

СОЦІОКУЛЬТУРНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В.Ф. Капіца

Сучасні суспільні системи, що інтенсивно трансформуються і набувають ознак постіндустріальних та інформаційних суспільств, потребують нового підходу до регулювання складних соціальних процесів. Більшість сучасних концепцій інформаційного суспільства як соціальної системи постіндустріального типу ґрунтуються в основному на техногенних підвалинах без врахування соціокультурного аспекту. Такі підходи найчастіше розглядають інформаційне суспільство у вигляді суспільства масових комунікацій та комп'ютерних технологій. Подібне технологізоване інформаційне суспільство все більше перетворюється на «суспільство без цінностей». Замість реальних ціннісних систем, встановлюються їх формальні ієрархії за критеріями престижності і символічної статусності.

Такий підхід до розуміння цінностей практично виключає духовність та творчі начала людини і тим самим унеможлиблює розуміння людини як головної суспільної цінності. Натомість функціонують цінності—«симулякри», позбавлені реальних смислів і значень. Дослідники сучасних соціальних процесів фіксують прихід «суперсимволічної економіки», котра змінює саму систему створення матеріальних та духовно-інформаційних цінностей. При цьому первинною соціально-економічною компонентою суспільства стає знання [6, с. 48], що перетворюється на капітал, як інтелектуальний, так і соціальний. Послаблюється необхідність у сирому, недоробленому матеріалі — знання стає головним джерелом розвитку економіки.

На цій основі формується суспільне виробництво зі специфічними інформаційними потребами в сфері організації управління соціальними системами. Головна інформаційна потреба — це управління інформацією через людські комунікації [7, с. 33–34]. Головне завдання подібних комунікативних процесів — не тільки ефективний обмін інформацією, а «забезпечення розуміння інформації в міжособистісному спілкуванні, подолання семантичних бар'єрів між суб'єктами» [3, с. 171–177].

У ході соціально-трансформаційних процесів інформаційне суспільство все більше потребує «ціннісного управління» з широкими можливостями для творчої самореалізації суб'єктів. Головним завданням подібної ціннісної регуляції є створення умов вільного професійного вибору суб'єктом свого «кластера знань» за творчими здібностями. Для досягнення економічної ефективності подібного управління вже соціокультурного, а не технократичного типу, необхідно створити відповідно розвинуті культуросферу та інфосферу суспільного виробництва і самого суспільства.

Соціокультурне регулювання трансформаційних процесів в сучасному суспільстві перш за все повинно бути зорієнтовано на зміну самої парадигми суспільного спілкування. Подібна трансформаційна зміна представлена переходом від суб'єктоцентрованого розуму на парадигму взаєморозуміння як «парадигму інтерсуб'єктивного зв'язку комунікативно-соціалізованих та взаємовизнаних індивідів» [9, с. 292–293]. У такому контексті спілкування набуває особливої «процедурної раціональності», в ньому спостерігається рівноправний зв'язок різних форм орієнтації [9, с. 306].

Інноваційні розробки в цьому напрямку свідчать, що система сучасного суспільного управління потребує наявності спеціальних соціокультурних «комунікативних кластерів», тобто тих точок перетину, які забезпечать взаємопорозуміння учасників дискурсу. Перш за все це «фразеологічні кластери» взаєморозуміння і досягнення взаємної позитивної поведінки інтерсуб'єктів [4, с. 58–59]. Такий підхід дозволить сформулювати культурно-інформаційний дискурс в суспільній управлінській системі та відповідну інформаційну культуру управління суспільством і його трансформаційними процесами.

Дискурсивний механізм суспільного спілкування, котрий можна регулювати на основі комунікативного дискурсу представлений в таких його головних чинниках [2, с. 218].

1. Налагодження комунікативно-інформаційного обміну в суспіль-

стві: цінностями, смислами, значеннями, досвідом (включаючи суспільний і особистісний комунікативний досвід), практичним значенням, когнітивними практиками, формами і способами творчої самореалізації. Їх загальна спрямованість є такою, що лінійно-логічний раціоналізовано-аналітичний дискурс змінюється на нелінійний ціннісно-смысловий, полікультурний.

2. З іншого боку, відбувається соціокультурна трансформація комунікативного дискурсу у вигляді підвищення «комунікативної раціональності» суспільства в напрямку його перетворення на інтелектуальне суспільство. За М. Фуко, це зміни і трансформації в мовних структурах суспільства в напрямку їх комунікативної інтелектуалізації та раціоналізації [8, с. 259–276].

