

НАПРАВЛЕНИЕ

“ГЕОГРАФИЯ, ИКОНОМИКА, ГЕОПОЛИТИКА, МЕТОДИКА НА ОБУЧЕНИЕТО ПО ГЕОГРАФИЯ”

SECTION

“GEOGRAPHY, ECONOMY, GEOPOLITICS, METHODS IN TEACHING GEOGRAPHY”

Атанас Дерменджиев, /Atanas Dermendzhiev

ГЕОГРАФИЯТА В ИНФОРМАЦИОННИЯ СВЯТ

*Geography in the Modern World of Information
Technologies*

The article, provoked by the reality of contemporary Bulgarian society, examines the adaptivity of geography to the social dynamic. Based on the scientific assertions by Hayashi, Bell, Masuda, Toffler and others the author pleads for a place of human geography “under the sun”. He is not disillusioned that geography is “the salt of the Earth”, however naively hopes for it, because even the globalizational tide would not be able to diminish the national feeling for belonging, the developed sentiment for history and commitment.

The article also offers a layered examination of the propositions by Vernadski on the noosphere and the socio-economic objects by Subetto, also introduced by the technocratic way of thought by the Japanese researchers – Hayashi, Masuda, etc.

The spirit of logic, implanted in the neo-geographical thinking is an objective positive resource, which endlessly impresses the author of the present article.

Въпросът за ноосферата в географската научна комуникация не е неочакван. Той е важен за обществото, защото то проживява живота си, подвластен на обществените обстоятелства.

В нашата скромна битийност винаги сме считали географията за житейски репер. Нейният флирт с информационното общество е социално предизвестен. Това провокира географски мислещите индивиди, насочва ги към корелационната география – към оня информационен масив, който предопределя преформатирането не на географската същност, а на отношението ѝ към съпътстващия я социален ландшафт.

Тази тема частично е дискутирана в географското пространство – къде с агресивно налагане, къде с целесъобразно премълчаване. В кое географско пространство обаче?

В духа на общественото безпокойство представяме нашето виждане за мястото на географията в информационното общество. Игнорираме наукоподобните умозаключителни укоризности. Защото ги слушаме безкрайно дълго. И какво от това? Митичните специалисти, отгледани в инкубатора на рамкираните ни научни съждения, не са конкурентни дори на сърфиращите в Интернет-пространството полулюбопитни седмокласници.

И така – географията през нашия поглед е призвана да „обслужва” обществените ни нагласи. Тя има своята достойна биография, чиито съществени особености тангентираме.

Дълъг и трънлив е пътят на онези географи, които се опитват да разгадаят единството на тази наука.

Ако се доверим на руската географска школа, ще стигнем до постулатите на В. Докучаев относно системния характер на обществените процеси и второстепенното стратифициране и съблзняване на същите.

Това провокира всеки интересуваш се от проблемите на тангентиращите науки – естествознание, икономика, социология... И към трудовете на теоретиците на обществената география – Э. Б. Алаев, А. Г. Исаченко, Ю. Г. Саушкин, У. И. Мересте, Н. К. Мукитанов, С. Я. Нымик, В. С. Преображенский, нееднократно поставящи въпроса за единството на географията, съставляващи я в трите ѝ предметни области.

Ако възприемем твърдението на В. С. Калесник, че географията е наука за структурата на географската обвивка на Земята и за законите на формиране, пространствено разпределение и развитие на тези структури, то следва да се замислим за тяхното териториално (пространствено) разпространение.

Географското пространство, както отбелязват Б. Колев, П. Стоянов и др., е мегаобект на географията. То е ключово понятие в географската наука, но е подложено на странични интервенции.

На първо място, от въздействието на комуникационния фактор, който води до интензифициране на географските взаимоотношения.

На второ място, от агресивната информационна интервенция, облъчваща обществото – Интернет, телевизия, медии и др.

Поради това, според А. Д. Арманд, в географията на заден план останаха закономерностите, които имаха лидерска роля в предшестващия период, олицетворени научно с теориите на В. Кристалер, Й. Тюнен, Родоман и др.

Сегашният вид на геопространството е определено многолик. Това придава на обществената география изключителната привилегия да го експонира, доказвайки комплексността му.

Много от съвременните географи изхождат от разбирането, че субстратната територия е основен обект на географията, която трябва да се изследва като геосистема.

Алтернативната теза предлага термина „комплекс“, което в разчленен географски порядък предполага характеристика на природно-териториалните и териториално-производствените комплекси.

Системният подход в географската наука, естествено многократно дискутиран и оспорван, се опитва да разграничи двете понятия чрез научно дефиниране.

1. Системата е съчетание от обекти, от техните свойства и отношения, за които можем да твърдим, че взаимните връзки между съставляващите елементи ѝ придават ново качество на целеустойчивост, проявяващи се в условията на географските закономерности.

2. Комплексът е съвкупност от компоненти или комплекси от по-нисш таксономичен ранг, отличаващ се с високо ниво на съставляващите го вещества, енергия, информация, съвкупно притежаващи висока енергийна икономичност и устойчивост по отношение на външната среда.

