

В.О.Корнівська, канд. екон. наук

Інститут економіки та прогнозування НАН України

РОЛЬ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ У ПРОЦЕСІ ПОДОЛАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ

Подано результати дослідження тенденцій десуб'єктизації сучасного інформаційного простору і напрямків зростання інформаційної асиметрії. Показано суперечність гуманізму інформаційного суспільства, виражену конфліктом між необмеженими можливостями в отриманні необхідної для розвитку людини інформації та необмеженим деструктивним впливом інформаційного простору на соціоінституційний простір. Доведено необхідність подолання кризи професіоналізму в цілях модернізації та структуризації соціоінституційного простору.

Мануель Кастельс писав: "Термін «інформаційне суспільство» підкреслює роль інформації в суспільстві. Але я стверджую, що інформація в найширшому сенсі, тобто як передання знань, мала критичну важливість у всіх суспільствах, включаючи середньовічну Європу, яка була культурно структурована і деякою мірою об'єднана навколо схоластики, інакше кажучи, здебільшого в інтелектуальних рамках... На протилежність цьому, термін «інформаціональне» вказує на атрибут специфічної форми соціальної організації, в якій завдяки новим технологічним умовам, що виникають у даний історичний період, генерування, оброблення і передання інформації стали фундаментальними джерелами продуктивності та влади"¹.

Сьогодні ми дедалі частіше стикаємося з неоднозначною якістю цього феномену і його суперечливим впливом на соціальні, економічні, політичні та гуманітарні процеси суспільства.

Інформація з умови розвитку постіндустріальної парадигми з її переважно гуманістичними засадами перетворилася на соціогуманітарний інструмент; інформаційна революція й інноваційний розвиток перестали слугувати цілям один одного, а перенасиченість інформаційного простору відбувається на тлі інноваційного вповільнення. Ці тенденції породжують хаотизацію соціоінституційного простору і підсилюють асиметричний вплив інформаційного соціуму.

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура // Политзона. Портал политических наук // <http://politzone.in.ua/index.phpid=211>.

Асиметрія виявляється в тому, що суб'єкти інформаційного простору (ЗМІ, інтернет-оператори) можуть безперешкодно оперувати інформаційними потоками: отримувати, систематизувати, створювати, розповсюджувати інформацію заданого обсягу і якості, роздувати "інформаційні бульбашки", активно брати участь в інформаційних війнах, залишаючись при цьому інкогніто, тобто поза відповідальністю. При цьому мобільність розповсюдження інформації посилює проблематичність виявлення її відповідального першоджерела. Ці процеси десуб'єктивації інформаційного простору безпосередньо пов'язані з інфляцією ціннісної складової, з нівелюванням традиційних, базових інститутів, що цементують і зумовлюють суспільну взаємодію.

Десуб'єктивація інформаційного простору призводить до того, що інформація, відокремлюючись від суб'єкта, що її емітував, набуває самотійної смисложиттєвої форми і може впливати на процеси взаємодії суб'єктів, не виявляючи при цьому джерела свого походження і будучи незалежним, апіорним чинником, що створює ефект взаємодії. Вона прямо впливає на формування довіри/недовіри, але не лише в контексті суб'єктів взаємодії, а й у власному контексті. Отже, класичні уявлення про формування довіри у зв'язку з отриманою від суб'єкта (про суб'єкт) взаємодії інформацією потребують актуалізації через особливу роль інформаційного простору, що має самотійний феноменологічний характер.

