

УДК [316.37+316.44]572.026

## **НОМО МОБИЛІС ЯК СОЦІАЛЬНИЙ СУБ'ЄКТ СУЧАСНОСТІ**

**Петренко-Лисак Алла Олександрівна** – кандидат соціологічних наук, асистент кафедри галузевої соціології факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

*В статті аналізується феномен homo mobilis – людини мобільної – соціального суб'єкта, який вирізняється широкомасштабним використанням портативних мобільних пристроїв і відповідних до них сервісів у системі індивідуальних і соціальних практик. Звернено увагу на особливості соціальних практик та значення мобільних сервісів у життєдіяльності сучасної людини, яка активно ними користується. Визначено соціологічні перспективи вивчення суспільства крізь призму розширеного змісту поняття "мобільність".*

**Ключові слова:** homo mobilis, людина мобільна, мобільність, мобільний зв'язок, мобільний Інтернет.

*В статье анализируется феномен homo mobilis – человека мобильного – социального субъекта, отличающегося широкомасштабным использованием портативных мобильных устройств и соответствующих им сервисов в системе индивидуальных и социальных практик. Обращается внимание на особенности социальных практик и значение мобильных сервисов в жизнедеятельности современного человека, активно их использующего. Обозначаются социологические перспективы изучения общества сквозь призму расширенного содержания понятия "мобильность".*

**Ключевые слова:** homo mobilis, человек мобильный, мобильность, мобильная связь, мобильный Интернет.

*In the article the phenomenon of homo mobilis – mobile man is analyzed. Homo mobilis is a social subject that actively uses portable mobile devices and corresponding to them services in the system of individual and social practices. Attention applies on the features of social practices and value of mobile services in the vital functions of modern man actively their using. The sociological prospects of study of society are outspoken through the prism of the extended maintenance of concept "mobility".*

**Keywords:** homo mobilis, mobile man, mobility, mobile content, mobile Internet.

Сервіс мобільного зв'язку поступово, але впевнено форматує соціальний простір. Мобільність людини на ґрунті використання та споживання сучасних портативних інформаційно-комунікативних сервісів можна вже сміливо виокремлювати в соціально-стратифікаційний критерій, за яким розділятимуться соціальні прошарки. "Опанування новітніх досягнень науки і техніки, пристосованих до використання в побуті, вже достатньо давно відповідає стратифікаційному контексту суспільства, зрештою — суспільства європейсько-американського типу, де споживання товарів, що в своїй основі мають досягнення науково-технічного прогресу, свідчить у суспільній думці про більш високу якість життя" [1]. Українське суспільство, хоч і має наздоганяючий статус в даному контексті, теж відповідає загальносвітовим тенденціям. Поява комп'ютерних телекомунікаційних мереж і систем мобільного зв'язку дозволило розглядати мобільність не тільки з точки зору переміщення в просторі, але і в якості способу долаання географічних обмежень на ґрунті здійснення комунікації [2]. З'явився новий тип свободи, що суттєво відрізняється від того, що існував раніше в історії людства, який стирає границі між статичним і динамічним, публічним і приватним [3], веде до трансформації культури поведінки.

В даній статті предметом аналізу обрано специфіку соціального суб'єкта, який активно користується мобільними сервісами. Мета статті – надати характеристику homo mobilis - соціального типу особистості, який вирізняється широкомасштабним використанням портативних мобільних пристроїв і відповідних до них сервісів у системі індивідуальних і соціальних практик.

В передмові до своєї книги "Культура мобільних телекомунікацій" С.В. Бондаренко зазначає, що в сучасному світі "основними діючими особами культурних практик є користувачі мобільних артефактів (телефонів, переносних комп'ютерів, мобільних ігрових гаджетів тощо)", а "технології мобільної комунікації стали інструментом перетворення простору, що оточує людину. Світ став незрівнянно швидше змінюватися, ніж це було до появи феномену мобільності. На цьому фоні досить обґрунтованим виглядає прагнення перейменувати Homo sapiens у Homo mobilis (людина мобільна)" [2; с. 5].

Теорія антропосоціогенезу ґрунтується на тезі про взаємозалежний процес формування соціальності та мінливості людських генотипів, з наступною елімінацією тих популяцій, особини яких найменш пристосовані прилаштувати свою діяльність до інновацій. Праця, комунікація, мова та соціалізація – основні фактори становлення людини соціальної (*homo socialis*). У такому разі сучасний вид *homo* номінально (як теоретичний конструктор) можна вирізнити у різновид *Homo mobilis* як такий що презентує людину мобільну – тобто представника виду роду люди (*homo*) з сімейства гомінід у групі приматів, який живе в теперішній час, тобто, як різновид сучасних людиноподібних, ряд соціальних особливостей яких визначається ступенем розвитку технократичної культури, в тому числі сервісу портативних мобільних пристроїв, їхнього використання в буденних соціальних та індивідуальних практиках.

М. Фераріс в своїй ґрунтовній розвідці щодо ролі мобільного телефону в соціоантропогенетичних зсувах, пише: "Мобільний телефон породжує *mobile ontology*, онтологію мобільності, а не тільки *mobile feast*, свято мобільності" [4; с. 13], причому "те, що відбувається з появою мобільного телефону, стосується не тільки техніки. Сам по собі мобільний телефон охоплює наш спосіб існування в світі" [4; с. 31].

Активному використанню мобільного телефону та мобільного Інтернету сприяє еволюція мереж передачі даних, а поштовхом до активного їх використання постав розвиток технологій та різноманіття портативних пристроїв, що забезпечують доступ до Інтернету. За результатами дослідження Європейської асоціації інтерактивної реклами (*European Interactive Advertising Association - EIAA*) [5] широкоформатним бездротовим Інтернетом сьогодні користуються 121 млн (52%) європейців, і мобільний Інтернет займає достатньо помітне місце в повсякденному житті європейців, адже щодня вони проводять у мережі близько 6,4 годин (для порівняння: читання паперових газет та журналів європейці приділяють відповідно 4,8 та 4,1 години на тиждень). В Україні тенденції подібні до світових, а кількість користувачів мобільного Інтернету впевнено зростає [6]. Сервіс мобільного Інтернету досить необхідний для мандрівників і сучасних кочівників [7], яким доводиться вирішувати справи "на ходу" і "алокально", для яких просторові переміщення – це стиль або спосіб життя. Крім цього мобільний Інтернет корисний не тільки просунутим мандрівникам, це також можливість виходу в онлайн для осілих мешканців технічно відсталих регіонів. Дослідницька компанія "Morgan Stanley" спрогнозувала, що в 2015 році мобільний Інтернет перевершить фіксований за обсягами трафіку (кількість користувачів становитиме 2 млрд, тоді як сьогодні їх нараховують 1,8 млрд (порівняно з аудиторією фіксованого Інтернету 1,6 млрд), буде зростати й кількість послуг, можливих лише на його базі. Автори прогнозу переконані, що більших перспектив для розвитку мобільного Інтернету слід очікувати в країнах, що розвиваються, де слабо поширений фіксований телефонний зв'язок [8].

Цікаві онтологічні спостереження пропонує М.Фераріс. Процес розповсюдження мобільного телефону сильно різниться від поширення інших технічних інновацій. Так, традиційні суспільства, котрі до холодильників чи телевізорів ставляться з підозрами, не відчувають сумнівів з приводу мобільної телефонії; хоча у бідних прошарків немає доступу до просунутих технологій, проте вони володіють, хоч і простими, але мобільними телефонами; мобільний телефон для сучасних дітей не є складною річчю в користуванні і опануванні його можливостей.

Наступне спостереження стосується питання співіснування людини і мобільного телефону. "Буття-біля-мобільного" означає стан постійної співприсутності суб'єкта і мобільного пристрою. Причому мобільний пристрій є часткою суб'єкта, адже етика користування мобільним телефоном передбачає його доступність у користуванні тільки його власнику. "<...> в "бутті біля телефону" криється проблема всюдисущості та індивідуальності: повсюди (всюдисущність) можуть знайти тебе і тільки тебе (індивідуальність). І це насправді значна трансформація. Раніше варто було вийти з дому і про телефон можна було забути. Тепер все інакше. Тебе знайдуть, де б ти не був, і навпаки. Відповідно, якщо тебе не можуть знайти, якщо твій телефон вимкнений, це щось значить. *Ex silentio* можна зробити найрізноманітніші висновки" [4; с. 44] про те, де в цей момент знаходиться людина; але саме за тим, коли людина в мережі або поза нею, складається стороння уява про її день. Якщо людина самостійно вимикає мобільний пристрій – вона свідомо "вимикається" від певного числа соціальних контактів. "Мобільний телефон знаходиться не в квартирі, а в кишені людини, він і є ця людина, адже номер телефону – це код імені особового" [4; с. 47], - аналізує М. Фераріс. Співприсутність людини в соціальному просторі за умов мобільної телефонії є всезагальною – "не стільки "все навколо тебе", скільки "всі навколо тебе" [4; с. 47]. Більше того, Фераріс звертається до феноменології морально-етичної поведінки, та психології комунікативної поведінки в межах теорії суб'єктивності та інтерсуб'єктивності. "Якщо мобільний і стаціонарний телефони дзвонять водночас, до якого підійти спочатку? Хтось скаже: до мобільного, адже дзвінок на мобільний точно призначений тобі. Інший заперечить: до міського, він використовується в більш офіційному спілкуванні, як колись телеграми. Тут виявляє себе конфлікт між різними баченнями світу: екзистенційним, зачарованим поняттям "бути завжди моїм", і таким, що прихильно перед третьою особою, світом, видимим ззовні" [4; с. 46-47]. Отже, мобільна телефонія зайняла екзистенційну позицію соціального простору, в якому соціальна стратифікація

просторової мобільності представлена тими, хто на зв'язку, і тими, хто поза ним. Суспільство стратифікується за ознакою типу мобільності соціальних суб'єктів, яка їм притаманна. Homo mobilis є вищим ступенем прояву мобільності іманентною характеристикою типу людини, яка коріниться в стилі її життя, в способах виживання. Тип переміщення, пересування різнитиме homo mobilis від інших соціальних типів homo. Homo mobilis – це пересуванці соціальним простором, які потребують мобільної телефонії та Інтернет-контенту як вагомих джерел та механізмів соціальних контактів, дій, взаємодій, відносин.

Інтернет, долучившись до мобільної телефонії, значно розширив можливості соціальних суб'єктів. Посилення позицій мобільного Інтернету підвищило і значимість соціальних мереж. 35% українців належать до числа активних Інтернет-користувачів (за даними дослідження "Wave 5" компанії "Universal McCann") [9], серед яких 81% є активними користувачами соціальних мереж. Причому, зростання числа користувачів соціальних мереж і сервісів пов'язане із зростанням мобільності. І якщо на початку поширення Інтернету його основним призначенням було поширення і пошук інформації, то сьогодні з'явилася нова до нього вимога: віртуальне спілкування. Спочатку дана послуга була можливою для досвідчених користувачів, пізніше з'явилися форуми і чати – соціальні кола людей, що письмово спілкувалися один з одним. Проте таке спілкування не створювало ілюзії спілкування з реальними людьми, адже поширеними були програмні ніки, аватари, за якими не було реальних людей, а лише програмне забезпечення. Коли з'явилися соціальні мережі, то абсолютна ілюзія спілкування стала реальною на ґрунті популярної ідеї пошуку забутих друзів, сусідів, знайомих, а також можливості здійснити віртуальні подарунки, не вкладаючи чималих коштів в обмін на ілюзію коштовного подарунку (адже подарунком є лише зображення бажаного предмету) – зробило спільноти соціальних мереж дуже популярними. Тому, тільки-но з'явилася можливість переходу в користування мережею стосунків, що відірвана від фізичної локалізації, сервіс мобільного Інтернету зріс у своїй популярності і поширеності. Належність до спільноти виявилась надто значимою рисою для сучасного homo socialis, і як зазначає З. Бауман, - "спільнота" в наші дні – це останній пережиток утопій минулого про хороше суспільство", що замінює людині "все те, що було втрачене з мрії про краще життя, де добрі сусіди коряться відмінним правилам співжиття" [10, с. 101].