Подібний культурний синтез інформації може здійснити така управлінська система, що володіє релевантним культурно-інформаційним світоглядом. Його матеріально-предметну основу утворюють такі культурно-інформаційні предикати [1, с. 89]:

- відносини інформаційного випередження і прогнозування;
- відносини інформаційного програмування, котре передбачає наявність програмних продуктів і відповідних баз знань;
- відносини інформаційної експансії або розширеного інформаційного відтворення і функціонування інформаційного капіталу (людського і соціального);
- відносини інформаційного партнерства та інформаційної кон'юнктури, що забезпечують високий рівень конкурентоздатності і надають інформації статус капіталу за відомою схемою «інформація є капітал»;
- інформаційно-підтримуючі відносини, що дозволяють функціонувати суспільству і суспільному виробництву як єдиної і відкритої системи;
- культурно-інформаційні відносини, на базі яких розвивається інформаційна культура суспільства, інформаційна сфера суспільної управлінської культури трансформованого інформаційного суспільства.

В системі суспільного виробництва управлінський формат інформаційних відносин вибудовується у вигляді макрозв'язків загальносуспільного масштабу. Всі вищеназвані стосунки переносяться на рівень техноструктури великих і надвеликих господарських організацій. При цьому відбувається специфічне поєднання культури та інформаційних технологій, що породжує ряд нових відносин:

- відносини соціоінформаційної самоорганізації і соціокультурної інтеграції;
- відносини культурно-інформаційної самореалізації креативного опредмечення когнітивних практик;
- відносини інформаційної самоосвіти або росту професійної кваліфікації в інформаційній сфері суспільних і господарських відносин;
- інформаційно-моделюючі відносини, що дозволяють розвивати і удосконалювати соціокультурну структуру суспільного виробництва;
- відносини інтелектуальної підтримки, що дозволяють акумулювати інформаційний капітал і трансформувати його в загальносуспільні інтелектуальні активи;
- віртуально-творчі відносини, які розвиваються в рамках «креативного менеджменту» в модусі управлінських інновацій і дозволяють створювати творчі асоціації (групи, співтовариства) неформального лідерства з однорідними статусами (генератори ідей, антрепренери, координатори проектів, новатори впровадження, контролери якості, менеджери-наставники по передачі знань тощо);
- відносини інформаційної самореалізації, що дозволяють трансформувати «інформаційну віртуальність» в інформаційну предметність.

Безпосередньо комунікативні зв'язки, що виникають з комунікативних дій, опосередковуються суспільними відносинами, але вже в якості культурних універсалій зі смислами і значеннями, що мають, за Н. Сметзером, універсальне застосування [5, с. 45–46]. Найчастіше комунікативні зв'язки постають як конкретні різновиди певних переконань та громадських дій, породжених волею громадян до існування

у відкритому демократичному громадському суспільстві. Таким чином відбувається перетворення людської спільноти із цілковитої єдності людських волінь в соціальне об'єднання, а останнього в громадянську спільноту [7, 10]. Головне завдання подібного соціокультурного регулювання — розвиток культурно-інформаційних засад формування громадянської культури суспільства в його здатності до самовпорядкування і саморегуляції своєї життєдіяльності.

1 Бібліографія

- [1] *Капица В. Ф.*, Макаров О. И. Корпоративная культура управления в Больших хозяйственных организациях. — Кривой Рог: Минерал, 2003.
- [2] *Капица В. Ф.*, Цыгуль О.В. Философско-методологические основания культурно-информационной общественной системы. — Кривой Рог: Минерал, 2006.
- [3] *Маскон М.Х.*, Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992.
- [4] *Осовська Г.В.* Комунікації в менеджменті. — К.: Кондор, 2003.
- [5] *Смелзер Н.* Социология. — М.: Феникс, 1998.
- [6] *Тоффлер А.* Метаморфоза власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века. — М.: АСТ, 2001.
- [7] *Тьоніс Ф.* Спільнота і суспільство. — К.: Дух і літера, 2005.
- [8] *Фуко М.* Археологія знання. — К.: Основи, 2003.
- [9] *Хабермас Ю.* Філософський дискурс модерну. — К.: Четверта хвиля, 2001.
- [10] *Luhman N.* Ökologische Kommunikation. — Oplanden, 1986.