

## САМОРЕАЛІЗАЦІЯ ЛЮДИНИ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ Е. ТОФФЛЕРА

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

*Розглянуто соціально-економічні умови розвитку суспільства в концепціях зарубіжних філософів, зокрема модель інформаційного суспільства Е. Тоффлера, в якій поняття світу, часу, простору, мислення набувають іншого виміру, а рівень самореалізації, самоусвідомлення людини стає головним фактором інформаційної доби.*

### Вступ

Перехід суспільства до інформаційної ери несе з собою революційні зміни в усіх сферах життя. Наукові відкриття та інноваційні технології дозволяють людському розуму проникнути до фундаментальних першооснов фізичних, біологічних, соціальних структур та різних сфер життєдіяльності людини і вимагають нового ставлення людей до світу, соціальних відносин, до самої себе. Визнання того, що стратегічними ресурсами людства стали не тільки речовина і енергія, а й інформація перетворює сучасне суспільство на інформаційне або «суспільство знання».

### Аналіз досліджень

Суспільство нового типу, що прийшло на зміну індустріальному суспільству розглядається в роботах багатьох сучасних філософів та соціологів: Р.Арона, Д.Белла, З.Бжежинського, М. Кастельса, Е. Тоффлера. Одним з перших дослідників нового суспільного розвитку є Д.Белл, який вказує три основні аспекти постіндустріального (за термінологією Белла) суспільства: по-перше, перехід від індустріального суспільства до суспільства послуг; по-друге, головного значення набуває теоретичне знання для здійснення інноваційних технологій; по-третє, використання нової «інтелектуальної технології» як інструмента в сфері системного аналізу та прийняття рішень. Треба зауважити, що дослідник надає особливого значення провідній ролі теоретичного знання, а саме можливості його використання в економіці, політиці, прийнятті рішень. Тлумачення Д. Беллом суспільства в постіндустріальну добу, яка розпадається на три сфери: техноекономічну, політичну та культурну зазнала багато критики. Втім, основну суперечність самореалізації людини Д. Белл визначив як розбіжність між осьовим принципом культури (як природної сфери для самореалізації) та осьовим принципом економіки (де головним залишається прибуток та певна регламентованість діяльності людини). [1;2].

У роботах М. Кастельса розглядається суспільство сьогодення як «інформаціональне», що в економічній сфері має омолоджений інформаційний капіталізм з більш жорсткими цілями та набагато найрізноманітнішим у своїх засобах на відміну від індустріального капіталізму та етатизму (соціалізму). Основною характеристикою інформаціонального засобу розвитку суспільства є технологія генерування знань, обробки інформації та символічної комунікації. Специфічною рисою вище означеного розвитку є вплив знання на знання як головного джерела виробництва. Як відзначає М.Кастельс, визвольний дух, що розквітав у рухах 60-тих років розповсюдився за допомогою новітніх технологій, і мав

чималий вплив на матеріальну основу економіки та її глобалізацію. Саме культура свободи індивідууму, що бажає вільно творити, вільно користуватись усіма знаннями, так звана «хакерська культура» стали підґрунтям мереживого суспільства. Новітні технології, Інтернет, сучасна техніка, ЗМІ об'єднують людей з різних континентів та будь-якої нації та формують новий засіб життєдіяльності суспільств, в яких знання – є силою, владою та грошима [1;3].

### Постановка завдання

Настанови інформаційної епохи обумовлюють визначення основних тенденцій розвитку та формування людини в умовах трансформаційних процесів, що відбуваються в світі. Нинішній час не несе в собі чітких конфігурацій майбутнього та не має усталених правил у суспільних відносинах. Навпаки різноманітність стилів життя, припускає для кожного індивідуальні правила. Необхідність «творчої адаптації», свободи самовираження, що визначена в концепції Е. Тоффлера надає можливість розглянути самореалізацію людини як актуальну проблему сьогодення.

### І. Соціально-економічні умови інформаційного суспільства та їх вплив на розвиток людини в концепції Е. Тоффлера

Концепція зміни еволюційних хвиль у світі породжується насамперед змінами в технологічній сфері, що повільно визрівають в тій чи в іншій формації. З історичного погляду, за концепцією Е. Тоффлера [5], з початку була «перша хвиля» – сільськогосподарська цивілізація, економічною основою якої виступала земля. Аграрний устрій цієї цивілізації обумовлював всі сфери життя в суспільстві: економічні, політичні, сімейні. Суспільство розмежовувалось на класи (касти) з жорстко авторитарною владою та децентралізованою економікою. Приблизно 300 років тому відбулася промислова революція, що породила «другу хвилю», яку дослідник визначає як індустріальну цивілізацію. Ця цивілізація укоренилась у багатьох державах світу та будувалась на принципах масового виробництва, уніфікації, стандартизації, що охоплювали всі галузі суспільного життя людини. Але саме однаковість, упередженість життєдіяльності створили внутрішні умови для нової технології, якою і став «інформаційний вибух», що являє собою «третю хвилю» – інформаційну цивілізацію.