В контекста на гореизложеното развитието на обществените процеси предполага дуалистичен подход: експресивно-отраслов по отношение на конкретни стопански или социални проблеми, и балансирано-комплексен по отношение на техния отзвук и резонанс.

Това поставя географията, особено обществената, в сложна социална ситуация. Корените на нейната „защита“ се крият в интегративните ѝ функции. Тук не бихме искали, а и едва ли е уместно да коментираме мненията на В. Котляков, А. Григориев, В. Вернадски, В. Жекулин, Ю. Голубчиков, Б. Родоман, Ю. Симагин, Г. Агранат, А. Арманд, А. Анохин и Г. Федоров, В. Виноградский, Ю. Дмитриевский, В. Лямин и др. за скрития смисъл на социума в географското общуване.

Нашите нагласи по-скоро са провокирани от монографията на Н. В. Багров, който, коментирайки природогеографските проблеми на света, включва обществени елементи в аргументите си. Той ни „убеждава“ в необходимата социална симетрия на Севера и Юга, в задължителността от припознаването на океана и континентите като равни, в епейрогенния спор между тях, във формирането на моделиран планетарен ландшафт, в подвластния характер на природните процеси.

Подобна позиция не е новост за географията. Тя е загатната още в началото на епохата на Великите географски окрития. Развита е от „антропогеографските” и хуманитарните възгледи на френските географи, коментирана е от основоположника на систематиката в социалната география Бернхард Варениус в неговата „География генерална”. По този въпрос под различен ъгъл, но с еднаква загриженост са се произнасяли Ал. Хумболт, Ем. Кант, М. Ломоносов...

Това провокира! То ни дава основание да твърдим, че териториалната динамика на човешкото съществуване се нуждае от своя естествен изказ. Израз на който е „ново” течение в географията – регионалната геополитика. Тя се възприема като област на познанието, акцентираща върху проблемите на засебени геополитически единици, проектиращи своя ресурс в пространството и във времето.

Регионалната геополитика, по наше мнение, следва да се разглежда като един от моделите на реализация на интерактивните функции на географията за решаването на социално-икономически и политически проблеми на регионалното развитие.

Чрез общонаучния методологически инструментариум регионалният геополитически анализ може да се ситуира в няколко стадия:

Фигура 1



Тенденциите в развитието на обществената география предполагат акцентирание върху основните направления в разработването на географските информационни ситеми. Проведеният през август 2000 г. световен конгрес на географите ни провокира да отбележим следното: 18% от изнесените доклади и обсъждания се отнасят до проблемите на екологията; 11% – за политическата география; 7% – за световната икономика и културната география; 4% – за географското образование и др.

Тази обобщена справка регламентира мястото на обществената география в структурната научна йерархия. Тя ѝ придава лидерстваща роля, която по думите на доайена на икономическата география в Русия Н. Барански, е коронясана в научно-образователен план.

При съвременните условия обществото (цивилизацията) е в състояние на историческа трансформация. Тя има няколко измерения – технологично, социално-икономическо, геополитическо и културно. Макар че не само интуитивно ги чувстваме, а логично сме убедени в правилната векторност на процеса, сме свидетели на различни мнения, често пъти противоположни, относно нейното значение. Традиционалистите „изповядват“ консервативната теза за устойчивост в промените и на поведението, и на мисленето. Романтиците желаят час по-скоро процесът да приключи. Както най-често се получава, вероятно истината е някъде по средата.

Вторите са убедени, че протичащата трансформация ще доведе до по-добро бъдеще, докато първите възприемат процеса като обновен вариант на традиционния капитализъм, в който информационните технологии само усилват експлоатацията, стимулират безработицата, деградираат природата и арогантно навлизат в душевния свят на индивида.

Склонни сме да споделим мнението на онези учени, които се основават на обстоятелството, че перспективите на социалното развитие се определят от възможностите на синергетическите взаимовръзки между технологичните иновации и човешките ценности, които ще са в основата на бъдещите модели на развитие, характеризиращи се с висока производителност, гъвкавост, социална и екологична стабилност.

Възникването на понятието „информационно общество“ датира от втората половина на 60-те години на XX в. и е свързано с името на професора от Токийския технологичен институт Ю. Хаяши.

Поставяйки основните характеристики на това общество, различни организации подготвят пълен набор от документи: „Японското информационно общество: теми и подходи (1969), “Контури на политиката за стимулиране изграждането на японското информационно общество” (1969), “План на информационното общество” (1971).

Следващ тласък за реализиране на идеята е книгата на американския социолог Д. Белл. Той извежда три стадия в развитието на човешката цивилизация: аграрен, индустриален и постиндустриален. Според Д. Белл най-съществената характеристика на постиндустриалното общество е преходът от производство на материални продукти към развитие на производството на услугите, свързани с образованието, здравеопазването, изследванията и управлението, т.е. преминава се към общество на знанието.

