

ПАРАДИГМА ГЛОБАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ФОРМУВАННЯ Й ОСНОВНІ ЗАСАДИ

PARADIGM OF GLOBAL INFORMATIONAL SOCIETY: FORMATION AND BASIC BASICS

УДК 330.341

Любчик К.Л.

аспірант кафедри міжнародного обліку та аудиту
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Lyubchik Katherine

Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

Фундаментальні процеси інформатизації глобальної економічної системи торкаються усіх сегментів і сторін функціонування підприємницького сектору, спричиняючи глибокі структурні зрушення світового відтворювального процесу. Даний тренд набуває яскравого втілення у сучасних змінах галузевого розподілу новостворених компаній, у якому лівова частка припадає на підприємницькі структури динамічно зростаючих інформаційно-інноваційних галузей економіки. У характеристиці даних процесів є такий важливий індикатор, як структура сукупної зайнятості. Значна частина створеної доданої вартості та зайнятості у секторі інформаційно-комунікаційних технологій у країнах генерується дислокованими тут дочірніми підрозділами іноземних ТНК. Чим більш розвинутими є інформаційний і креативний сектори національної економіки тієї чи іншої країни, тим більшу кількість медіапродуктів можуть продукувати її економічні агенти з використанням як національних, так і міжнародних ресурсів. Водночас важливим у розумінні природи медіапродуктів є їх політекономічний контекст, що відбиває, по суті, систему відносин економічної власності між різними економічними агентами.

Ключові слова: суспільство, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційні технології, глобальна економіка.

Фундаментальные процессы информатизации глобальной экономической системы

касаются всех сегментов и сторон функционирования предпринимательского сектора, вызывая глубокие структурные сдвиги мирового воспроизводственного процесса. Данный тренд находит яркое воплощение в современных изменениях отраслевого распределения новых компаний, в котором львиная доля приходится на предпринимательские структуры динамично растущих информационно-инновационных отраслей экономики. В характеристике таких процессов есть такой важный индикатор, как структура совокупной занятости. Значительная часть созданной добавленной стоимости и занятости в секторе информационно-коммуникационных технологий в странах генерируется дислоцированными здесь дочерними подразделениями иностранных ТНК. Чем более развитыми являются информационный и креативный секторы национальной экономики той или иной страны, тем большее количество медиапродуктов могут производить ее экономические агенты с использованием как национальных, так и международных ресурсов. В то же время важным в понимании природы медиапродуктов является их политэкономический контекст, отражающий, по сути, систему отношений собственности между различными экономическими агентами.

Ключевые слова: общество, информационное общество, информационно-коммуникационные технологии, глобальная экономика.

Today, we are witnessing the widespread use of theoretical knowledge in social and economic practice, which provides countries with a post-industrial model of economic development sufficiently high indicators of growth of gross domestic product and total added value, a steady increase in the productivity of social labor in all spheres of production activity, as well as increase their competitive impact on all structural segments of the global market. The fundamental processes of informatization of the global economic system in recent decades directly affect all segments and sides of the business sector, causing deep structural changes in the world reproduction process. This trend is becoming the most vivid embodiment of the current changes in the sectoral division of newly created companies, which currently has a lion's share in the business structure of the dynamically growing information and innovation sectors of the economy while reducing the number of newly created companies in the traditional branches of the economy. In describing the processes of formation and development of the information society, one can not ignore such an important indicator as the structure of aggregate employment. A significant part of the created added value and employment in the sector of information and communication technologies in the countries are generated by affiliated subsidiaries of foreign MNEs, or by local companies owned or controlled by foreign firms. The more developed the information and creative sectors of the national economy of a country, the more media products can be produced by its economic agents, using both national and international resources. At the same time, the importance of understanding the nature of media products is their political-economic context, which essentially reflects the system of relations of economic property between different economic agents regarding the appropriation of the results of the creative activity embodied in media products in the form of intellectual work of literary, journalistic, entertainment, scientific and other nature. The logical result of the systematic informatization of the global economic system was the formation in its structure of a specific sphere of social production, specializing in the production, provision of market circulation and public consumption of a special product with a specific consumer value – media products.

