

УДК 141.319.8:316.4

Більчук Н. Л., Крижivecь Є. О.

ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ЛЮДИНИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В статье рассматриваются тенденции формирования нового образа человека в информационном обществе с использованием образа «анонима». Показано, что возможность анонимности приводит как к индивидуализации, так и к дивидуализации личности.

Ключевые слова: *информационное общество, демассификация, индивид, дивид, образ, «аноним».*

У статті розглянуто тенденції формування нового образу людини в інформаційному суспільстві з використанням образу «аноніма». Показано, що можливості анонімності призводять як до індивідуалізації, так і дивідуалізації особистості.

Ключові слова: *інформаційне суспільство, демасифікація, індивід, дивід, образ, «анонім».*

The article considers trends in the formation of a new image of human in the information society, using the image of "anonym". It is shown that the possibility of anonymity leads to individualization and dividualization of personality.

Keywords: *information society, de-massifying, individual, dividual, image, "anonym".*

Постановка проблеми. Вступаючи в третє тисячоліття, людство, і зокрема, філософська, наукова, мистецька спільнота, як це відбувалося й раніше, стоять на шляху пошуку таких форм осягнення дійсності, які б відповідали новим умовам її існування. Нещодавно вважалося, що зміни, які відбуваються в суспільстві й пов'язані із цим погляди на людину, її сутність і місце в суспільстві, мають лінійний характер. Із цього погляду певні зміни в одній складовій відношень «суспільство – людина» мають призводити до певних наслідків у іншій. Однак сучасність розкриває набагато складнішу структуру буття. Відокремлюючись від попередників (так званої «класичної парадигми»), сучасні дослідження швидше проходять під гаслом Ж. Дельоза, що «всі тотожності тільки симульовані й виникають як оптичний "ефект", "омана"», а отже, світ, суспільство, людина уникають будь-якої сталості, визначеності й можуть убирати в себе будь-які суперечності.

Саме така ситуація невизначеності панує в розгляді сучасного стану суспільства й перспектив існування людини в ньому. Констатуючи радикальні зміни, зокрема пов'язані з таким явищем, яке отримало назву «комп'ютерна» чи «інформаційна» революція, дослідники не можуть визначитись ані з чинниками, які відокремлюють такий стан суспільства, ані з наслідками цих змін для людини й людства в цілому. Так, ніхто не заперечує, що становище й потреби людини в сучасному суспільстві суттєво змінилися, але дослідники розходяться в розумінні їхнього впливу на зміну самої сутності людини.

Ступень розробленості проблеми. Розвиток комп'ютерної техніки, швидке вдосконалення інформаційних технологій призвели до появи нового типу суспільства – «інформаційного». У витоків запровадження цього терміна стояли М. Маклуен із критичним аналізом масової культури й комунікації, Е. Тоффлер із «хвильовою» концепцією розвитку суспільства, М. Кастельс із аналізом межового суспільства та ін. Зараз поняття «інформаційне суспільство» набуває широкого наголосу. Серед сучасників до його аналізу звертались О. Бойко, Д. