

5. Мельник О. Інформаційне суспільство та суспільство знань – становлення та розвиток понять [Електронний ресурс] / О. Мельник. – Режим доступу: http://novyn.kpi.ua/2007-2-2/12_Melnik.pdf.

УДК 304. 5. (100) (075. 8)

Мельник В. В.

канд. філософ. наук, доцент кафедри управління,
інформаційно-аналітичної діяльності та євроінтеграції,
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

ІНФОРМАЦІОЛОГІЯ ЯК ТЕОРЕТИЧНА І ПРАКСІОЛОГІЧНА ЗАСАДА ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ ТА НАПРЯМИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Інформаціологія як теоретична і праксіологічна засада інноваційно-інформаційного управління – це новий спосіб розвитку, створений реструктуризацією способу виробництва в кінці ХХ ст. До розквіту інформаціології привела взаємодія між широкими програмами досліджень, великими ринками і розвинутими державами, так як при інформаційному способі розвитку джерелом продуктивності є технології виробництва, знання, обробка інформації. Головним джерелом продуктивності є сьогодні вплив знання на знання, що було відображено в авторській статті [3]. Постільки інформаціологія базується на технологіях знання та інформації, інформаційний спосіб розвитку передбачає тісний зв'язок між культурою і виробничими силами, між духом і матерією. Найважливішим є те, що інформаційна економіка зачіпає всю планету, передбачаючи або «включення» її, або «виключення» із процесів виробництва, обміну і споживання. Тому в інформаційну еру ми можемо очікувати появи радикально нових форм соціальної взаємодії, соціального контролю і соціальних змін [1]. Про розвиток інформаціології як основи інноваційно-інформаційного управління свідчить те,

що нова архітектура економіки в умовах *неоінформаціології* все більше стає *сервісною економікою*, так як у структурі ВВП цих країн сфера послуг вже давно перевищила 60 %, а частка обробної промисловості не досягає 20 %. Тому не останню роль відіграють сьогодні і дослідження з інформаціології, які з філософсько-методологічних позицій повинні усвідомлювати всі процеси, що відбуваються у сучасному світі. Не випадково сьогодні виникають багато різноманітних видів і типів інформаціологічного *знання* – економіка інформаційно-комунікативних технологій, мережева економіка, економіка глобальних процесів, економіка інтелектуальної власності, інноваційна економіка, інвестиційна економіка (інвестиції в людський капітал), інформаційна економіка, соціальна економіка, економіка знань, екологія (наука, що досліджує еколого-економічні системи різного рівня), економіка природокористування. Інформаціологія як основа створення інноваційно-інформаційного управління має комплексний характер і передбачає кілька напрямів: формування і використання інформаційних ресурсів; створення, розвиток і використання інформаційних систем, телекомунікаційних мереж (автоматизованих інформаційних систем, банків і баз даних, баз знань тощо); інформаційних технологій збору, нагромадження, розповсюдження, зберігання інформації, доступу до неї на основі сучасної електронної обчислюваної та комунікаційної техніки, засобів зв'язку. Важливою складовою інформаціології є також створення і застосування засобів, механізмів захисту інформації як об'єкта відповідних процесів (інформаційна безпека). Як свідчить досвід індустріальних країн, інформаціологія сприяє забезпеченню національних інтересів, поліпшенню керованості економікою, слугує розвитку наукомістких виробництв і високих технологій, зростанню продуктивності праці, вдосконаленню соціально-економічних відносин, збагаченню духовного життя і подальшій демократизації суспільства [3] Інформаціологія – це управління діяльністю організації відносно використання інформації в інтересах самої організації; забезпечення ефективного розвитку організації через посередництво регулювання різних її видів у процесі інформаційної діяльності

та використання інформаційних технологій. Як відмічає А. Лазаревич у своєму доробку «Глобальное коммуникационное общество», «Інформаційні технології, породжені науково-технічним прогресом, сьогодні розглядаються скоріше як сфера соціальної системи, що має свої цінності і норми, статус і символи престижу. Іншими словами, це вже культурний феномен. Інформатизація породила нові напрямки в науці і культурі, яка поступово змінює ареал соціальної реальності і духовного життя людини [2, с. 23]. Усе, що відбувається у рамках інформаціології, здійснює безпосередній вплив на долі суспільства, змінює його культурні пріоритети і соціальну природу. Інформаціологія як основа створення інноваційно-інформаційного управління – це: а) сукупність інформативних відомостей, необхідних для активного впливу на керовану систему з метою її оптимізації; б) набір вузькоспеціалізованих даних, що продукуються у всіх сферах діяльності суспільства. При цьому дані – це сигнали, кількісні чи якісні, про об'єкт, які необхідно перетворити таким чином, щоб сформувати інформацію [3]. Задачі інформаціології: 1) якісне інформаційне забезпечення процесів управління в організації; 2) забезпечення управління обробки інформації на всіх рівнях; 3) забезпечення управління комунікаціями (спілкування – передача інформації від людини до людини). Інформаціологія стосується всіх функцій управління сучасної організації, а її зміст визначається концепцією про розвиток нової самостійної сфери знання – комунікаційних та інформаційних наук, які відповідають інформаційній парадигмі розвитку суспільства і мають власну специфіку поряд з іншими сферами наук (соціальними, гуманітарними, технічними, точними, природничими). Інформаціологія як наука тісно пов'язана з теорією інформації і комунікації, історією спеціальних і масових комунікацій, інформаційною інфраструктурою суспільства, теорією інформаційного суспільства, системою інформаційно-комунікаційних наук, інформаційно-комунікаційною політикою, інформаційним правом тощо. Інформаціологія як наука охоплює інформаційні ресурси, інформаційні системи, з ним тісно пов'язані штучний інтелект, телекомунікації, інформаційно-комунікаційна техніка і технології, методи