Key words: society, information society, information and communication technologies, global economy.

Постановка проблеми. Усталений і незворотний характер глобального тренду розбудови інформаційного суспільства мають оцінки авторитетних міжнародних експертів, згідно з якими з 4,4 трлн дол. США щорічного експорту продукції високих технологій понад половина припадає на сектор інформаційно-комунікаційних технологій. Із цих даних впливають ключові риси інформаційного суспільства: структуроформуюча роль інформації, мережево-мозаїчна структура суспільства, домі-

нування горизонтальних суспільних зв'язків, конвергенція засобів зв'язку, децентралізація засобів масової інформації і бурхливий розвиток електронних засобів зв'язку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню інформаційного суспільства, а також вартісним обсягам сукупної доданої вартості, згенерованої сектором інформаційно-комунікаційних технологій, присвячено праці таких учених, як: Я.М. Столярчук, О.М. Галенко, О.Ю. Біленький,

Ж. Бодрийяр, О.С. Рогалева, Т.В. Шкайдерова, Е. Кин, Е. Рогерс та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення парадигми глобального інформаційного суспільства та її формування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування інформаційного суспільства є визначальним трендом глобального економічного розвитку першої чверті ХХІ ст., що породжений вибуховим розвитком соціальної революції, конвергенцією її інформаційних і комунікаційних технологій, суттєвим нарощуванням впливу інформації та знань на всі сфери людської діяльності зі стрімким збільшенням масштабів їх суспільного споживання

Підтвердженням довготерміновості, усталеного і незворотного характеру глобального тренду розвитку інформаційного суспільства є й оцінки авторитетних міжнародних експертів, згідно з якими з 4,4 трлн дол. США щорічного експорту продукції високих технологій понад половина припадає на сектор інформаційно-комунікаційних технологій зі зростаючою його концентрацією у регіоні Східної і Південно-Східної Азії (Китаї, Японії, Малайзії, Філіппінах, Сінгапурі, Республіці Корея, Тайвані і Таїланду) [1, с. 33]. Понад 60% усіх патентів, зареєстрованих у Бюро патентів і торговельних марок США (USPTO) у 2016 р., припадає на три категорії знань: інформаційно-комунікаційні технології; системи тестування, вимірювання і контролю; хімію й охорону здоров'я. У період 2000–2016 рр. частка ІКТ у загальній кількості виданих цією інституцією патентів на винаходи зросла з 22% до 37% [2, с. 23]. Згідно з даними експертів Групи Світового банку, у сучасній ринковій системі фізичний капітал забезпечує у середньому не більше 16% загального обсягу національного багатства країн, тоді як при-

родний – 20%, а людський творчий капітал – 64% [3, с. 7]. І це при тому, що ще до інформаційно-технологічної революції кінця 1990-х років близько 85% загального зростання подушових доходів у США забезпечувалося технологічними змінами [4, с. 93]. Як результат, сьогодні всі ми стаємо свідками широкого використання теоретичних знань у суспільній і господарській практиці, що забезпечує країнам із постіндустріальною моделлю економічного розвитку достатньо високі показники приросту валового внутрішнього продукту і сукупної доданої вартості, неухильне підвищення продуктивності суспільної праці в усіх сферах виробничої діяльності, а також нарощування їхнього конкурентоспроможного впливу на всі структурні сегменти глобального ринку.

Як свідчать дані, у період 2008–2015 рр. приріст вартісного обсягу створеної сектором інформаційно-комунікаційних технологій доданої вартості досягнув 2% із найбільшим приростом сектору розроблення програмного забезпечення, а також ІТ та інших видів інформаційних послуг.