Обществената география е силно заинтересована от динамичната и съдържателната страна на този процес. Защото той не променя само нея, той променя философията на живота, променя целия свят.

Кратката ретроспекция на този сериозен въпрос ни задължава да отбележим изследванията на японския учен И. Масуда. Той изхожда от разбирането, че фундаментът на това общество са компютърните технологии, целта на които е да

заменят умствените усилия на индивида. Така неусетно процесите се мондиализират, те променят дори същностната страна на обществената география, променяйки преди това териториалната му страна.

Това предизвиква сериозни дискусии относно ролята и тенденциите с дейното участие на М. Маклюън и А. Тофлър. Първият разглежда информационните технологии като главен фактор, влияещ на формирането и социално-икономическите основи на новото общество, а вторият определя трите вълни на цивилизацията – аграрна (до XVIII в.), индустриална (50-те години на XX в.), постиндустриална.

Периодът 80–90-те години на XX в. е нов етап в мисленето и идеите за глобалното информационно общество, свързани с тезите на М. Кастел за глобалната икономика и новите световни пазари, и на П. Дракър за надграждащия характер и капиталистическите стопанско-социални отношения.

Идеите са надградени от Л. Тороу – за трите промишлени революции: краят на аграрния сектор, усвояването на електричеството, съвременният бум на микроелектрониката и компютърната техника. За географията като че ли най-важното е оценката на последните два, където акцентът пада върху техните пространствено-качествени параметри.

Анализирайки процеса въз основа на противопоставянето на трите велики държави през последните два века – Великобритания, Германия и САЩ, Тороу стига до извода, че най-после обществото е узряло да възприеме очевидното: материалните загуби могат да бъдат преодолені, но интелектуалните – никога. Поради тази причина изниква основателният въпрос по какъв начин човек получава знания и умения, явяващи се водещ фактор в съвременната икономика.

Вторият проблем, на който Тороу отделя внимание, е свързан с функционирането на стопанските системи, основавайки се на знанието, на човека, на вътрешните му проблеми и противоречия. Една от основните особености на подобна система е бързият растеж на разходите за научни изследвания и разработки. Защото, ако САЩ и Европейският съюз заделят голяма част от тези средства за фундаментални изследвания, Япония се ориентира към внедряване на нови технологии в производството.

Авторът специално отбелязва тенденцията към намаляване на държавния дял и увеличаване дела на частните компании. Например компанията „Бойнг“ изразходва за тези цели 4% от общата сума на продажбата на продукцията си (не от получените приходи), „Интел“ – 9%, а „Майкрософт“ – даже 17%.

Голямо значение, според Л. Тороу, има възвращаемата мобилност на формиращите се производствени системи. По правило днешната икономика на развитите страни се определя от компании, работещи в сферата на високите технологии и на услугите. Така от 25-те най-големи американски компании в периода 1960–2000 г. само 4, класирали се през първата година, са отстояли водещите си места и през следващата. В същото време са се появили 8 нови фирми, несъществуващи в началния период.

При тези условия много бързо се изменя и финансовото положение на компаниите: т.напр. печалбите на IBM през 1990 г. достигат непознати до това време стойности – 11 млрд. долара, но през последните години търпят загуби от 23 млрд. долара.

Глобализационната вълна, заляла като източноазиатско цунами нашите ширини, изтласка в западния европейски ъгъл голяма част от наличния ни демографски и мисловен субстрат.

Ако имате някакво затруднение на мадридското летище „Барахас“ и сте на „Вие“ с испанския и английския език, не се мъчете да го възпроизведате чрез далечните спомени от гимназиалните години или чрез близките такива от бързотечните езикови псевдокурсове. Просто попитайте на български. Не само ще Ви разберат, а оглеждайки се превантивно, ще Ви кажат: „Така кажи, че си от България. Откъде си – от Плевен, Пловдив, Бургас?“

Това са екстраполираните в родината на Дон Кихот и Санчо наши административни ареали. „Защо“ е въпрос на по-задълбочен географски анализ.

Очакването за хомогенизиране на обществото изключва приоритетния характер на емигрантската вълна. Самите западноевропейци се чувстват обезпокоени в свят, в който информационните технологии торпилират тяхната обществена ленност.

Обществената география фиксира тези процеси не с безразличие. Напротив! Тяхната проява следва да бъде рамкирана, доколкото е възможно. Това предполага анализ в дълбочина, надхвърлящ физическите характеристики и насочващ се към територията на мисловността, към полето на знанието.

Още през 60-те години на XX в. един от идейните „бащи“ на „Голямата екология“, Н. Ф. Раймърс предлага в края на живота си трактовка за информацията като „един от най-важните природни ресурси и същевременно – обществено достояние, доколкото развитието на човечеството е резултат от усвояване и преработка на информацията, получавана от природната среда и натрупвана от обществото.

Според Ю. Хаяши информационното общество е „общество, в което процесът на компютризация дава на хората достъп до надеждни източници на информация, избавяйки ги от рутинните им работни задължения, осигурявайки високо ниво на автоматизация на производството. При това производството именно на информационния продукт, а не на материалния се превръща в движеща сила на образованието и развитието на обществото“.