дослідження інформаційних процесів. Інформаціологію слід аналізувати в контексті таких підходів, як організаційна комунікація, інформаційні послуги і маркетинг, методи організації суспільних зв'язків, дослідження ринку та аудиторії, фінансування інформаційної діяльності, комерційне право, семіотика реклами тощо. Концепти інформаціології як основи створення інноваційно-інформаційного управління варіюються у широкому спектрі: від традиційного розуміння інформаційного обслуговування до загальної теорії управління. Умовно слід виділити наступні найпопулярніші трактування інформаціології: 1) інформаційне забезпечення (у широкому змісті слова); 2) інформаційні ресурси та їх управління; 3) інформаційні послуги та їх підприємство; 4) інформаційні системи та їх управління; 5) організації науково-дослідницької діяльності; 6) обробка та аналіз інформації; 7) офіс-менеджмент; 8) організація комунікації; 9) управління інформаційними технологіями; 10) стратегічне планування і менеджмент. Усі названі напрямки так чи інакше входять у рамки системи знання інноваційно-інформаційного менеджменту і відображають різні його аспекти чи акцентують одну з структурних частин знання інформаціології. Інноваційно-інформаційний менеджмент є результатом інформаційно-технологічної революції, яка є сучасним етапом розвитку науково-технічного прогресу, коли інформація виступає найважливішим стратегічним ресурсом та інструментом управління суспільними і природними процесами, а найновіші технології – визначним фактором інноваційного розвитку [3]. Інформація і найновіші технології, які на ній базуються, принципово змінюють і міждержавні, і міжособистісні відносини, які стали тепер оперативними, більш відкритими, доступними для широкої аудиторії і практично не залежать від відстані. Під інформаціологією розуміється генералізація знання інформаційної і комунікаційної проблематики. У цьому відношенні концепт інформаціології приводиться у відповідність з тенденціями розвитку постіндустріального суспільства, коли інформація і комунікаційні зв'язки стають основним фактором і середовищем соціального існування. Виникає тип соціуму, основами саморозвитку якого виступає сам процес відтворення інформаційного

поля Всесвіту. Інформаційний матеріал – це основа всієї управлінської діяльності. Можливості застосування інформаціології фактично не обмежені: виробничі, комерційні, культурні, медичні установи, державні, суспільні інституції. Як стиль мислення і діяльності, інформаціологія підкріплюється різноаспектними методичними комплексами, що охоплюють весь спектр знання і навичок організації комунікаційних та організаційних процесів: від техніки і технологій, інформаційних систем до інформаційного маркетингу, стратегічного планування і суспільних зв'язків (PR). Власне інформаціологія у теоретичному відношенні визначається як менеджмент інформаційних ресурсів, менеджмент комунікацій, менеджмент інформаційної обробки даних, менеджмент електронних документів, стратегічний менеджмент, управління інформаційними системами та інформаційними технологіями. програмного і технічного середовища для здійснення управління організацією. Інформаціологія в організації виконує стратегічні, оперативні та адміністративні задачі. До числа стратегічних задач відносяться створення інформаційної інфраструктури організації та управління інформаційними технологіями. Отже, головною задачею інформаціології як основи інноваційно-інформаційного управління є інформаційна підтримка діяльності організації.

Література:

1. *Воронкова В. Г.* Формирование синергетически-рефлексивной модели самоуправленческого общества: цивилизационный контекст / В. Г. Воронкова /// Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012. – Вип. № 49. – С. 17–28.
2. *Лазаревич А. А.* Глобальное коммуникационное общество / А. А. Лазаревич. – Минск: Белорус. наука, 2008. – 350 с.
3. *Мельник В. В.* Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку / В. В. Мельник // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012. – Вип. 49. – С. 122–134.