Головним чинником, на думку Е. Тоффлера, нової цивілізації є «стрибок» за межі накопичення енергії, грошей, влади, де немає місця для стандартів та централізації, що притаманні індустріальному суспільству. Модель інформатизованого суспільства полягає в наступному: вільний рух і виробництво інформації та інформаційних послуг, доступ до інформації і використання її для науково-технічного і соціального

прогресу, наукових інновацій та розвитку знань. Великий вплив у сучасному світі відіграють засоби комунікації, які надають нових можливостей для життєзабезпечення людини. Досліджуючи нові відносини, що виникають у різних сферах життєдіяльності людини, Е. Тоффлер приходиться до висновку, що старі засоби мислення, догми, ідеології, цінності, якими пишалось індустріальне суспільство руйнуються під натиском нового стилю життя та засобів комунікації, новими цінностями та технологіями [1;5].

Тобто, в доіндустріальну епоху, гра життєвих сил відбувалась між людиною та природою, в індустріальному суспільстві робота стає грою між людиною та машиною. В інформаційну добу робота стає грою людських сил. Люди вчать жити один з одним. В історії суспільства подібний взаємозв'язок – це новий етап розвитку суспільства.

Відмітимо, що цей дух вільної гри та нових змін був породжений рухом «нових лівих» у 60-ті роки ХХ століття у Франції, який доволі швидко розповсюдився по 50 країнах світу. В програмі «нових лівих», що виступили проти технократизму, бюрократичної системи, системи маніпулювання свідомістю людей головні гасла та ідеї були такі: «Вся влада уяві!», «Забороняється будь що забороняти!», «Рухатися не в заданому коридорі, а вільно». Тобто цей дух свободи став підґрунтям для становлення інформаційного суспільства [4].

На зміну старому, чітко окресленому порядку, приходять сучасність з новою реальністю. Ця реальність породжує нові стосунки з взаємовигідною кооперацією. Оскільки інформація стає надбанням багатьох, вона спонукає ділитися своїми ідеями заради кінцевого продукту, до співпраці. Саме такі відносини стають основою нової економіки, яку Е.Тоффлер називає «суперсимволічною». Така економіка змінює поняття про власність, а саме, інформація яка купується водночас залишається і в продавця. Відповідно, інформація і знання стають головними ресурсами нової економіки «третьої хвилі». Економічні зв'язки, які обслуговуються новітніми технологіями, наприклад, електронними мережами подібні до нервової системи та настільки автоматизовані, що здатні відсунути людину від прийняття рішень. Тому знання про знання стають реальною силою (владою) нової економіки. «В перспективі для будь-якої держави мають значення продукція інтелектуальної праці: наукові технологічні дослідження; навчання робочої сили; складне програмне забезпечення; більш умілий менеджмент; сучасні комунікації; електронні фінанси. Але найголовнішим стає організація знання» [8, с.256].

На даному історичному етапі всі три хвилі в тій чи іншій мірі взаємодіють у суспільствах. Найбільшою складністю відзначається суспільне життя в країнах, де з одного боку відбувається перехід до моделі індустріальної хвилі, а з другого – відчувається вплив «третьої хвилі». За таких умов майбутнє людини спрогнозувати доволі складно, бо реальність має мозаїчний характер у хаотичному русі подій. Проводячи аналогію з переходом аграрного суспільства до індустріального, передбачення індустріального майбутнього хоча і мало досить конфліктний характер, тим не менше давало чіткі рольові

образи індустріального суспільства. Слід зауважити, що економічною основою «другої хвилі» є накопичення капіталу як мети діяльності, та конкурентна боротьба як стратегія розвитку, що призвели до формування ринкового типу економіки, в центрі якої є автономна особистість. Тобто в основі економіки «другої хвилі» покладений принцип егоїзму - вижити за рахунок іншого: людини, природи, тварини [5;6].