Аналізуючи сутність інформаційно-техногенного суспільства, серед змістовних характеристик тенденцій розвитку інфосфери і її впливу на перебіг соціоприродної глобалізації, О.А. Дергачова виділяє наступні перспективи (що є значимими для нашого аналізу): заміну механічних взаємодій електронними технологіями; мініатюризацію та інтелектуалізацію соціотехнічних систем; якісне спрощення для людини формально-логічних, аналітичних процесів, що виконуються комп'ютерами, і зростання значимості емоційно-творчої, інтуїтивної, недоступної логічним пристроям людської праці і мислення; технологізацію фізичної і розумової праці, при поступовому витісненні людини зі сфери матеріального виробництва та інтелектуальної діяльності, підвищення вимог до інтелектуальних характеристик користувача; диференціацію просторово-часових і соціоприродних процесів і суттєвий розрив в інформаційній техноevolucії і соціально-природній еволюції, коли прискорення часу комп'ютерних мереж не співпадатиме з погодинним часом повсякденного життя; всебічне проникнення інформаційних технологій в соціоприродну структуру, відтворення в кібервіртуальному просторі ієрархічної соціальної структури суспільного ладу; подолання на базі інформаційно-телекомунікаційних технологій просторово-територіальних обмежень, інтенсифікацію трансграничних взаємодій і комунікацій; віртуалізацію життєвого простору людини з визначальним статусом інфосфери в характері соціоприродних взаємин; техносферизацію умов і сфер життєдіяльності, що трансформуватиме соціокультурні моделі; зростання ролі домашнього способу життя, що обумовлене інтенсифікацією розвитку системи комунікацій; зростання внутрішньо- та міжкраїнної поляризації, що визначається ступенем технологізації; і, зрештою, тенденція того, що в межах обраного нами предмету аналізу важлива, це – екотехнологічна трансформація соціобіосферної сутності людини в техносціобіосферну або постбіосферну, підтримка, контроль і планування життєдіяльності якої здійснюватиметься штучними техно-ноосферними системами, що базуються на інформаційних технологіях. До того ж, в перспективі людства - "порушення пропорцій у співвідношенні природного і штучного, інформаційного середовища існування і, відповідно, техносферизації біосфери, біосферного життя і людини шляхом інформаційно конструйованих біотехнологій при суттєвому скороченні біосферних форм життя", а також монополізація впливу техносфери на соціоприродні системи, "перетворення її в домінуючу ланку в зв'язках "соціум-біосфера" [11; с. 165-166]. У такому майбутті соціуму homo mobilis почуватиметься "як вдома", а описаний вище соціальний світ і буде його оселею.

Критеріями homo mobilis є активна посередницька роль мобільної телефонії та Інтернету в здійсненні буденних практик облаштування життєдіяльності: від пошуку необхідної інформації до посередництва у задоволенні потреб (від купівлі товарів і послуг до організації просторових переміщень).

Мобільна, пересуванська, кочова свідомість homo mobilis цінує передусім алокальність, легкість вибору альтернативи інноваційність емоцій та відчуттів. "Liquid modernity" ("текуча сучасність"), про яку

писав З. Бауман, - це ойкумена homo mobilis. Адже миттевість – це одна з основних якостей, яку цінує сучасність. "Люди, які рухаються і діють швидше і більшою мірою наближаються до миттевості руху, тепер є тими, хто править. Люди, котрими ж правлять, не можуть рухатись так само швидко; і ще більш очевидно – це категорія людей, котрі взагалі не можуть за власним бажанням залишити своє місце. Домінування полягає в здатності вислизати, віддалятися, "бути десь в іншому місці" і праві обирати швидкість власного переміщення, водночас позбавляючи людей, над якими домінують, здатності зупиняти, обмежувати свої пересування або пригальмовувати їх. <...> Нерівність у доступі до миттевості є важливішою серед сучасних версій цієї вічної і нерушимої основи соціального розділення у всіх її історично змінюваних формах; нерівний доступ до непередбачуваності і, відповідно, до свободи" [10, с. 130-131].

