

УДК 007:304.001

А.В.Лященко

## НОВІТНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ КОНТЕКСТ

*У статті досліджено організаційно-економічний контекст новітніх комунікаційних технологій, їх вплив на умови, види та зміст діяльності, народження нових галузей у сучасному суспільстві. Розглянуто появу нового інтелектуального капіталу, який базується на соціально-комунікаційних технологіях. У процесі трансформації державних інституцій, бізнес-середовища та розбудови інформаційного суспільства комунікаційні технології дають можливість новій економіці поступово набирати оберти.*

**Ключові слова:** інформація, комунікація, знання, інтелектуальний капітал, нова економіка, інформаційне суспільство, комунікаційні технології.

Основою нової економіки, яка з'явилася як результат інформаційної революції, що захопила всі сторони життя суспільства, стали інформаційно-комунікаційні технології та їх найбільш яскравий прояв – Інтернет. Завдяки цим технологіям змінились умови й зміст трудової діяльності мільйонів людей, радикально прискорилося вирішення складних виробничих завдань, значно підвищилася ефективність управління. Виникли нові професії та нові робочі місця, сформувалися нові галузі виробництва, яких до цього часу просто не існувало, змінилось функціонування традиційних галузей.

Цю проблему висвітлено в працях як зарубіжних так і вітчизняних науковців, таких як: Д. Белл, В. Моско, М. Кастельс, В. Іванов, С. Демченко та ін.

Проте в цих дослідженнях увагу зосереджено, як правило на інформаційно-комунікаційному аспекті, тоді як дуже важливою проблемою є організаційно-економічна складова інформаційно-комунікаційних технологій.

**Метою розвідки** є аналіз організаційно-економічної складової у функціонуванні комунікаційних технологій, які формують сучасне інформаційне суспільство.

Зрозуміло, що в нових умовах на лідерські позиції вийшов новий вид капіталу – інтелектуальний. Виступаючи на Давоському форумі, прем'єр-міністр Великобританії Тоні Блер говорив про те, що вже звичайними стали поняття “електронний бізнес”, “віртуальний уряд”, “держава цифрових технологій”, “інтернет-трейдинг” тощо. Очевидна для всіх одна закономірність: швидкість появи та впровадження нових технологій невпинно зростає. Тепер в економіці грає той, хто висуває нові ідеї, хто краще готовий до опрацювання величезних потоків інформації та створює комунікаційне середовище для сприяння інформаційних змін.

Інформація при цьому тлумачиться гранично широко: це і наука, і передові (високі, тонкі) тех-

нології, і нове наповнення, особливий характер інтелектуальної праці, і окрема галузь виробництва тощо. У вузькому розумінні інформація – це знання, які в тій чи іншій формі перекладаються мовою машин. Інформація та комунікація, соціально-комунікаційні технології у наш час проникають у всі сфери людського буття. Вже не стоїть питання про інформатизацію всього суспільства, всієї його життєдіяльності, включаючи повсякденне життя людей. Мабуть, єдине виробництво – продукування інформації, знань тягнє до тенденції залишитись масовим. Іншими словами, масове індустріальне виробництво речей (і послуг) відходить у минуле, а йому на зміну приходить масове продукування знань.

Як і в інших суспільствах, у постіндустріальному є свій символ – це комп'ютер, свій вирішальний засіб, свій ресурс, що домінує, – інформація, своя мета – всебічний розвиток індивідуальності людини, свій закон та головний принцип життя – демасифікація.

Таким чином, нова економіка базується на знаннях, а не на дедалі більшому використанні відновлюваних природних ресурсів. Саме в цьому її принципова відмінність від економіки індустріальної. Це означає, що основним капіталом будь-якої економічної структури стає інтелектуальна власність, “ноу-хау”, а не матеріальні активи та традиційні ресурси, що ще раз засвідчує трансформацію матеріальної основи капіталу в інтелектуальну. Найбільші прибутки тепер приносять винаходи, інновації. При цьому однаково важливими стають і технологічні розробки, і абсолютно нові ідеї. У новій економіці лідерами стають компанії, які пропонують високотехнологічні продукти на основі ексклюзивних розробок. Не випадково транснаціональні корпорації розгорнули справжнє “полювання на розум”, ідеї. Оголошення про нові конкурси, премії, гранти з'являються чи не щодня. Найбільші корпорації вкладають у дослідження суми, що можуть бути порівнянні з бюджетами цілих

держав. Виникають нові галузі економіки: електронна індустрія, персоніфіковане забезпечення інформацією, дистанційне технічне обслуговування, різноманітні бізнес-сервіси, аутсорсинг. Наприклад, корпорація "Intel" практично щороку випускає комп'ютерні процесори все більшої та більшої потужності.