Багато в чому самотійна роль інформаційного простору (в умовах його десуб'єктивації) у процесі формування довіри зумовлена перехідним станом, пов'язаним із тим, що вирішальна роль інформації як ресурсу не є апіорною для глобального економічного простору. Разом із розвиненими інноваційно спрямованими державами існують і такі, що розвиваються, де інновації здебільшого не реалізовані в реальному секторі, а також інноваційно стагнаційні. Це означає, що глобальний простір поглинання інноваційної інформації не є однорідним: існують інституційно насичені ділянки, рівно як і порожні та розриви. Ідеологія сучасного світу сформувала особливий глобальний клімат необхідності безперервного генерування інформації, який із царини інновацій поширюється на всі сфери соціоінституційного простору, а в галузі звичайного оперування суб'єктів живиться зростаючою невідзначеністю, що збільшується, яка обумовлює зростаючі інформаційні потоки, коли якість підміняється кількістю. В умовах відключення ціннісних фільтрів ці процеси породжують інформаційну перенасиченість сучасного світу, в якому колосальні обсяги неструктурованої інформації просто витають у просторі. К.Г.Юнг

так описав сучасний соціогуманітарний стан: "Ми стали багатими в пізнаннях, але бідними в мудрості"².

Безперервні інформаційні потоки, що посилюються, не сприяють мудрості сучасної людини, по-перше, через невідповідність переважаючого обсягу отримуваних ззовні відомостей критеріям мудрості (масовий характер інформації); по-друге, у зв'язку з фізичною і часовою обмеженістю у виявленні корисної інформації, але більшою мірою у зв'язку з емоційними властивостями, що розвинулися в сучасній людині й оголили її невпевненість і недовіру: "Революція, привнесена в нашу свідомість катастрофічними результатами світової війни, виявляється в нашому внутрішньому житті як потрясіння віри в себе й у нашу власну значущість ... сучасна людина втратила метафізичну впевненість свого середньовічного побратима, на її місце вона поставила ідеали матеріального благоденства, безпеки, гуманізму. Але будь-якому охочому сьогодні зберегти в незайманості ці ідеали необхідна ін'єкція чималої дози оптимізму"³.

Життєдіяльність сучасної людини відбувається в умовах глибокої внутрішньої особистої невпевненості та невпевненості в зовнішньому просторі, гуманістичні ідеали, взяті за основу, насправді не долають цю соціоінституційну нерівновагу, а посилюють її, оголюючи індивідуалізм, доведений до опортунізму, спрямований на реалізацію "гуманізму для себе", нівелюючи таким чином його фундаментальну об'єктивність. Подолання об'єктивності поширюється на всі сфери суспільної свідомості, а інформаційний простір стає простором реалізації мотивацій індивідуалістично налаштованих суб'єктів, що керуються формально-гуманістичними максимами. Тому в сучасному світі виникає безпрецедентна напруга між зовнішнім і внутрішнім, об'єктивною і суб'єктивною реальностями⁴. Інформаційний простір утрачає характер об'єктивності та достовірності, оскільки суб'єкти взаємодії інформацію розглядають як спосіб реалізації індивідуалістичних мотивацій. Недивно, що сучасна людина звертається до реальності душевного життя і чекає від неї достовірності, втраченої нею у світі⁵.

Чому сьогодні дедалі частіше спостерігаємо соціокомунікативні явища, спричинені втратою довіри до дійсності? Адже, з одного боку, опанування сучасними засобами комунікації, наданими інформаційними технологіями супроводжується процесом формування принципів переважної довіри, заснованої на створенні й отриманні якісної достовірної інформації відповідальними учасниками взаємодії: так, у західній системі бізнес-

² Юнг К.Г. Архетип и символ. - М., 1991. - С. 9.

³ Там же. - С. 210-211.

⁴ Див.: Там же. - С. 222.

⁵ Див.: Там же. - С. 217.

спілкування електронне повідомлення вважають за достатню умову виникнення і виконання договірних відносин, а репутація стає важливим ринковим ресурсом, більше за те – глобальним ринковим ресурсом. Дане під час попередніх переговорів слово, навіть не зафіксоване протоколами, формує очікування глобального рівня і створює певний комунікативний клімат для операторів глобальних ринків, не говорячи вже про офіційні заяви світових акторів, яких сприймають не інакше як під грифом достовірності. У суспільстві, де інформація стає панівним ресурсом, система соціальної й економічної взаємодії має відповідати гуманістичним критеріям усебічного розвитку людини на принципі всезагальності якісної достовірної інформації в умовах базових відносин довіри.