Із цих даних випливають ключові риси інформаційного суспільства: структуроформуюча роль інформації, мережево-мозаїчна структура суспільства, домінування горизонтальних суспільних зв'язків, конвергенція засобів зв'язку, децентралізація засобів масової інформації і бурхливий розвиток електронних засобів зв'язку [5, с. 222]. Важливо при цьому відзначити вартісні обсяги сукупної доданої вартості, згенерованої сектором інформаційно-комунікаційних технологій, які за групою десяти найрозвинутіших країн світу досягнули у 2015 р. майже 2,7 трлн дол. США, у тому числі: у США – 1,1 трлн, державах Євросоюзу – 697 млрд, Китаї – 284 млрд, Японії – 223 млрд (табл. 1).

У цьому ж році частка виробленої ІКТ-сектором доданої вартості у її загальних обсягах становила

Таблиця 1

Топ-10 країн за показником внеску інформаційно-комунікаційних послуг у створення сукупної доданої вартості в економіці у 2015 р.

Місце у рейтингу	Країна	Сукупна додана вартість, згенерована сектором ІКТ, млрд дол. США	Частка країни у топ-10 за обсягом доданої вартості ІКТ-сектору, %	Частка країни у топ-10 за обсягом ВВП, %
1	США	1106	42	6,2
2	Європейський Союз	697	26	4,3
3	Китай	284	11	2,6
4	Японія	223	8	5,4
5	Індія	92	3	4,5
6	Канада	65	2	4,2
7	Бразилія	54	2	3,0
8	Республіка Корея	48	2	3,5
9	Австралія	32	1	2,4
10	Індонезія	30	1	3,5
Усього		2657	100	4,5

Джерело: складено за [6, с. 23]

за групою країн ОЕСР близько 5,5% із наявністю доволі глибоких міжкраїнових диференціацій у значенні даного показника від максимальних значень на рівні понад 10% у Республіці Корея та по 7% у Швеції і Фінляндії до мінімальних 3% у Мексиці і Туреччині (рис. 1). Принагідно наголосити, що лівову частку доданої вартості сектору ІКТ формує такий його сегмент, як ІТ та інші види інформаційних послуг, що відображає, по суті, найбільш динамічний сегмент інформаційно-комунікаційного сектору глобальної економіки.

У характеристиці процесів становлення і розвитку інформаційного суспільства не можна оминати увагою і такий його важливий індикатор, як структура сукупної зайнятості. Достатньо сказати, що ще в середині 1980-х років понад 50% загальної кількості робочої сили в економіці США становили наймані працівники сфери інформаційних технологій, виробничі функції яких були пов'язані, головним чином, з обробленням інформаційних даних та генеруванням нової інформації. На це вони витрачали понад 60% загального бюджету свого робочого часу, тоді як працівники традиційних секторів промисловості – не більше 9% [7].

Загалом же структурна динаміка зайнятості за країнами ОЕСР засвідчує доволі стійкий і випереджальний тренд зростання частки працівників сектору ІКТ порівняно зі зростанням зайнятості у традиційних галузях і секторах економіки. Зокрема, тільки у період 2008–2015 рр. на тлі 2%-го зростання загальної зайнятості у державах даної групи зайнятість у секторі ІКТ зросла на 5%, у виробництві програмного забезпечення – майже на 25%, а в секторі ІТ та інших видів інформаційних послуг – на 27%. І хоча сектори виробництва ІКТ та телекомунікацій не виявили за вказаний період жодних ознак посткризового відновлення зайнятості, однак загальна її динаміка у сфері інформаційно-комунікаційних технологій засвідчує позитивні тенденції щодо зростання як загальної кількості працівників, так і їхньої частки у структурі сукупної робочої сили.

У цьому контексті повною мірою можна погодитися із занепокоєнням Е. Кіна і Н. Вінера з приводу вкрай негативного впливу динамічного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій на збереження робочих місць у традиційних галузях і секторах економіки [8]. Своєю чергою, канадський еколог мас-медіа М. Маклюен, описуючи ідеалістичні мотиви створення Інтернету, стверджує, що «ми спочатку формуємо технології, а згодом наші технології формують нас» [9, с. 20].