Аналізуючи економічні умови в індустріальному суспільстві, в якому людина перестала бути самодостатньою в сфері виробництва-споживача, Е. Тоффлер у роботі «Третя хвиля» [5] підкреслює, що кожна людина повністю залежить від товарів і послуг, які виробляють для неї інші люди. Тобто головними стають ринкові відносини, а саме, комерційні цінності та економічний зріст є першочерговим завданням будь-якої влади незалежно від домінуючої ідеології. Завдяки експансії ринку відбувся не тільки швидкий зріст рівня життя, а й виник конфлікт між виробниками, які прагнуть до високої заробітної плати, прибутку, пенсій, і споживачами, які вимагають низьких цін. Це приводить до конфліктів в індустріальному суспільстві.

Зазначимо, що протистояння виробників і споживачів існує й в наш час. Сучасні виробники та споживачі озброєні новими технологіями та Інтернет-мережею, ЗМІ трансформували стосунки в віртуальну реальність, але не виробили нової стратегії своїх відносин. Лише в уявленні про майбутнє інформаційного суспільства можна припустити, що економічною стратегією нової цивілізації буде знищення кордонів між виробником і споживачем. Можливо, це дозволить максимально збалансувати відносини між людиною і природою, коли людина не буде виживати за рахунок навколишнього середовища, а жити повноцінним життям у ньому [1;6].

## **II. Проблема самореалізації людини в інформаційному суспільстві.**

Існування людини в світі, її світогляд і поведінка обумовлюються як соціально-економічними, так і соціокультурними обставинами. Тобто суспільство формує певний соціальний тип характеру людини, що відображає суспільні настанови тієї чи іншої форми. В соціальному сенсі, людина обмежена певною рольовою функцією. В психологічному аспекті самореалізації, людина суб'єктивно інтерпретує свою колективну роль, яка може співпадати чи не співпадати з соціальними передумовами [1,4].

Дослідник соціального характеру Д. Рісмен [7] визначав три типи характеру особистості, що відображає відповідний етап економічного розвитку індустріальної епохи. Перший тип притаманний суспільству вільного підприємництва як «внутрішньоорієнтований», що являє собою активну, сміливу людину, яка має власну позицію та діє за принципом «гіроскопу» - тобто має чіткі життєві принципи. На зміну конкурентноспроможній економіці приходять монополістичний капіталізм, реальною силою якого стають корпорації з високоорганізованою бюрократичною системою виробництва, в якій людина стає «гвинтиком» цієї системи. Тому відбувається і зміна типу особистості – «зовнішньоорієнтованої», головною задачею якої є пристосування до оточуючо-

го середовища. Людина втрачає автономність і цілеспрямованість. Такий тип особистості діє за принципом «радару», що дегуманізує особистість, деформує її особистісні, емоційні елементи [4,7].

М. Вебер надавав великого значення сутнісній основі капіталістичної системи, що ґрунтувалась на ідеях «протестантської етики». Її ідея полягала у формуванні скромного, бережливого робітника, який обмежував себе заради праці, як богоугодного діла. Проте становлення монополістичного капіталізму, в якому головним чинником є зростаючий прибуток, викликало протилежну реакцію. А саме: чим більше витрачає людина, підтримуючи належний рівень життя, тим краще. [1,4].

У виробничих організаціях індустріальної доби, що нагадують великий механізм, створюється своєрідно «корпоративна культура», яка породжує третій тип особистості – «корпоративну особистість», що ідентифікує себе з інтересами, цілями, засобами життєдіяльності корпорації [4,7]. «Людина Організації» під впливом корпоративної етики, яку У.Вайт називає «соціальною етикою», втілює в життя наступні настанови:

- сцієнтизм, який, що формує в людини віру в подолання всіх життєвих проблем за допомогою науки;
- «об'єднаність», тобто віра в групу (колектив) як джерело натхнення та успіху;
- «згуртованість» як психологічний захист, де стабільність і спорідненість надають емоційного захисту від проблем у світі.

Характерною рисою такої людини стає конформізм: життя, час наповнений зразками та правилами, при відсутності власного досвіду та позиції. За висловом У.Вайта людина з деформованою особистістю стає «добре обточеною людиною», для якої сенсом життя стає виконання соціальної ролі [4, с.52 - 54].