На очах нинішнього покоління народжується новий середній клас, замість традиційних посередників (дилерів, дистриб'ютерів, агентів) приходять інформаційно-комунікаційні посередники – люди, що організують рух потоків даних, інформації, знань. Стирається грань між товарами та послугами, між традиційними та "віртуальними" продуктами. Вироби найближчого майбутнього – це "розширені продукти", які включають у себе і товар, і послугу, і інтелектуальну комунікаційну складову.

У 1962 р. Ф. Махлуп увів у науковий обіг хоч і не зовсім коректний, але надзвичайно показовий термін "робітничо-інтелектуальна праця" (knowledge-worker), який поєднав у собі характеристики нового типу робітника: по-перше, його первинну орієнтованість на використання інформації та знань; по-друге, фактичну незалежність від зовнішніх чинників власності на засоби та умови виробництва; по-третє, максимально високу його мобільність; по-четверте, бажання реалізувати себе в діяльності, що відкривала широке поле для самовираження, навіть на шкоду швидкоплинній матеріальній вигоді. Вже на початку другої половини минулого століття стало цілком очевидним, що поява таких працівників як окремого серйозного соціального прошарку не могла не спричинити радикальних змін у самій соціальній структурі суспільства [2, с. 53].

Інформаційне суспільство прямує до перегляду економічних постулатів. У більшості економічних теорій прибуток будь-якої економічної структури в довгостроковій перспективі вважався таким, що дорівнював нулю. Створення самої структури потребує інвестицій, а в кінці свого життя вона починає завдавати збитків. Ось чому прибуток, отриманий у фазі розквіту, приймався як рівний інвестиціям та збиткам. У "доінформаційному" суспільстві нульовий економічний прибуток вважався успішною стратегією. Зараз же з'являється можливість переходу до моделі позитивного економічного прибутку, бо інформація й людський інтелект можуть розглядатись як надмірний та необмежений ресурс. Останнє особливо важливо для нашої країни, яка до сьогодні має величезний інтелектуальний та технологічний потенціал. Величина загальноного обороту коштів у секторі, який пов'язаний з використанням інформаційного продукту, вже набула для України макроекономічного значення. Проблема лише в тому, щоб створити стійкий механізм перетворення винаходів та відкриттів в інтелектуальну власність – у капітал, тобто створення відповідних інститутів.

Одним з найважливіших факторів нової економіки стає гуманізація праці: у центрі нової економіки – людина. Саме вона стає генератором нових ідей, а значить, і джерелом для одержання капіталу. Використання людиною рутинних операцій в інформаційному суспільстві прирівнюється до безумовної розтрати основного капіталу. Процес гуманізації праці, на думку члена комісії ЄС Є. Лііканена, буде розвиватись у трьох основних напрямках:

- передача все більшої кількості рутинних операцій машинами;
- трансформація організацій від вертикального методу управління до принципу командної гри;
- створення все більш дружніх умов для праці, у тому числі для дистанційної зайнятості.

Звільнення людини від рутинних до одноманітних операцій – це справді революційні зміни в якості праці, яка вже не розподіляється між працівниками на окремі операції. Вже зараз велику кількість дій можна довірити комп'ютерам та автоматам: коректуру, розсилку рекламних проспектів, прийом замовлень електронною поштою, автоматизовану перевірку товарів на складі, прийом передплати, видачу довідок, технічне консультування, діагностику стану техніки, генерацію звітів за заданими параметрами.

