

Ще на початку ХХ ст. ідеї ліберальної економіки, переваги інтересів окремої особи над суспільними були панівними в науці і в практиці застосування. Проте із наростанням кризових явищ між двома світовими війнами у світовій економіці і з приходом до влади у низці країн прихильників ідей Маркса, розгорнувся процес переосмислення ідеї благодітельного впливу на економіку «невидимої руки ринку». Як наслідок починаючи з 30-их і 40-их років минулого століття у багатьох капіталістичних країнах розгорнувся процес зростання свідомого втручання з боку державних інститутів в економіку, спрямовуючи активність усіх суб'єктів економічної взаємодії у вигідне для суспільства русло.

Згідно австрійського економіста Фрідріха Гаєка не ринкова випадковість, а свідоме спрямування управлінськими структурами держави суспільної енергії на досягнення пріоритетних суспільнозначимих цілей. Свідомі управлінські рішення можуть бути як вірні так і помилкові, більшою чи меншою мірою ефективні, у той час, коли ринкова стихія сама по собі ніколи не спроможеться реалізувати суспільний інтерес, значимий для держави проект, модернізувати економіку, справедливо розподілити блага, забезпечити соціальний захист, зберегти природу тощо. Свідомо прийняті помилкові рішення можна більше не повторювати, а очікування від ринку, що він сам по собі забезпечить соціально-економічний прогрес аналогічний до віри у здатність хаотичного руху елементів збудувати комусь будинок.

**Ірина ГОРОХОВЯНКО**

*магістрантка,*

*Тернопільський національний педагогічний університет*

*імені Володимира Гнатюка*

*м. Тернопіль, Україна*

## **КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЦІННІСТЬ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Поняття цінностей є дуже важливим у сучасному суспільстві. Адже саме ті орієнтири, які обирає собі людина прямо впливають на життя усього суспільства. Тому кожна особистість має відповідально і свідомо формувати власні канони поведінки та усвідомлювати можливі наслідки, які матимуть вплив на життя інших.

Науковці зазначають, що «цінності – це соціально схвалені і підтримані більшістю людей уявлення про те, що таке добро, справедливість, романтизм, патріотизм, дружба і т.д. Цінності не підлягають сумніву, вони є еталоном і ідеалом для всіх людей» [6]. Тобто це ті соціально прийнятні моделі поведінки, які схвалені суспільною більшістю.

Серед прагнень та бажань, що повинні мотивувати індивіда до діяльності та безперервного розвитку, у першу чергу, варто зосереджуватись на високих моральних цінностях – тих правилах, які впродовж тривалого часу залишаються незмінними та пропагують гуманність, альтруїзм, гармонію із собою та світом. Важливо відкидати ціннісні орієнтації, що є індивідуальними, часто матеріальними, мінливими бажаннями та постають лише виявом егоїзму окремої людини щодо спільноти.

«Філософське обґрунтування теорії цінностей дали представники неокантіанства В. Віндельбанд та Г. Ріккерт, в роботах яких, цінності носять надісторичний характер, утворюючи в сукупності, своєрідний, вічний в своїй трансцендентності світ, незалежний від свідомості людей. Це такі цінності як «істина», «добро», «краса», які є цілями самі по собі і не можуть слугувати засобом для якихось інших цілей» [6]. Це свідчить про те, що людьми повинна керувати безкорисливість у будь-якій діяльності.

Важливу роль у ієрархії суспільних цінностей займає комунікація, без якої у сучасному світі не може нормально функціонувати жодна сфера життя.

Вчений Р.Мінц конкретизує функціональну роль комунікації у динамізації відповідних процесів соціальної еволюції. На його думку, «комунікація у сучасному суспільстві характеризується постійним примноженням, прискоренням та глобалізацією» [3]. Науковець звертає увагу, що комунікація кожного дня сприяє розвитку суспільства та допомагає йому прогресувати і сама відповідно теж видозмінюється та отримує ще більших можливостей та масштабів, стає ще більш значимою. Усе більше людей вступають у комунікаційні процеси, завдяки яким вирішується багато нових проблем, як локального так і світового масштабу. Також комунікація дає змогу переглянути уже відомі питання, відповідно до умов та канонів сучасності.

Важливими фактором комунікації є її динамічність та постійна еволюція, що диктують і певні визначальні правила для сучасного

суспільства та можливі його зміни. Цінність процесу комунікації у суспільстві важко переоцінити, тому тема доповіді є актуальною.