Сериозен тласък на разработването на информатизацията дава Д. Белл чрез концепцията за постиндустриалното общество.

Впоследствие представителите на френската социологическа школа придават на концепцията за информационното общество много по-широко социално звучене – като тенденция, която обхваща всички сфери на социалната дейност на

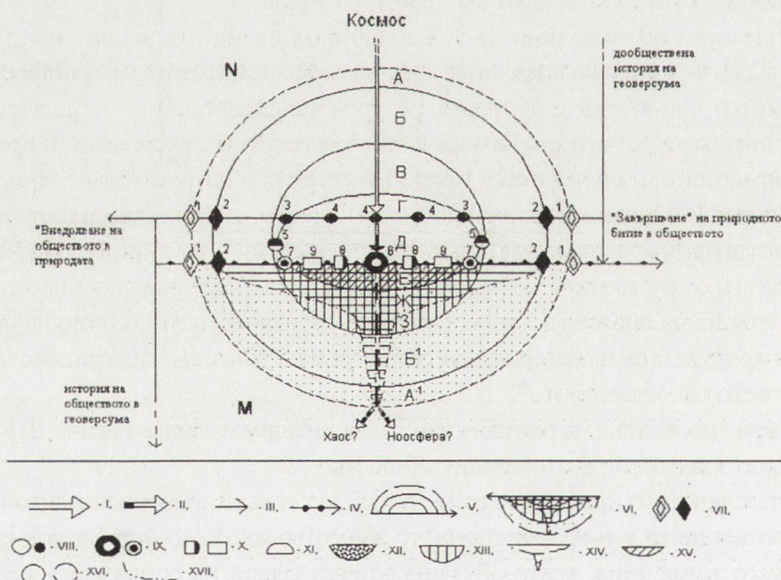
човека, формираща цяло информационно единство на общочовешката цивилизация, където е възможен свободен достъп на всеки обществен индивид до всеки информационен ресурс. На тази основа американският учен, социолог-глобалист Мануел Кастелс изгражда концепция за постиндустриалното информационно (информационно) общество, твърдейки, че в съвременния свят се формира „нова социотехническа парадигма“, която създава и нова „организационна логика“ на глобалната икономика; последната „трансформира сигналите в продукт чрез обработка на информацията.“

Тази ретроспекция потвърждава очевидното: усложняващото се и задълбочаващото се колебание относно формулирането на понятието свят; от една страна, учението на В. И. Вернадски за ноосферата е причина за „правилното“ обрисване на обществения първообраз; от друга – многобройните, забързани в своите открития социолози, футурулози, социални географи, икономисти и пр. – неокласическите информационалисти, като че ли не знаят или не искат да знаят за съществуването на учението на В. И. Вернадски.

Общозвестен е генезисът на понятието ноосфера. Негови създатели са В. И. Вернадски, от една страна, и френският учен Едуард Леруа (автор на термина, 1927 г.), и Териер дьо Шарден, от друга. Дьо Шарден достига до заключението, че ноогенезата създава в структурата на биосферата още един малък клон – този на разума, или ноосферата.

Фигура 2

*Идеален модел на дообществения (N) и съвременния (M) геоверсум
(исторически и структурен аспект).*



Закономерности на диференциацията и организацията на геOVERCUM:

Вертикални: I – природни, II – природни и социални.

Хоризонтални: III – природни; IV – природни и интелектуално-духовни.

Геосфери: V – природни от дообществената история: А – прости (лито-, атмо-, хидросфера); интегрални: Б – физиосфера, В – биосфера, Г – сфера на природните ландшафти и биоекосистеми; Д – сфера на ландшафтите, био- и антропоекосистеми; VI – сфери на историята на обществото и човека: Е – културни ландшафти, Ж – социосфера, З – социобиосфера, Б¹ – физиосфера на история на човека, А¹ – прости природни на историята на човека.

Териториални геосистеми: VII – природни геосфери:

1 – планетарни, 2 – регионални; VIII – природни ландшафтни: 3, 4 – биоекосистеми и ландшафти, 5 – антропоекосистеми. Ландшафти на културната сфера: IX – природни на историята на човека: 6 – природни ландшафти, 7 – природни биоекосистеми, изменени или създадени от човека; X – социално-икономически: 8 – социално-етнически, 9 – природно-антропогенни и антропогенно-техногенни.

Типове геосреда: XI – природна, XII – природна на историята на човека, XIII – социобиосферна (биосферна, изменена от човека), XIV – социална, XV – културна.