Відбувається масова відмова від старого конвеєра. Те, що на початку ХХ ст. сприймали як найвище досягнення, зараз – вчорашній день: фордівська модель масового виробництва більше не відповідає завданню обслуговування кожного клієнта. А що робить у цих випадках людина? Те, що не може жодна машина: генерує ідеї. Технологічні винаходи, бізнес-проекти, прогнозування тенденцій розвитку ринку, планування – нині на цьому можна зосередитись повністю. Принципи команд управління, проектних груп спільної роботи, мозкових штурмів підкреслюють цінність кожної людської особистості та комунікаційного процесу.

Останнє призводить до різкого зниження соціальної ролі робітничого класу, тобто робітників, які займалися виключно фізичною працею. Розглядаючи пролетаріат у його традиційному розумінні як фабричних робітників, котрі орієнтовані на масове виробництво відновлюваних речей, дослідники вважають цей процес абсолютно природним у період наступу знаннєвої економіки. Саме такий підхід дав змогу німецькому філософу Г. Маркузе ще на початку 1960-х рр. стверджувати, що депролетаризація суспільства зумовлена тим, що світ нової високотехнологічної діяльності різко скорочує потребу в колишніх категоріях трудящих. У результаті робітничий клас вироджується в мало-значущу соціальну групу сучасного суспільства, а більшість його представників виявилась розрізною і являє собою сьогодні різноманітну за освітнім рівнем, інтересами та національними ознаками масу [1, с. 127].

Трохи пізніше цю тезу розвиває Д. Белл, який зазначав, що "замість панування промис-

лового пролетаріату ми спостерігаємо домінування на ринку праці професійного й технічного класу, настільки значне, що до 1980 р. він може стати другим у суспільстві за своєю численністю, а до кінця століття висунутись на перші ролі” [4, с. 93]. Дослідник назвав цей процес “ною революцією у класовій структурі суспільства” [4, с. 93].

Поряд із цим формується нова еліта, покликана стати панівним класом постіндустріального суспільства. У другій половині XX ст. більшість західних учених відмовились від гіпотези про бюрократичну природу нової страти і її стали визначати як соціальну єдність, що об’єднує людей, які уособлюють знання та інформацію про виробничі процеси та механізми суспільного руху вперед. В умовах, коли “постіндустріальне суспільство” перетворюється на “технічне”, тобто суспільство, яке формується в культурному, психологічному, соціальному й економічному плані під впливом сучасної техніки та електроніки, де індустріальні процеси вже не є вирішальним чинником соціальних змін й еволюції способу життя, соціального ладу та моральних цінностей, нова еліта повинна, насамперед, оволодіти здібностями контролювати й направляти процеси, які продиктовані логікою технічного процесу за допомогою комунікаційних технологій.

Цей новий соціальний прошарок уже в останній третині минулого століття почали називати класом “технократів”, який володів інколи унікальною інформацією й знаннями та навчився вміло маніпулювати ними на трьох основних рівнях: національному, де діє урядова адміністрація; галузевому, який представляють професіонали та експерти, і на рівні окремих організацій, що відповідають певним технотехнікам.

Ось чому зміщується ідеологія управління: від жорсткого розподілу на управлінську еліту та керованих “гвинтиків” – до рівноправного спілкування творців ідей. Їх створення, передача та впровадження стає головним завданням усіх робітників будь-якої організації. Найновіші інформаційно-комунікаційні технології роблять коротшими відстані та спресовують час. Багато хто з людей узагалі може не витратити час на поїздки на роботу: віддалене робоче місце, офіс удома стають дедалі поширенішими. Проживаючи в одній країні, можна працювати на іншому кінці земної кулі. Людина не випадає зі звичайного соціального та культурного середовища чи налагоджених родинних зв’язків, вона може обрати будь-яке місце мешкання. Всюдишні комунікації роблять найманого робітника, бізнесмена, чиновника постійно підключеними до всіх процесів, що відбуваються в організаціях, де вони працюють. Де б цей співробітник не знаходився, він може використати всі ресурси компанії, вийти на зв’язок з будь-яким іншим співробітником компанії, брати участь у всіх

процесах, в яких є потреба. Людська психологія змінюється дуже повільно. Ми стоїмо лише на початку довгого шляху адаптації до нових економічних умов та нових вимог до робітників. З одного боку, ми можемо тепер без перешкод спілкуватись з будь-якою людиною в будь-якій точці планети, а з іншого – передовіряємо це спілкування машинам (хай і розумним), і чи не призведе це до втрати навичок живого спілкування? Чим відповість на цей виклик людина? Як підкреслює В. Моско, “технології інформаційного суспільства дають можливість зібрати в одне ціле різнобічні навички та зробити інформацію й знання основним ресурсом створення цінностей, більшість з яких буде мати нематеріальний характер” [5, с. 29].