Проте, з іншого боку, економічні, політичні та соціальні реалії є далекими від бажаного стану переважної довіри, яка створює необхідну основу для розвитку особистості та її творчого потенціалу. Незважаючи на те, що сучасне суспільство демонструє особливу роль особистості, її творчих здібностей, її творчого начала у процесі генерування й оперування інформацією, і в цьому полягає глибокий гуманістичний сенс розвитку, спрямованого на саму людину, на розширення її простору свободи, людина стає невиліною перед владою інформації, перед пануванням ЗМІ і соціальних мереж; високі інформаційні технології дедалі частіше втручаються у приватне життя, роблячи його доступним для необмеженого кола, формують недостовірні інформаційні потоки глобального рівня. Тому навколишній інформаційний, а за ним і соціоінституційний простір може не сприйматися як достовірний, утрачати довіру суб'єктів, ставати ворожим.

В умовах утрати достовірності в реальних комунікаціях суб'єкти дедалі частіше звертаються до віртуального спілкування, до соціальних мереж, стаючи їх заручниками й одночасно пропагандистами. Мережі відіграють сьогодні вирішальну роль у формуванні несвободи людини, їх головна небезпека полягає в активному використанні астротурфіngu – управління думкою громадськості, створення штучної громадської думки. Для цього створюють спеціальні (нетривалі) співтовариства, що займаються розміщенням у чатах, форумах, новинах повідомлень необхідного змісту. Далі через користувачів указаних мереж розповсюджуються ідеї, які підтримає і ретранслює велика кількість таких самих користувачів, уведених в оману. Таким чином, у соціальних мережах інтернету відбувається народження ідей, смислів і цілей суспільства. Подібні способи впливу на громадську думку доволі часто використовують не лише глобальні гравці, такі як уряди і транснаціональні компанії, а й у повсякденній конкурентній боротьбі представники бізнес-структур. Ось як описує фе-

номен астротурфінгу британське видання "The Guardian": "Анонімність усесвітнього павутиння дає компаніям і урядам напрочуд добрі можливості здійснювати астротурфінгові операції: підроблені, орієнтовані на широкі маси простих людей, кампанії, які створюють враження, що велика кількість людей вимагає чогось конкретного або виступає проти чогось конкретного. Таке шахрайство найчастіше відбувається, коли інтереси тих чи тих компаній або урядів вступають у конфлікт з інтересами громадськості. Наприклад, існує давня історія, як тютюнові компанії створювали групи астротурферів для боротьби зі спробами регулювати і регламентувати їхню роботу"⁶. Трансмісійний механізм інтернет-астротурфінгу побудований на високому рівні довіри користувачів соціальних мереж один одному, адже ніхто не помітить у словах рівного собі спроб наштотувати на певну думку або маніпулювання свідомістю. Насправді ж такі соціальні операції, засновані на глобальному спотворенні довіри, що призводить до втрати здатності аналізувати і критично оцінювати, означають ломку глибинних, цементуючих соціальних інститутів, утрату віри в достовірність навколишнього простору. Довіру використовують не лише для спотворення інформації, але і для її вкорінення в суспільній свідомості, для створення тривалих соціальних ефектів, але що найнебезпечніше – в сучасних умовах розвитку технологій такий вплив можливо робити на необмежену кількість суб'єктів взаємодії. Тому гуманізм інформаційного суспільства, що виражається в наданні необмежених можливостей для отримання потрібної для розвитку людини інформації, насправді створює умови для необмеженого небезпечного деструктивного впливу інформаційного простору на наш соціоінституційний простір. І в цьому полягає головна суперечність гуманізму інформаційного суспільства, що створює умови для інформаційно-гуманітарної кризи, для несвободи людини.