Тук мнозина биха се запитали: „Какво общо има това с обществената география?“ Общото е в неразривната корелация разум – общество – проекция. Нито едно действие, било то разумно или не, не става в нерамкираното пространство. Астрономическата, психологическата, културологичната, икономическата, политическата и пр. характеристики на всяко действие подлежат на астрономично рамкиране – чрез координатите на ядрото на случващото се и координатите на точките, фиксиращи границите на проявлението му. Това прави обществената география изключително отговорна – както към науката, така и към тежненятия на обществото. Защото нейните „ангажменти“ излизат извън дефинираната ѝ същност и я правят еднакво съпричастна и отговорна към обществените и териториалните процеси

Един от най-ярките представители на руската социология А. И. Субетто обръща голямо внимание на „феномена“ ноосферизъм. В много от публикациите си той обосновава две понятия: ноосферизъм и вернадскианска революция.

Ноосферизмът е категория, въведена от А. И. Субетто за обозначаване на модели за определяне на бъдещето на човечеството като управляема социоприродна еволюция (еколого-ноосферен социализъм) на базата на обществения интелект и образователното общество, а също и на новия научен светоглед, базиран на учението на В. И. Вернадски за ноосферата. Ноосферизмът едновременно се разглежда като научна революция и като синтез на научни знания.

„Вернадскианската революция“, според Субетто, започва още преди кончината на Вернадски като „руски космизъм“, неговата изначална научна слабост: с хелиобиологията на А. Л. Чижевски, с космическата философия на К. Е. Циолоковски, с теорията за антропокосмизма на Н. Г. Холодной, с номогенезата на Л. С. Берг и др.

Обществената география, която пряко кореспондира с въпросите на зараждащата се съвременна географска вълна, винаги е представлявала научна територия за тяхното решаване.

А. И. Субетто очертава осем основни аспекта на ноосферата:

1. Първият е свързан с момента на проявлението на ноосферогенезиса и зараждането на ноосферата. В. Вернадски свързва този процес с проявлението на човешкия разум, с проявлението на човешката мисъл като преобразуваща сила, влияеща на системата от геохимически цикли в биосферата на Земята.

2. Вторият е свързан със земното превъзходство на ноосферата, подготвено от цялостната логика на геоложката еволюция.

3. Третият аспект се отнася до прехода от биосфера към ноосфера, в който водещ фактор е обществената, т.е. научната мисъл като планетарно явление, планетарна преобразуваща сила и планетарен процес, планетарна сила на мисълта като „геоложки“ фактор.

4. Четвъртият аспект разглежда ноосферата като царство на разума, оказващо въздействие върху биосферата, подобно на въздействието на живите същества върху нея. „Както размножаването на организмите въздейства върху живите вещества в биосферата, така и ходът на геоложките проявления чрез научните мисли се превръщат в оръдия за опазване на биосферата, създавайки нова ноосфера – царство на разума.“

5. Петият аспект на ноосферата е нейното значение като модел на бъдеща социоприродна хармония, която предполага социална хармония вътре в духовността на обществото.

6. Шестият аспект се базира на идеята на В. Вернадски за възприемането на света като процес на планетаризация на човека и мисленето му, като процес на необратима глобализация. В този случай, отбелязва Субетто, Вернадски предрича процеса на ноосферна глобализация на обществото около 60 години преди неговото начало.

7. Седмият аспект е кооперацията на човечеството за съхранение на съществуващите разнообразия. Обществената география има изострен афинитет към последното. Защото съхранението е комплексен процес. То предполага многопосочни интереси и интерпретации.

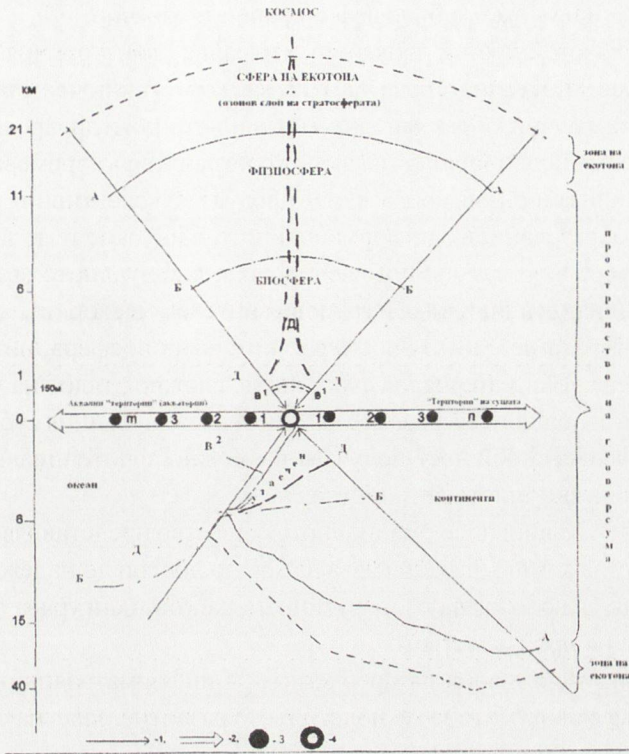
Географската наука, в случая обществената, определя еволюцията на общественото мислене по посока на географията като обнадещаваща. Това превръща обществената география в незаменим ресурс.

8. Осмият аспект на ноосферогенезата, който Вернадски фокусира още през 1922 г., се отнася за бъдещата автотрофна революция, за завършването на процеса на автотрофизацията на човечеството.