Поступово настанови протестантської етики змінилися гедоністичними потребами, які треба негайно задовольняти, і саме в споживанні відбувається справжнє життя та самореалізація. Взагалі суспільство у всіх своїх проявах стало «корпоративним»: відносини між людьми, в правилах поведінки на роботі та проведенні відпочинку. Названі чинники сприяли формуванню «масової» людини, що споживає товари масового виробництва та масової культури. Тобто як службовець людина повинна бути дисциплінованою, керованою, слухняною, а як споживач навпаки життєлюбною, недисциплінованою, швидко задовольняти свої бажання. Така дисгармонія розвитку людини в індустріальному суспільстві сприяла роздвоєнню особистості, що штучно підтримувалась лозунгами еґотичного життя [1;5;6].

Втім, на нашу думку, обумовленість, правила, структурованість надавала певну безпеку та психологічний комфорт переважній більшості людей в індустріальну добу. Поняття «самореалізації» були чітко визначені ідеологією та правилами, а головне – підтримувались відповідним економічним розвитком. Можна припустити, що до певного часу індустріальна реальність надавала більшості людей рівновагу та впевненість, що є одним з базових цінностей будь-якого суспільства.

Е.Тоффлер зазначає, що поява новітніх техноло-

гій, реорганізація виробництва, швидкоплинність інформаційного потоку створюють багатоманітну реальність «третьої хвилі» [5]. Наприклад, правила нової реальності, що базується на новій економіці, перетворюють корпорації на багатоцільові інститути, які вирішують наступні проблеми:

- приросту населення та споживання енергії; проблеми екології, які потребують матеріальних змін у відносинах між виробництвом та біосферою;
- соціального оточення, де суспільство поділяється на добре організовані групи за власними інтересами та цінностями.
- інформаційної сфери, в якій корпорація стає не тільки економічним, а й інформаційним виробником;
- взаємодії з владою, в якій кожна велика компанія має представника в тій чи іншій політичній силі;
- зростання морального тиску з боку суспільних настанов, що вимагають дотримання законів у роботі корпорацій (наприклад, заборона торгувати зброєю, боротьба з корупцією та ін.).

На сучасному етапі розвитку суспільства, транснаціональні корпорації (ТНК) фактично відіграють головну роль у світовій економіці та нерівнозначно впливають на соціальне життя держав. Для ТНК як і раніше, основним є прибуток, і це стає причиною економічних криз, які безпосередньо відбиваються і на соціальному житті суспільства. Тому модель Е.Тоффлера щодо нової якості корпорацій виглядає дещо утопічною. Але тенденції щодо змін і в корпоративних структурах та появі нових соціально-орієнтованих функцій у роботі корпорацій дійсно відбуваються.

Отже, зміни в корпораціях, диференціація продукції та сервісу відображають різноманіття потреб, цінностей та стилів життя, і це свідчить про те, що суспільство, перестає бути масовим. У сучасному світі заняття людей стають все менше взаємозамінними, як і їх поведінка. Так, досягнувши певного рівня доходів, людина нерізно змінює свої потреби: бажаною стає не кількість грошей, а сенс власної роботи. Цінністю постає не те, *чим* володіє людина, а в тому, *що* вона вміє робити сама. Тобто людина на своєму робочому місці більш глибоко усвідомлює свої релігійні, професійні, субкультурні або індивідуальні відмінності, які формують новий соціальний характер, що теж набуває рис різноманітності, свободи самовираження, відкритості, більших можливостей [5,6].

Під тиском інноваційної інформації людина вимушена постійно трансформувати ментальну картину світу. Звичайно в такій ситуації можна усунути-ся від «інформаційної навали», а можна зростати та змінюватись разом з інформаційним потоком. Тому головною рисою в соціальному характері людини інформаційного суспільства стає вміння використовувати новітні технології, здатність переробляти велику кількість інформації та адаптуватися щодо неї – саме це стає економічною необхідністю [5;6].

Е.Тоффлер слушно зауважує, що нова «надсимволічна економіка» потребує розвинутих людських якостей: уяви, інтуїції, комунікабельності, креативності, нестандартних рішень, оскільки знання стають головним сенсом роботи [6]. відповідно до цього скла-

даються нові відносини між роботодавцем і робітником, де самовияв, індивідуалістична позиція працівника є не тільки бажаними, але й *соціально санкціонованими*. І хоча влада належить ринку праці, але саме людський капітал (тобто знання, навички, уміння працівників) стають основним джерелом благополуччя в сучасному суспільстві. Відбувається поєднання внутрішньо мотивованої дії та соціально зумовленої поведінки людини, що виражає сутність самореалізації в інформаційну добу [1;5;6]. Тобто різноманітна та багатовимірною реальність «третьої хвилі» формує появу нового соціального «Я», що складається з багатьох модулів. А саме: таланти та здібності людини будуть *затребувані* суспільством, і що й сприятиме самореалізації людини в інформаційну добу.