У квітні 2010 року британські експерти з комп'ютерної безпеки зробили заяву про те, що гаджети "Apple" iPhone і iPad не лише відстежують місцеперебування користувача, зберігають історію його переміщень, але і передають систематизовану інформацію в "Apple". "Google" також фіксує інформацію про користувачів: пошукові запити й інтернет-адреси, вміст повідомлень електронної пошти, переглянуті та завантажені відео, географічне місцеперебування користувача, дані про переглянуту рекламу в мережі "Google", інформацію про його друзів у соціальних мережах. Улітку 2010 року було опубліковано дані про те, що "Google" систематизував інформацію про 75% своїх

⁶ Монбио Дж. Необходимость защитить интернет от "астротурфинга" приобретает всё большую актуальность // "The Guardian", Великобритания // inoСМИ.Ru // <http://www.inosmi.ru/world/20110318/167458693.html>.

користувачів, і це інформація приватного змісту: переваги, особисте листування, історія пошуку, контакти. Невипадково сьогодні дедалі частіше згадують роман Джорджа Оруелла "1984" і описаний ним феномен Великого брата як алегоричне уявлення про тоталітарний контроль над суспільством у зв'язку з володінням абсолютною інформацією про всіх і кожного, тільки якщо в романі йдеться про політичну тиранію, то в сучасному суспільстві це інформаційна влада⁷.

Перемістившись із царини соціальних комунікацій у царину економічного оперування, ми також констатуємо неоднозначний вплив інформаційного простору на бізнес-процеси. З одного боку, не викликає сумніву теза про вирішальну роль інформації та її глобальну абсолютну мобільність, яка означає, що економічний агент може оперативно отримувати, систематизувати й ефективно використовувати необхідну бізнес-інформацію, і це стає ключовим чинником конкурентоспроможності. З іншого – активно розвинений інтернет-астротурфінг і звичайна корупція у ЗМІ роблять бізнес-процеси абсолютно нерівноважними й асиметричними в умовах непередбачуваних інформаційних ризиків. Виняткову роль інформації в операційній активності сучасних економічних агентів підтверджують дані барометра довіри Едельмана. Так, частота розповсюдження відомостей певної властивості (позитивної або негативної) прямо впливає на рівень довіри до компанії. Наприклад, 57% опитаного населення віком від 25 до 64 років повірять негативній інформації про компанію, коли почують її 1-2 рази, і лише 15% потім повірять позитивній інформації, почутій таку саму кількість разів. Компанія користуватиметься довірою, якщо позитивна інформація про неї буде почута 1-2 рази, – так вважають 51% опитаних респондентів; 25% опитаних повірять негативній інформації про компанію, почуту також 1-2 рази⁸. Барометр довіри досліджує питання про те, скільки разів інформація про компанію має дійти до кінцевого споживача послуг, щоб була сприйнята як істинна. Згідно з результатами, інформація має надійти 3-5 разів – вважають 52% опитаних, 4-5 разів – 26%, 2 рази – 22%⁹.

Інакше кажучи, ризики інформаційного простору є такими великими, що компанія може втратити довіру практично п'ятої частини своїх клієнтів, якщо негативна або помилкова інформація про неї з'явиться лишень 1-2 рази. Яскравим прикладом цього

⁷ Див.: Корреспондент: Рождение Большого брата. Apple, Google и Facebook окончательно похоронили понятие приватности // Корреспондент // <http://korrespondent.net/business/web/1218888-korrespondent-rozhdenie-bolshogo-brata-apple-google-i-facebook-okonchatelno-pohoronili-ponyatie-pri>.

⁸ Edelman R. Trust Barometer Key Findings Presentation, 2011 // <http://www.edelman.com/trust/2011/>.

⁹ Ibid.

стали збитки і розорення сільськогосподарських виробників Іспанії навесні 2011 року у зв'язку з інформацією про бактерійне інфікування населення через уживання овочів місцевого виробництва, розповсюдженою ЗМІ Німеччини. І це лише мала дешиця проблем, пов'язаних із глобальним, абсолютно мобільним інформаційним простором.