От съвременните изследвания по този въпрос бихме отличили трудовете на В. П. Казначеев и С. А. Спирин.

Фигура 4

Съотношение на категориите пространство, място, територия и район в геопространството на геOVERCUM



(по В. А. Шальнев)

1. генетичен ред на еволюцията на формите на движение на материята;
2. по-нататъшно съществуване на предходните форми на движение в нови условия;
3. ред на еволюцията на формите на движение на материята.

Знанието е основният ресурс на социалния прогрес в постиндустриалното общество. Информацията може да се превърне в социален феномен само посредством интелекта, разума и съзнанието на човека. „Сега – пише Т. Сакайя, – ние навлизаме в нов тип цивилизация, в която движеща сила са ценностите, създадени от знанията, и поради това аз наричам този етап общество, базирано на създадените от знанията ценности.”

Доминиращата роля на знанията във всички сфери на живота е основополагаща за концепциите на постиндустриалното общество (Белл, Дракър, Кастелс), информационното общество (Масуда, Тофлър), технотронната ера (Бжежински), интелектуалния капитал (Стюърт), електронно-цифровото общество (Тапскотт).

Макар и генерализиран, погледът върху ноосферата и ноосферогенезата ни дава основание да резюмираме основните проблеми:

1. Ноосферата е понятие, а не физическа реалност. То е многоаспектно, всепроникващо и не може да бъде дефинирано еднозначно.

2. Смесовото ядро на понятието е идеална „конструкция“, превръщаща ноосферата във виртуална среда на разума, което включва съвкупността от културологични, научни, образователни, морално-етични и др. прояви на човешкия разум, които се консолидират в някакъв пространствено-времеви континуум и определят цивилизационния прогрес като продукт на колективния разум.

3. Чрез образованието, информационното общуване и по други социални канали тази сфера на разума взаимодейства с индивидуалното съзнание, формирайки както индивидуалния, така и груповия интелект на хората.

4. Ноосферата не е нито биосфера, нито антропосфера, нито техносфера, нито социосфера. Тя е материална субстанция, сложно „тяло“ на човешкия свят. Ноосферата по отношение на човека е като мозъка за мислещия субект. Благодарение на нея човешката общност получава възможност потенциално и реално да управлява физически тялото си, а и духа си.

Според Ю. Хаяши информационното общество представлява: „общество, в което процесът на компютризация дава на хората достъп до надеждни източници на информация, освобождава ги от рутинната работа, осигурява високо ниво на автоматизация на производството“.

По-пълни изследвания на проблемите за информатизацията извършва Д. Белл във връзка с въпросите за технологичното развитие, залежали в основата на формирането на постиндустриалното общество.

Информационен сектор на икономиката. Продукцията на информационната дейност се получава по пътя на синтеза на информацията като ресурс и интелектуалната дейност на човека с помощта на знанията и информацията чрез тяхното натрупване, обработка и трансформация (информационен ресурс) или ново знание. В резултат се получава качествено нова мисловна дейност на човека (иновации или изобретения), която също се използва впоследствие като ресурс. Възниква цяла верига от натрупани знания: информация – знание – информационен продукт (ресурс) – нова информация – знание и т.н.

Информационните ресурси представляват информационна инфраструктура и циркулиращата в нея продукция от информационната дейност.

Информационният продукт е резултат от интелектуалната дейност в различни области, изразени както в реални материални форми (техника, книги и др.), така и в нематериални – знания, търговска марка и пр.

Формирането на информационните ресурси и продукти може да се представи във вид на циркулационен модел: (по Задорожний, Москвина, 2004)

Фигура 5



Формиране и циркулация на информационните ресурси

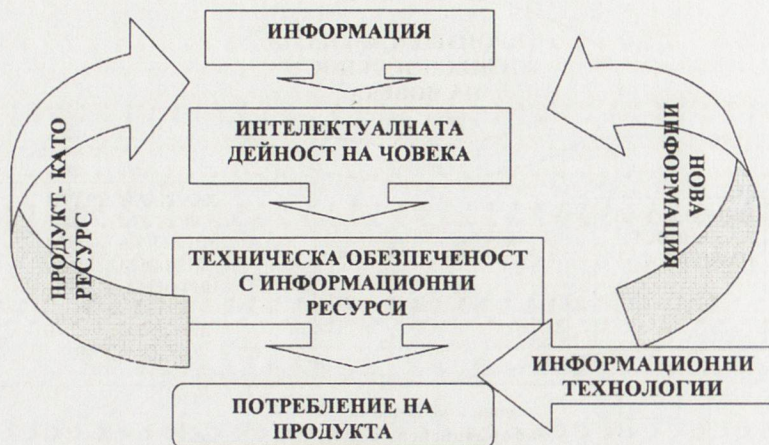
Схемата на кръгооборота на информацията демонстрира прираст на информация и знания подобно на процесите в материалното производство, където се получава принадлежен продукт.

Самите знания могат да бъдат представени като сбор от производните интелектуални дейности на човека, а също и инфраструктура, осигуряваща такава дейност.