**Висновки.** Зазначимо, що поняття нової економіки увійшло в наше життя разом з іншим терміном – глобалізація. Обидва вони не лише співзвучні та співпали в часі, а й взаємопов’язані між собою. На це вказав, звертаючись до учасників Даоського форуму Б. Клінтон: “Глобалізована економіка цінує не лише те, як ми працюємо, а й те, як ми спілкуємось через кордони. Глобалізована економіка цінує понад усе людський розвиток”.

Інформаційне суспільство спирається на нову соціальну конфігурацію: з’являються нові прошарки й соціальні стани зі своїми інтересами. Роль держави та державних інститутів теж трансформується. Це вже видно з діяльності урядів таких країн, як США, Швеція, Японія, Сінгапур, а також Комісії Європейського Союзу, яка поступово перетворюється на спільний уряд об’єднаної Європи.

В новій економіці соціально-комунікаційні технології відіграють значну роль у трансформаційних процесах державних інституцій, бізнес-середовища та суспільства в цілому.

Подальші дослідження можуть бути пов’язані з аналізом організаційної складової комунікаційних технологій у сфері реклами та зв’язків з громадськістю.

#### Список використаної літератури

1. Маркузе Г. Одновимірна людина. Дослідження ідеології розвинутого індустріального суспільства [глави з книги] / пер. В. Курганський. // Сучасна зарубіжна соціальна філософія : хрестоматія. – К. : Либідь, 1996.
2. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966.
3. Цвылев Р.И. Постиндустриальное развитие: Уроки для России / Р.И. Цвылев ; Рос. акад. наук. – М. : Наука, 1996.
4. Bell D. The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties / D. Bell. – N.Y. : Free Press, 1965.
5. Mosco V. The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal / V. Mosco. – London : Sage, 1996.

*Стаття надійшла до редакції 30.09.2013.*

**Лященко А.В. Новые коммуникационные технологии: организационно-экономический контекст**

В статье исследуются новейшие коммуникационные технологии в организационно-экономическом контексте, их влияние на условия, виды и содержание деятельности, создание новых отраслей в современном обществе. Рассматривается рождение нового интеллектуального капитала, базой которого являются социально-коммуникационные технологии. В процессе трансформации государственных институтов, бизнес-среды и построения информационного общества коммуникационные технологии позволяют новой экономике постепенно набирать обороты.

**Ключевые слова:** информация, коммуникация, знание, интеллектуальный капитал, новая экономика, информационное общество, коммуникационные технологии.

**Liashchenko A. New communication technologies: organizational and economic context**

The article aims to examine the organizational and economic context of the latest communication technologies. Their impact on the conditions, types and content of, the birth of new industries in today's society. As in other societies, there is a post-industrial character – a computer, a dominant resource – information, the goal – comprehensive development of individual rights, the law and underlying principle of life – individualization. The new economy based on knowledge but not on the increased use of renewable natural resources. It is this fundamental difference from the industrial economy. It means that the core asset of any economic structure becomes intellectual property. The emergence of new intellectual capital based on social and communication technologies. Finding ideas, transferring and implementation become the main task of all employees of any organization. The latest information and communication technologies make shorter distance and reduce the time. Ubiquitous communications make an employee, businessman, clerk are constantly connected to all of the processes taking place in society. We are only at the beginning of the long way to adapt to new economic conditions and new requirements for workers. The information society is based on a new social configuration: it is appears new strata and social status with one's interests. Note that the concept of the new economy came to our life with another term – globalization. Both of them are not only in tune and coincided in time, but interrelated. The role of government and public institutions are also transformed. In the process of transformation of state institutions, business – environment and information society and communication technologies enable new economy is gradually gaining momentum.

**Key words:** information, communication, knowledge, intellectual capital, new economy, information society, ICT.