Принагідно також відзначити, що значна частина створеної доданої вартості та зайнятості у секторі інформаційно-комунікаційних технологій у країнах ОЕСР генерується дислокованими тут дочірніми підрозділами іноземних ТНК або місцевими компаніями, що належать чи контролюються

зарубіжними фірмами. Наприклад, у 2015 р. частка доданої вартості, виробленої філіями іноземних компаній сектору ІКТ в Естонії та Угорщині, перевищувала 75%, у Польщі – понад 60%, у Чехії – 55%, у Латвії і Данії – по 45%, у Нідерландах – 40%. Відповідні показники зайнятості працівників сектору ІКТ у філіях іноземних компаній становили за вказаними країнами 80% і 60%, 52%, 45%, 35% і 40%, 25% відповідно [10, с. 120]. Це є свідченням, з одного боку, значно вищої продуктивності праці у філіях зарубіжних компаній порівняно з місцевими фірмами, а з іншого – їх значного внеску в динаміку розвитку інформаційно-комунікаційних секторів приймаючих країн на основі надання їхнім економічним агентам широкого доступу до своїх інноваційних розробок у сфері ІКТ, генерування нових інформаційних ресурсів та нарощування масштабів фінансування сфери досліджень і розробок у даному секторі.

Як бачимо, інформаційне суспільство є якісно новою історичною стадією цивілізаційного розвитку, що базується на фундаментальних процесах масового генерування, оброблення, передачі і використання інформації, насамперед, на основі глобального поширення інформаційно-комунікаційних технологій. Виникнувши у другій половині ХХ ст. у результаті панування епохи постмодернізму, інформаційне суспільство, за влучним висловлюванням Ж. Бодріяра, поклало початок кризи, а згодом і повного руйнування традиційної системи культурних цінностей. Саме інформаційне суспільство, на думку вченого, формує загальні контури так званого суспільства вседозволеності, в якому завдяки всезагальній доступності інформації стають можливими будь-які творчі акти. У праці «Екстаз комунікації» (1987 р.) він пише: «У політиці змішалось «ліве» і «праве», у засобах комунікації – істина і брехня, у світі предметів – корисність і марність, а природа і культура зливаються на рівні сигніфікації. Великі гуманістичні критерії стираються у нашій системі образів і знаків ... суспільство тотальної інформації ... демонструє усім що завгодно й як завгодно, а в інформаційному потоці зливаються в одне ціле політичні діячі, вбивці та їх жертви, гидоти війни і створені художниками шедеври, щасливі ділки і курорти, діти-сироти та картинки з модних показів ... усе є рівним перед масовою інформаційною системою» [11].

Фундаментальні процеси інформатизації глобальної економічної системи в останні десятиліття напряму торкаються усіх сегментів і боків функціонування підприємницького сектору, спричиняючи глибокі структурні зрушення світового відтворювального процесу. Даний тренд набуває найбільш яскравого втілення у сучасних змінах галузевого розподілу новостворених компаній, в якому лівова частка (близько 80%) припадає нині на

підприємницькі структури динамічно зростаючих інформаційно-інноваційних галузей економіки на тлі одночасного зменшення кількості новостворюваних компаній у традиційних галузях економіки. Згідно з даними дослідницького проекту Gazelles Innovation Panel, у державах Західної Європи так звані компанії-«газели» (фірми, що функціонують на ринку не більше п'яти років) створюють нині від 75% до 80% нових робочих місць, хоча їхня питома частка у загальній кількості зареєстрованих підприємницьких структур не перевищує 5% їх загальної кількості [12, с. 5]. Водночас в економіці Сполучених Штатів Америки в останнє десятиліття понад 85% сукупних інвестиційних капіталовкладень приватного сектору спрямовується на відтворення основного капіталу з великомасштабними вартісними обсягами відшкодування вибуття з виробничого процесу активної частини основних фондів [13, с. 12]. Це є свідченням не тільки домінування у цій країні якісного відновлення основного капіталу над збільшенням його кількісних параметрів, а й неухильного якісного вдосконалення його органічної побудови.