Интелектуализацията в състава на информатизацията предполага наличие на технически осигурено знание (интелектуален ресурс), под което се разбира не само наличието на самото знание, но и възможността за неговото експлоатиране.

Технически осигуреното знание може да се представи като технически осигурен информационен ресурс, когато то е в ролята на ресурс или средство за познание на нов, или като реализирано знание.

Оборот на информацията



От географска гледна точка съществува достатъчно високо ниво на различие в показателите на усвояване на информационните технологии сред развитите страни. САЩ са несъмнено лидер в информационната революция. По брой на компютри на глава от населението и по относителен дял на семействата, ползващи Интернет, те с 2-3 пъти превъзхождат Япония и Западна Европа.

Така информационните технологии, предназначени да обединяват човечеството на сегашния етап на глобализацията, като че ли способстват за неговото разединяване. Съществува и друго деление: на страни, базираци съществуването си на информационно-иновационните икономики, и на други, които даже не са си помисляли за това.

През последните години изменението в социалния обществен фон се извършва стремително и не съвсем осъзнато. От една страна, възникна и все по-активно се реализира възможността за трудова дейност извън пространството и времето на местоживее: електронни селища, виртуално производство. Трудът престана да се лимитира от деня и нощта. Достъпът до информация се облекчи и не зависи от положението на потребителя в пространството.

Съществуват много проблеми, свързани с адекватна оценка на крайния резултат на икономически ръст. Един от факторите, въздействащ върху стойностите и темповете му, е качеството на информатизация на съответната страна.

Нивото на развитие на различните страни може да се представи във вид на няколко стадия на конкурентноспособността. Първите три стадия отразяват ръста на конкурентноспособност на националната икономика, съответстващи по правило на благосъстоянието. В четвъртия стадий ръстът се забавя и, в крайна сметка,

настъпва спад на онези отрасли, които могат да поддържат конкуренция на високо ниво. Сега, когато се говори за икономика на знанията, последните се разглеждат като решаващ ресурс на съвременното икономическо развитие.

Г. В. Задрожный и А. О. Москвина предлагат 5-стадийен модел на международна конкуренция и обществен живот, надграждайки 4-стадийния модел на М. Портър. Допълнението се състои в обособяването на стадий на интелекта и знанията, позволяващ активна междудържавна конкуренция на страни, притежаващи този ресурс. Той спомага способностите за генериране на нови идеи и знания. Тези две явления (стадият на интелект и генерирането на нови идеи и знания) съставляват основния ресурс за развитие на страната и са главния потенциал за конкурентното преимущество. Всяка нация има определен интелектуален потенциал и при правилна инвестиционна политика той може да се трансформира в интелектуален капитал на страната.

Теорията на американския икономист М. Портър (1990) за конкурентните предимства на нациите се основава върху идеята за действието на четири основни детерминанти:

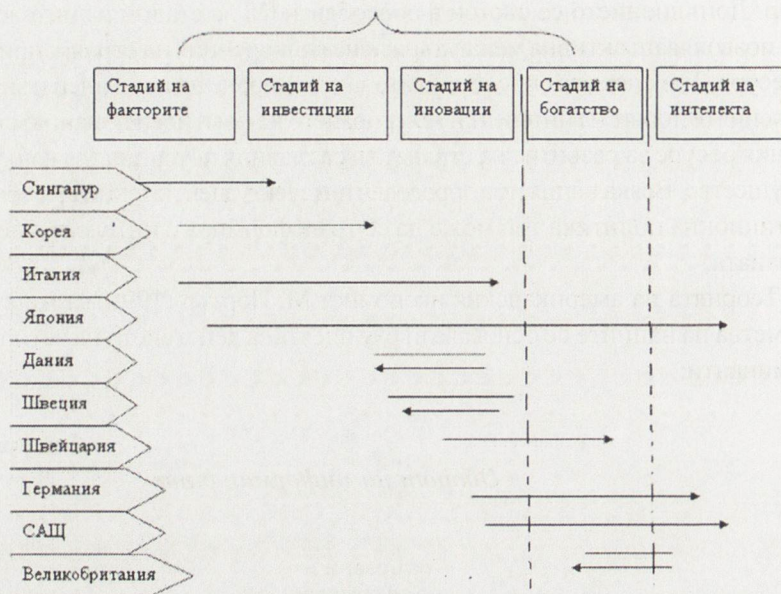
Фигура 7

Оборот на информацията



В своето единство и взаимодействие те образуват диаманта на конкурентните предимства.

**Оценка на конкурентоспособността
на някои страни в началото на XXI век**
(по М. Портър, с добавка от Г. Задорожни и А. Москвина)



(по Багров)

Интелектуалният капитал следва да се разглежда като съвкупност от социално-икономически отношения, в хода на които, от една страна, се формира интелектуалният потенциал, а, от друга, произлиза неговата актуализация (формират се интелектуални активи) и реализация – създава се интелектуалносъдържащ продукт или услуги, които, от своя страна, дават интелектуална рента. Интелектуалният капитал, заедно с природния, производствения и финансовия, може да се представи в различни форми: като собствен капитал, стока, продукт за потребление, производителна сила. Можем да го наречем „суперстока“ и да го характеризираме като материализирана стока, имаща в определени случаи самовъзпроизвеждаща се стойност.