Звертаючись до прикладів інформаційного впливу в політичній сфері, слід зазначити, що за багато століть існування природоісторичної взаємодії економічних суб'єктів система суспільних поглядів сформувала особливе інституційне сприйняття інформації в політиці – найчастіше ця інформація має маніпулятивний характер. Об'єктивна якість інформації завжди проходить крізь призму інтересів суб'єктів, що її формують, систематизують і подають. Тому в суспільних системах завжди спостерігається суперечність достовірності та суб'єктивності інформації, що відбивається в різних сферах соціальної взаємодії й особливо в політиці.

Останнім часом в економічній літературі нерідко можна натрапити на думку, що сучасні кризові ситуації – це не що інше, як результат акцій, спланованих окремими особами або організаціями з метою захоплення політичної влади й економічного збагачення. У.Енгдаль прямо вказує на опортуністичний характер діяльності голів фінансового світу США, спрямованої на отримання фінансових і політичних вигод, і рукотворність криз, що охопили світову економіку останнім 20-літтям.

Класика суспільної та літературної думки багата яскравими описами способів і механізмів організації кризи й особливої ролі інформаційного чинника у створенні необхідних умов для реалізації намічених політичних і економічних програм.

У сучасному світі яскравим прикладом інформаційного маніпулювання є дії китайського уряду, що знайшов спосіб контролю над свідомістю інтернет-користувачів. Ідеться про певне співтовариство, що має назву "50-центові армія", – спеціально найнятих різними державними відомствами інтернет-коментаторів. Одним із їхніх завдань є оперативний пошук негативної оцінної інформації про дії уряду, розміщеної в інтернеті, та швидке реагування шляхом емісії позитивного коментаря. Фахівці такого профілю беруть участь в інтернет-дискусіях, висловлюють думки патріотичного характеру, роблячи все можливе для формування позитивного образу китайського уряду. У разі знаходження коментатором думки, відмінної від офіційної точки зору, його завдання полягає у висміюванні й усілякому відкиданні та спростуванні цієї думки. Таким чином відбувається формування штучної громадської думки з тих або тих питань, що стосуються створення лояльного громадського клімату. Практику найму коментаторів розпочато кілька років

тому місцевими властями, які були не в змозі контролювати громадську думку. Вони не могли покласти на Пекін, щоб відстежувати і блокувати кожен новину про свої населені пункти, тому вигадали власне рішення. За деякими оцінками, сьогодні кількість інтернет-коментаторів сягає десятків тисяч, є також відомості, що китайський уряд створив спеціальні центри для їх підготовки¹⁰.

В умовах панування інтернету як основного інформаційного джерела ми дедалі частіше стикаємося з проблемою необ'єктивності, недостовірності, а часто і помилковості інформації. Як показують нещодавні соціологічні дослідження, основними джерелами інформації є: для 29% респондентів – он-лайн-дослідження, для 19% – новинні он-лайн-ресурси і лише для 15% – друковані видання.

При цьому переважним принципом операційної активності операторів інформаційного простору є робота "поза нормами і законами". Головною проблемою сучасних інформаційних систем стало забезпечення соціокультурного, економічного, політичного простору достовірною інформацією – справжньою інформацією, яка створює умови для соціокомунікативної рівноваги, що означає рівні можливості для суб'єктів взаємодії та мінімізацію асиметрії соціоінституційного простору.

Ситуація ускладнюється тим, що сучасні системи передання інформації забезпечують її доставку кінцевому споживачеві в мінімальні терміни, практично миттєво, тому обсяги інформації для перероблення постійно зростають, так само як зменшуються шанси її практичної перевірки, що зумовлює безперервне зростання інформаційної асиметрії.

З одного боку, асиметричність інформаційного простору об'єктивна, оскільки непізнаний людиною світ, неосвоєна практично істина завжди є значно більшими за світ пізнаний. Водночас науково-методологічний і практичний інструментарій оброблення інформації кожного окремого суб'єкта є обмеженим, й існує потреба у професіоналах, які брали б на себе функції збирання, перероблення і доставляння достовірної, практично справжньої інформації кінцевому споживачеві, зменшуючи таким чином інформаційну асиметрію.

