

Морозова О.Г., к. е. н., доцент

Херсонський державний аграрно-економічний університет м. Херсон,

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС, ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.

Інформаційне суспільство – соціологічна концепція, що виокремлює одним з фундаментальних факторів розвитку, інтелектуальний бізнес. В теорії інформаційного суспільства розглядається «зміна ступенів» розвитку суспільства що пов'язане з домінуванням «четвертого», інформаційного, сектора економіки. При цьому стверджується, що капітал і праця, які є основою індустриального суспільства, поступаються місцем інформації та знанню у сучасному суспільстві. [1].

Авторство терміну «інформаційне суспільство» сьогодні досить спірне, але майже усі дослідники погоджуються з тим, що воно народилося в межах Японії як головний конструкт локального технологічного розвитку, що було підтверджено доповіддю професора Токійського технологічного інституту Ю. Хаяші та науковими доповідями і звітами японському уряду, де були змальовані контури інформаційного суспільства. Концепція «інформаційного суспільства» розкрила принципово важливу рису постіндустріального суспільства і збагатила його розуміння, відкрила властивості інтелектуального бізнесу та його зростаючу роль у житті суспільства. [2]

Досліджуючи інформаційне суспільство, як парадигму суспільного розвитку, можна сказати, що воно певним чином поєднало у собі всі найкращі досягнення людства, дало поштовх позитивним зрушенням у всіх інших сферах людської життєдіяльності, ставши основою розвитку людських потенціалів в інтелектуальному бізнесі.

На економічному, політичному й культурному рівнях ефект інформатизації видається досить глибоким. Її впливом на індустріальні відносини (як прямий, так і опосередкований) не можна нехтувати.

Технологічна конвергенція, яка виражена в понятті “інформаційна технологія” є важливою як в соціальному, так і в технічному плані в інтелектуальному бізнесі. Колись цілком зрозумілі категорії, що нині засмічені через поширення інформаційної технології, мають важливі соціальні розгалуження. Такі поняття, як “журналізм” або “середній менеджмент”, набувають нового змісту у зв'язку з впровадженням прямого вводу тексту й комп'ютеризованого упорядкування даних.

“Фактор конвергенції”, як це показав Вільям Мелоді, також має свої політичні імплікації. Ситуація, коли інтелектуальний заохочує до швидкого поширення телекомунікаційних мереж, включаючи кабельне телебачення, супутники, придатні для прямого радіомовлення, та об'єднані служби цифрового зв'язку, імпорту обладнання може надзвичайно розширитися. Поява нових мереж здатна відкрити країнам шлях до подальшого імпорту інформаційних послуг, “замінюючи внутрішнє виробництво й послуги у відповідному порядку: од формування баз даних до виробництва продукції телебачення. Це в свою чергу може викликати значний дисбаланс у фінансовій сфері і - як результат - призвести до втрати робочих місць, кількість яких перевищить новоутворені, і до серйозного підриву внутрішньої культурної політики”[3].

У сьогоднішньому інтелектуальному бізнесі, для того, щоб не втратити економічної конкурентоздатності, робляться зусилля для того, аби спільно сформувати соціальну науку для технологічних цілей. Виділені для цього кошти витрачаються на те, щоб дослідити умови, за яких нова технологія може бути прийнятною, а люди могли б досить успішно пристосуватися до неї. Питання соціальних цілей, дослідження можливостей для звільнюючої, належної технології, оцінка етичних чи культурних вимірів нової технології - ці питання досі не сприймаються як пріоритетні.

Це завдання насамперед включає затвердження заново ролі соціального дослідження, що покликане відігравати роль “громадської філософії”. Соціальний аналіз має неминучий моральний вимір і перетинається у своїй основі з “людським фактором”.. Ось чому висновок про значимість соціального формоутворення й соціальних наслідків інформаційної технології не повинен зводитися лише до соціальної інженерії. Соціально орієнтовані вчені наважуються не продавати свої вроджені моральні та аналітичні права за мішанину . Соціальний аналіз в інтелектуальному бізнесі, повинен залишатися всередині концепції “інформаційного суспільства”, а не поза нею.

Література

1. Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні, затв.рішенням громадського об'єднання «Форум соціально відповідального бізнесу України» 16 грудня 2005 року.
2. Довбенко М.В. Сучасна економічна теорія: Навчальний посібник. - К.: Видавничий центр „Академія”, 2015.- 336 с.
3. Артёмова Т.І. Соціальна відповідальність організації: загальні принципи та умови її організації в Україні в контексті світового досвіду. // Вісник Донецького Національного Технічного Університету.-2009.-№3.- С.114-115.