Особливо важливу роль відіграє вміння комунікувати в інформаційному суспільстві. Від того як людина вміє взаємодіяти з іншими, знайти з ними спільну мову, залежить її успіх чи неуспіх в різних життєвих сферах.

Із появленням Інтернету ми спостерігаємо вільний доступ до інформаційних джерел, які з кожною хвилиною поповнюються. На зміну браку інформації приходять перенасичення нею. І людство спонукають нові проблеми. Зараз гостро стоять питання опосередкованого спілкування, комп'ютерної злочинності, інформаційної безпеки, контролю над особистим життям, відповідності поведінки індивіда в реальному й віртуальному просторах, створення віртуальних (псевдо) особистостей тощо [2].

Інформаційне суспільство – це «розвинене індустріальне суспільство», як зазначає У. Мартіна – керівник кафедри інформаційних досліджень Королівського університету, яке утверджене в Японії, Китаї, США, Західній Європі та поширюється на весь світ. Він виділив такі характерні його критерії:

- технологічний: ключовий чинник – інформаційна технологія, яка широко застосовується в політиці, на виробництві, в різних установах, системі освіти, побуті;

- соціальний: інформація виступає як важливий стимулятор зміни якості життя, формується і затверджується «інформаційна свідомість» при широкому доступі до інформації;

- економічний: інформація є ключовим чинником економіки як ресурс, послуги, товар, джерело доданої вартості і зайнятості;

- політичний: свобода інформації, що веде до політичного процесу, який відзначається участю, що зростає, і консенсусом між різними класами і соціальними верствами населення;

- культурний: визнання культурної цінності інформації, сприяння затвердженню інформаційних цінностей на користь розвитку окремого індивіда і суспільства в цілому [3].

Із класифікації У. Мартіна розуміємо, що кожен чинник характеристики пропорційно відображає дійсність кожної із сфер, вміння у них оперувати фактами. Нерідко бачимо, що люди можуть використовувати засоби маніпуляції чи підміну понять, але подібні факти не можуть знецінювати місце комунікації, лише відображати дійсний її стан у сучасному суспільстві. Крім того, у таких випадках ми

відслідковуємо культурний рівень населення, який у величезній мірі залежить від ціннісних орієнтирів кожної людини. Часто окрім взаємодії цінностей індивіда та соціуму велику роль відіграє і емоційний фактор.

Основним призначенням комунікації у розвитку сучасного суспільства є її інтегративний потенціал. З одного боку, комунікація покликана системно зорганізувати суспільство, з іншого – посилювати його інтеграційний потенціал [3]. Так розглядав комунікацію науковець А.Турен. Він вважав, що вона дозволяє програмувати суспільство на зміни та покращення. Якщо правильно сформулювати її посил, то можна досягти колосальних результатів розвитку суспільства у соціально-економічній, технологічній та інших сферах.

Як висновок, зазначимо, що у сучасне суспільство є схильним до мінливості. Зміни шляхів подачі інформації та напрямків – постійні. Проте, значення комунікації у сучасному суспільстві важко переоцінити. Вона є головним інструментом прогресу. Комунікація відіграє одну з провідних ролей не лише у реальному просторі, а й у віртуальному, де її використовують у різних цілях. Дуже важливо, щоб при швидкісному суспільному розвитку та зростаючих можливостях взаємодії, все ж залишалися сталими ті базові ціннісні орієнтири, які підкреслюватимуть людянимірність процесу комунікації.

### *Література:*

1. Галицька М. М. Міжкультурна комунікація та її значення для професійної діяльності майбутніх фахівців. Освітологічний дискурс. 2014. № 2 (6). С.23 – 32. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/127-Текст%20статті-265-1-10-20140604.pdf> (дата звернення: 19.03.2021).
2. Жданенко С. Б. Соціальна комунікація в умовах інформаційного суспільства. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія : Філософія. 2016. № 1. С. 36 – 48.
3. Романенко Є. Комунікація як необхідна складова розвитку сучасного суспільства. *Демократичне врядування*. 2012. Вип. 9. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr> (дата звернення: 19.03.2021).
4. Слющинський Б. В. Міжкультурна комунікація як метод соціального пізнання. *Нова парадигма*, 2005. Вип. 45. С. 167 – 176.
5. Мартин У. Дж. Информационное общество (Реферат). Теория и практика общественно-научной информации. *Ежеквартальник АН ИНИОН*. 1990. № 3. С. 115 – 123.
6. Культурологічна думка: Щорічник наукових праць. К.: Інститут культурології Національної академії мистецтв України. 2011. № 3. 192 с.