Якщо визначати кількісні параметри homo mobilis, то до них слід віднести: а) факт наявності та строк досвіду користування мобільними сервісами (телефонією, мобільним Інтернетом тощо), б) соціально-демографічні та в) соціально-економічні показники. Якісними параметрами виступатимуть: а) особливості та специфіка потреб і послуг, б) різновиди та ступінь складності сервісів, що споживаються за допомогою мобільних пристроїв, в) цінності та особливості стилю життя homo mobilis.

Отже, формулюючи висновки, зазначимо, що мобільна людина в сучасному суспільстві є активним суб'єктом соціальних дій і взаємодій. Використання в соціальних інтеракціях сучасних мобільних пристроїв і сервісів дозволяє сучасним суб'єктам виявляти і користуватися соціальним капіталом і ресурсами що є більш ефективними (як мінімум фактор часу діє на користь homo mobilis). "Homo mobilis" як поняття описує людину, яка вирізняється у власних практиках особливо визначальною роллю мобільної телефонії, мобільного Інтернету з відповідним переліком сервісів, що пропонуються користувачам даних послуг. Для такого суб'єкта мобільність є стилем життя, засобом вирішення життєвих проблем, ідентифікаційним фактором та джерелом оперативної інформації. "Homo mobilis" як теоретичний конструкт може використовуватись у сучасних соціологічних розвідках з проблем соціальної стратифікації, соціальної мобільності, соціальної ідентифікації, специфіки соціокультурних змін.

**ЛІТЕРАТУРА:** 1. Доведов С.Н., Луков Вал.А. Типология владельцев мобильных телефонов: тезаурусный анализ // Электронный журнал "Знание. Понимание. Умение". – 2008. - № 3. – Социология // [Электронный ресурс] / [Режим доступа]: <<http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/>>. 2. Бондаренко С.В. Культура мобильных телекоммуникаций. – Ростов н/Д: ЗАО "Книга", 2007. - 352 с. 3. Див. докладніше: Петренко-Лисак А.О. Приватний і публічний простори суб'єкта мобільної телефонії // Передовий науково-практичний досвід – 2009: Збірник матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції. – Миколаїв: НУК, 2009. – С. 148-150. 4. Феррарис М. Ты где? Онтология мобильного телефона / Пер. с ит. К. Тименчик, М. Устюжаниновой . – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – 352 с. 5. <http://www.eiaa.net/> 6. Портрет украинской аудитории мобильного Интернета // [Электронный ресурс] / [Режим доступа]: <<http://mobilnik.ua/print/article/287>>. 7. Див. докладніше: Петренко-Лисак А.О. Кочівники сучасності: нові соціальні мобільності // Вісник Харківського національного університету. Серія: "Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи". – Вип. 28(948). – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. – С. 178-181; Петренко-Лисак А.О. Кочові цінності сучасного соціуму // Соціальні зміни та культурна ідентичність. Збірник тез доповідей учасників Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. – О.: ОНУ імені І.І.Мечнікова, 2011. – С. 201-204. 8. Mobile Internet Report Key Themes Final // [Электронный ресурс] / [Режим доступа]: <<http://www.scribd.com/doc/24140307/Mobile-Internet-Report-Key-Themes-Final>>; Москалюк А. Morgan Stanley о росте мобильного Интернета // [Электронный ресурс] / [Режим доступа]: <[http://ko.com.ua/morgan\\_stanley\\_o\\_roste\\_mobilnogo\\_interneta\\_46955](http://ko.com.ua/morgan_stanley_o_roste_mobilnogo_interneta_46955)>]. 9. <http://www.umww.com/global/knowledge/view?id=128> 10. Бауман З. Текущая модерность / Пер. с англ. под ред. Ю.В.Асочакова. – Спб, Питер, 2008. – 240 с. 11. Дергачева Е.А. Тенденции и перспективы социотехноприродной глобализации. – М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 232 с. 12. <<http://www.mobileworldcongress.com/>>.