Об'єктивна асиметричність інформаційного простору формує наступний рівень інформаційної асиметрії, що виникає як природний результат розподілу праці, у зв'язку з яким з'явилися й укорінилися різні види праці, заняття, відокремилися й інституціалізувалися професії та виник особливий вид інформації – професійна інформація, яка являла собою конкурентну перевагу і була закритою для представників інших професій. Закрита для "ін-

¹⁰ Див.: Bristow M. China's internet 'spin doctors' // <http://news.bbc.co.uk/2/hi/7783640.stm>.

ших", вона природним чином зумовлювала необхідність у довірі до результатів праці професіонала, діяльність якого була інституційно закритою для учасників ринку. Історично так склалося, що професія, професійна діяльність, зумовлена довірою і вимагає довіри. Своєю чергою, соціогуманітарний простір вимагає професійного знання і думки, тобто професійної інформації. І в цьому є історична об'єктивна взаємна зумовленість формування довіри і професійного знання (сукупності професійних умінь і функцій), що виникла і розвинулася як результат об'єктивної інформаційної асиметрії.

З іншого боку, існує суб'єктивна інформаційна асиметрія, спричинена індивідуалістичними мотиваціями: різною інформованістю за вступу до процесу взаємодії, бажанням зберегти, приховати інформацію, надати помилкову інформацію тощо для досягнення бажаного ефекту комунікації. Для подолання суб'єктивної асиметрії необхідні етичні норми професіоналізму. Дослідник професіоналізму Т.Парсонс показував професії як структурний елемент сучасного суспільства, який демонструє, що економічні мотиви стримуються професійною етикою й егоїстичний інтерес типового індивіда в цілому приборканий необхідністю підтримувати інституційний кодекс, пануючий у його професійному середовищі. У середині ХХ століття вчений відзначав, що далеко не всі індивіди і соціальні групи включаються у вільний ринок із прагненням задовольнити свої егоїстичні інтереси; прикладом такої неринкової соціальної групи є професіонали. Однією з головних характеристик професіонала є відсутність інтересу, що ставить його у протилежність "діловій людині". Професіонал не мислить себе зайнятим витяганням власної вигоди, він більше стурбований своїми клієнтами і наукою.

За сучасних умов у глобальному соціоінституційному просторі розвиваються суперечливі тенденції, пов'язані з трансформаціями інституту професіоналізму. Професіоналізм перестав посідати належне місце в ієрархії цінностей, і це виявляється не лише в етичному аспекті, а й у функціональному, кваліфікаційному.

Глибинною причиною цих процесів є перенесення принципів обмеженості ресурсів ринкового суспільства у сферу оперування необмеженими людськими здібностями, які створюють ресурсну основу інформаційного суспільства, що зумовлює панування утилітарних відносин і опортунізм, які руйнують професіоналізм¹¹.

Існує також низка окремих причин, які зумовлюють кризу професіоналізму¹². По-перше, посилення глобальної трудової міг-

¹¹ Див.: Корнівская В.О. Ярёменко В.Г. Кризис профессионализма и информационный кризис в глобальном социоинституциональном пространстве // Український соціум. – 2011 – № 4.

¹² Див.: Там же.

рації. Як показують соціологічні дослідження, у професійній реалізації важливу роль відіграє принцип "де народився, там і згодився", що означає велике значення постійності соціоінституційного середовища. Не менше на інститут професіоналізму впливає широкомасштабна міграція некваліфікованої робочої сили з її атрибутивним і символічним впливом на загальний професійний клімат (небажання працювати якісно, бути відповідальним за роботу).