Характеристика на интелектуалния капитал



(по Г. В. Задорожный, А. О. Москвина)

Под самовъзпроизвеждащ се ефект разбираме „ефекта на бумеранга”, когато „отправената” на световно „пътешествие” информация във вид на знания/изобретения се връща при изобретателя си в усъвършенстван вид.

Разглеждайки различните аспекти на информационното общество, извеждаме следните заключения:

1. Информационното общество е материализация, реално възплъщение на ноосферата и продукт на техногенезата.
2. То е аспект на човешката общност. Явява се поредното състояние на социума в редицата първобитно – аграрно – индустриално – информационно.
3. Информационното общество не е задължително да бъде едномерно.
4. Информацията изпълнява ролята на флуид, позволяващ управление на поведението. Поради това материалната субстанция на човечеството (глобалният социум, човешките групи и индивидите) все повече съгласувано се управляват от информацията.
5. Във връзка с това всички основни съставки на социума – икономика, политика, наука, култура, придобиват ново съдържание, различно от това в предшестващите цивилизационния процес условия.

6. Решаваща сила на информационното общество е информацията като средство за производство, стока, сфера на дейност, носител на прогреса, субект, обект и бизнес цел.

7. При оценяването на информационното общество „зад кадър“ остават два социални аспекта: обществата, които се намират извън него и достатъчните обществени „реликти“.

* * *

Ние сме с ясното съзнание за необятността на информационния свят. И с усърдното самочувствие във векторната правилност на изследването му. Дълбините на географията са мощен аргумент в полза на посоката на научните ни дерения.

Информационният свят е изтъкан от географска плът. Тук за корелация едва ли е необходимо да коментираме. Сферата на разума провокира географския интерес, тъй както сферата на незнанието. Въпросът не е само в тънката граница между тях, а в смисъла на последващото действие. Провокативният характер на географското съдържание налага необходимостта от съществуването на „тази“, на „нашата“ наука.

Кое то ражда все нови и нови предизвикателства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алаев, З. Б. Социально-экономическая география: Понятийно терминологический словарь. М., 1983.
2. Агранат, Г. А. География – экономика – общество. Известия АН. Серия географическая, 2001, № 6.
3. Арманд, А. Д. География через призму дополнительности. – Вопросы философии, 2004, № 4.
4. Анохин, А. А., Федоров, Г. М. Социальная география в системе наук. Л., 1984.
5. Багров, Н. В. География в информационном мире. Киев, 2005.
6. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., 1990.
7. Виноградский, В. Г. Социальная организация пространства. М., 1988.
8. Вернадский, В. И. Биосфера и ноосфера. М., 1989.
9. Голубчиков, Ю. Н. География человека. М., 2003.
10. Григорьев, А. А. Типы географической среды. Избранные теоретические работы. М., 1970.
11. Дмитриевский, Ю. Д. Очерки социально-экономической географии., Л., 1990.
12. Дракер, П. Посткапиталистическое общество. Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1990.
13. Жекулин, В. С. Введение в географию. Л., 1989.
14. Задорожный, Г. В., Москвина А. О. Стадия интеллекта в модели национальных конкурентных преимуществ. – Социальная экономика, 2004, № 4.

15. **Исаченко, А. Г.** Теория и методология географической науки. М., Изд. Akadema, 2004.
16. **Калесник, С. В.** Общие географические закономерности Земли. М., Мысль, 1970.
17. **Котляков, В. М.** Большой словарь географических названий. Под общ. ред. академика В. М. Котлякова. Екатеринбург, 2003.
18. **Мересте, У. И., Ныммик С. Я.** Современная география: вопросы теории. М., 1984.
19. **Мукитанов, Н. К.** Методологические проблемы теоретизации географии. Алма-Ата, 1979.
20. **Ныммик, С. Я.** Проблемы социально-экономического районирования. Л., Наука, 1984.
21. **Преображенски, В. С.** О чем спорят географы? М., Знание, 1990.
22. **Пригожин, И., И. Стенгерс.** Порядок из хаоса. М., Эдиториал УРСС, 2001.
23. **Родоман, Б. Б.** Социальная география. М., 1993.
24. **Саушкин, Ю. Г.** Избранные труды. Смоленск, 2001.
25. **Субетто, А. И.** Ноосферизм и «вернадскианская революция». – Социальная экономика, 2004, № 1–2.
26. **Шальнев, В. А.** История и методология общей географии. Ставропол, 2000.
27. **Masuda, Y.** The Information Society as Post-Industrial Society. Wash., 1981.
28. **Thurrow, L.** Creating Wealth. The Rules for Individuals, Companies and Countries in a Knowledge-based Economy. New York, 1999.