### Висновок

Отже, перехід до інформаційного суспільства супроводжується глибокими змінами в соціально-економічній сфері життя, які впливають на людину та формують її новий соціальний характер. Його головними рисами є індивідуалістична позиція, нестандартність мислення, творча уява та самостійність у прийнятті рішень. Поява новітніх технологій та сучасних засобів комунікації активізують інтелектуальну діяльність, збільшують можливості самовираження та формування власного «Я». Тому рівень самоусвідомлення та самоактуалізація, власний вибір людини щодо свого життя, незалежний від політичні, соціальних установок, надає можливості до самоздійснення та самореалізації в інформаційну добу. Разом з цим у роботах Е. Тоффлера чітко

визначенні тенденції майбутнього суспільства, яке насамперед дозволить людині задовольняти духовні цінності, а вже потім матеріальні потреби.

Безумовно, зміни в соціально-економічній сфері відбуваються, поступово змінюється рівень самоусвідомлення людей. Але, на наш погляд, визначати сьогодні як реальність «третьої хвилі» ще зарано. Сучасність відповідає квінтесенції «другої хвилі», головним чинником якої є безпека та право вибору з позицій егоїзму. Тобто зміна сутності індустріальної цивілізації на інформаційну цивілізацію в інтерпретації Е. Тоффлера ще не відбулася, хоча зміна форм життєдіяльності суспільства цілком очевидні. А тому практично неможливо спрогнозувати, які моделі майбутнього Е. Тоффлера стануть дійсністю.

### Список літератури

1. *Інформаційне суспільство у соціально-філософській ретроспективі та перспективі*. – К.: ТОВ «XXI століття діалог культур», 2009. – 404с.
2. *Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства // Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. – К.: Либідь, 1996. – С.194 - 250.
3. *Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608с.
4. *Лях В. В. Рационализм и иррационализм в современной буржуазной социальной философии*. – К.: Наукова думка, 1986. – 188 с.
5. *Тоффлер Е. Третья хвиля*. – М.: АСТ, 2004 – 784 с.
6. *Тоффлер Е. – Метаморфозы власти* – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 669с.
7. *Riesmen D. – Gaibrat and market capitalism*. – London, 1980.

Т.И. Автономова

#### САМОРЕАЛИЗАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА В ИНТЕРПРЕТАЦИИ Э. ТОФФЛЕРА

Рассмотрены социально-экономические условия развития общества в концепциях зарубежных философов, а так же модель информационного общества Тоффлера, в которой понятие мира, времени, пространства, мышления приобретает другое измерение, а уровень самореализации, самосознания человека становятся главным фактором информационной эпохи.

T. Avtomonova

#### MAN'S SELF-REALIZATION IN E.TOFFLER'S INTERPRETATION

The socio economic conditions of development of a society in the concepts of the foreign philosophers are considered, and as Toffler's model of an information society, in which concept of the world, time, the spaces, thinking get other measurement, and level of self-realization, the self-consciousnesses of the man become a primary factor of information epoch.

УДК 130.2:811.9(045)

О.П. Антіпова, аспірантка НАУ

## СОЦІОКУЛЬТУРНА ОСОБЛИВІСТЬ МОВИ НАУКИ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

*У статті розглядаються соціокультурні особливості мови науки в умовах інформатизації. Аналізується роль мови як культурного феномену в процесі наукової комунікації.*

### Вступ

На сьогодні інформатизація суспільства постає як сукупність взаємопов'язаних технічних, економічних, соціальних, політичних і духовно-культурних факторів. Вони забезпечують широкомасштабне отримання, обмін і застосування інформації в суспільстві з метою його подальшого розвитку та вдосконалення. Інформатизація охоплює всі сфери людської діяльності, що впливають на людину, – знання і мораль, економічні й духовні інтереси, її розвиток як особистості.

Глобалізаційні процеси на зламі тисячоліть ще раз доводять, що сучасність – час могутнього прогресу фундаментальних наук, зростаючої гонки у сфері наукомістких технологій, масштабних науково-технічних проектів і грандіозних відкриттів. Тому весь планетарний соціум сьогодні постає не просто як «соціум інформатизації», а як «соціум знання». Така нова і водночас мінлива картина світу в цілому залежить від нового образу науки, що виявляє її зростаючі можливості й новий культурно-творчий потенціал. Найважливішими стратегічними ресурсами такого мега-

соціуму