Чинником, що впливає на глобальний професійний клімат, є і руйнування природного соціоінституційного середовища стародавніх культур, для яких характерний високий рівень побутового і суспільного професіоналізму, у зв'язку зі зростанням використання некваліфікованої мобільної ручної праці. Йдеться, передусім, про Китай і китайську професійну традицію – високий рівень професіоналізму поширюється і на повсякденне ведення побуту. Так, скажімо, китайська система приготування їжі практично в незмінному вигляді з початку її виникнення 4000 років тому дійшла до наших днів, зберігши при цьому головний принцип – тривале ретельне попереднє оброблення початкової сировини, що вимагає справжнього вміння, майстерності й відповідальності та дає результат високої якості. Тому некваліфікована наймана праця з її безвідповідальним ставленням до результату, яка охопила Китай, може згубно позначитися й уже позначається на китайській ідентичності, в тому числі в контексті професіоналізму. Утрачається і професіоналізм китайських мігрантів – у зв'язку з їхньою активною торговою діяльністю на ринках інших держав (проблема китайських та індійських ринків у світі й особливо в Європі).

Криза професіоналізму розвивається також у зв'язку з руйнуванням закритих ринків, основою яких є династійний бізнес, що включає досвід багатьох поколінь. Дисбаланси в системі професіоналізму багато в чому зумовлені переважанням в соціоінституційному просторі ідеології короткострокових ефектів, несумісної з формуванням справжнього професіонала (і функціонально, і етично).

Дисбаланси професіоналізму посилюються з його відривом від інституційного середовища середнього класу, що багато в чому зумовлене глобальними трансформаційними процесами і зростаючим розшаруванням суспільства. Найчастіше як основні об'єктивні критерії за визначення середнього класу називають, окрім рівня доходів, стандартів споживання, володіння матеріальною й інтелектуальною власністю, здібність до висококваліфікованої праці¹³. Всеросійський центр дослідження громадської

¹³ Див.: Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ): десять лет спустя. – Ч. 3. Российское государство.

думки 2008 року зробив опитування, в якому респонденти мали вказати п'ять ознак, що характеризують середній клас. Лише 14% із них відповіли, що представник середнього класу має бути професіоналом. Це означає, що в суспільній свідомості зв'язок між цими найважливішими інститутами порушений, а це веде до зсуву ціннісних пріоритетів суспільства.

Суперечності професіоналізму посилюються у зв'язку з сучасною тенденцією нівелювання ролі профспілок як глибинних інститутів захисту професійного простору, ефективної комунікації професійного і не професійного просторів.

Перенасиченість інформаційного простору також впливає на реалізацію як функціонального, так і етичного професіоналізму, значно знижуючи продуктивність і трансформуючи ціннісну складову професіоналізму у зв'язку зі зростаючим опортунізмом.

Сьогодні економічні відносини розвиваються в умовах системних ціннісних трансформацій, зумовлених утратою достовірності в соціоінституційному просторі у зв'язку з глибоким деструктивним впливом інформаційного простору. Подальше розгортання кризи довіри як одного з проявів кризи достовірності може призвести до інформаційно-гуманітарного колапсу. Подолання вказаних тенденцій багато в чому зумовлене відродженням принципів професіоналізму і професійної етики. Тому пошук шляхів виходу з економічної та суспільної криз потрібно здійснювати, чітко усвідомлюючи, що етика може впливати на економіку через формування інституту професіоналізму як переважної в даному інституційному просторі етичної практики ставлення особи до своїх професійних обов'язків. Відродження професійних цінностей і професійної етики значно зменшить невизначеність і сприятиме підвищенню рівня довіри в економічному просторі, що може стати потужним чинником структуризації економічного простору, його необхідної інституціоналізації, створення нових соціальних смислів. У протилежному разі соціальні фільтри, гальма і буфери усунуться з інформаційного простору разом із соціальними смислами. "Очищений" від соціальних перешкод соціум являтиме собою ідеальне вмістище для нескінченних обсягів різного роду інформації, цінність якої прямуватиме до нуля, при цьому інформаційний вплив зростатиме, оскільки посилюватиметься невизначеність соціального простору.