности, который образуется выдуманными, виртуальными образами.
- *Наиболее ярким воплощением культуры информационного общества является Интернет, обладающий собственным пространством («киберпространством») и «вневременным временем».*
- Элиты составляют свое собственное сообщество, формируя символически замкнутые общины, и определяют свое сообщество как пространственно-ограниченную межличностную сетевую субкультуру.