Саме вищезазначеними рисами інформаційне суспільство фундаментально відрізняється від суспільства індустріального типу, що характеризується домінуванням матеріально-речових чинників у процесах суспільного виробництва та пануванням фізичної уречевленої праці. Закономірним результатом системної інформатизації глобальної економічної системи стало формування в її структурі специфічної сфери суспільного виробництва, що спеціалізується на продукуванні, забезпеченні ринкового обігу і суспільного споживання особливого товару зі специфічною споживчою вартістю – медіапродукту. Він посідає особливе місце у загальному спектрі товарів і послуг, спрямованих на задоволення виробничих та індивідуальних потреб економічних агентів. Медіапродукти репрезентують результати людської креативної праці, що є економічними благами особливого типу і призначені для задоволення людських потреб як у традиційних видах інформаційного контенту (політичного, економічного, соціального, розважального чи іншого характеру), так і якісно нових, пов'язаних зі споживанням благ креативного характеру у цілях інтелектуального і духовного розвитку людської особистості.

У цьому контексті слід відзначити, що сьогодні все ще відсутнє єдине загальноприйняте визначення категорії «медіапродукт» з причин неоднозначності, дискусивності і багатовимірності його суспільної й економічної природи. На нашу думку, під медіапродуктами слід розуміти результати людської креативної діяльності, що продукуються в інформаційному секторі економіки за участі креативних чинників виробництва,

втілюються у відповідних матеріальних носіях інформаційного контенту (газетах, журналах, теле- і радіопередачах, Інтернет-ресурсах та ін.), а також набули форми товару і стали об'єктом обмінних відносин на національних, регіональних та світовому ринках. Принагідно особливо відзначити, що чим більш розвинутими є інформаційний і креативний сектори національної економіки тієї чи іншої країни, тим більшу кількість медіапродуктів можуть продукувати її економічні агенти з використанням як національних, так і міжнародних ресурсів. Водночас важливим у розумінні природи медіапродуктів є їх політекономічний контекст, що відбиває, по суті, систему відносин економічної власності між різними економічними агентами з приводу привласнення результатів втіленої у медіапродуктах креативної діяльності у формі інтелектуального доробку літературного, публіцистичного, розважального, наукового та іншого характеру.

Висновки з проведеного дослідження. Інформаційне суспільство є якісно новою історичною стадією цивілізаційного розвитку, що базується на глобальному поширенні інформаційно-комунікаційних технологій, фундаментальних процесах масового генерування, оброблення, передачі і використання інформації, а також суттєвому нарощуванню впливу інформації і знань на всі сфери людської діяльності. Закономірним результатом системної інформатизації глобальної економічної системи стало формування в її структурі специфічної сфери суспільного виробництва, що спеціалізується на продукуванні, забезпеченні ринкового обігу і суспільного споживання особливого товару зі специфічною споживчою вартістю – медіапродуктів. Вони репрезентують результати людської креативної праці, що є економічними благами особливого типу і призначені для задоволення людських потреб як у традиційних видах інформаційного контенту (політичного, економічного, соціального, розважального чи іншого характеру), так і якісно нових, пов'язаних зі споживанням благ креативного характеру для інтелектуального і духовного розвитку людської особистості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Science & Engineering Indicators 2016. National Science Board, 2016. URL : <http://nsf.gov/statistics/2016/nsb20161/#/> (дата звернення: 10.01.2019).
2. Science & Engineering Indicators 2018. National Science Board, 2018. URL : <http://www.nsf.gov/statistics/2018/nsb20181/#/> (дата звернення: 10.01.2019).
3. Глобальний ринок інтелектуальної власності: масштаби, структура, інститути : монографія / Я.М. Столярчук та ін. Київ : КНЕУ, 2016. 363 с.
4. Модель розвитку галузей економіки України : монографія / за ред. С.О. Гуткевич. Київ : НТУУ «КПІ», 2011. 471 с.

5. Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор). *Вестник Омского университета*. 2015. № 1. С. 222–225.

6. Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development. UNCTAD, 23 October 2017. 130 p.

7. Rogers E. Communication technology: the new media in society. N.Y., 1986.

8. Turner F. From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism. University of Chicago Press, 2008.

9. Кин Э. Ничего личного. Как социальные сети, поисковые системы и спецслужбы используют наши персональные данные для собственной выгоды. Москва : Альпина Паблишер, 2016. 224 с.

10. OECD Digital Economy Outlook 2017. OECD, 2017.

11. Бодрийяр Ж. Экстаз коммуникации. URL : www.read.in.ua/book229744 (дата звернення: 10.01.2019).

12. Addressing challenges for high-growth companies. Summary and conclusions of the Europe INNOVA gazelles innovation panel. *Europe INNOVA*. 2006. № 6.

13. Mitusch K., Schimke A. Gazelles-High-Growth Companies Final report. Task 4. Horizontal Report. 2011.

14. Федулова Л.І. Прогнозування технологічного розвитку галузей промисловості. *Економіка та прогнозування*. 2008. № 1. С. 20–38.

REFERENCES:

1. Science & Engineering Indicators 2016. – National Science Board, 2016. – URL: <http://nsf.gov/statistics/2016/nsb20161/#/>. (accessed 10.01. 2019).

2. Science & Engineering Indicators 2018. – National Science Board, 2018. – URL: <http://www.nsf.gov/statistics/2018/nsb20181/#/>. (accessed 10.01.2019).

3. Stolyarchuk Ya., Galenko O., Belenky O., Stolyarchuk V. (2016) Globalniy rynok intelektualnoy vlasnosti: masshtabi, struktura, institute. [Global Intellectual Property Market: Scale, Structure, Institutes] KNEU. Kiyiv

4. Gutkevich S. Model rozvitku galuzey ekonomiki Ukraini (2011). [The model of development of Ukrainian economy sectors] NTUU «KPI». Kiyiv.

5. Rogaleva O. (2015). Novyye media: evolyutsiya ponyatiya (Analiticheskiy obzor). [New Media: The Evolution of the Concept (Analytical Review)] *Vestnik Omskogo universiteta*. no 1. pp. 222–225.

6. Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development. – UNCTAD, 23 October 2017. – 130 p.

7. Rogers E. Communication technology: the new media in society / E. Rogers E. – N.Y., 1986.

8. Turner F. From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism. University of Chicago Press, 2008.

9. Kin E. (2016). Nichego lichnogo. Kak sotsialnyie seti, poiskovyye sistemy i spetssluzhby ispolzuyut nashi personalnyie dannyye dlya sobstvennoy vyigodyi. [Nothing personal. As social networks, search engines and security services use our personal data for our own benefit]. Alpina Publisher. Moskva.

10. OECD Digital Economy Outlook 2017. – OECD, 2017.

11. Bodriyyar Zh. Ekstaz kommunikatsii. available at: www.read.in.ua/book229744 (accessed 10.01.2019).

12. Addressing challenges for high-growth companies. Summary and conclusions of the Europe INNOVA gazelles innovation panel // *Europe INNOVA*. – 2006. – Paper № 6.

13. Mitusch K. Gazelles-High-Growth Companies Final report. Task 4 / K. Mitusch, A. Schimke // *Horizontal Report*. – 2011.

14. Fedulova L. (2008) Prognozuvannya tehnologichnogo rozvitku galuzey promislovosti. [Forecasting of technological development of industries] *Ekonomika ta prognosuvannya*. no 1. pp. 20–38.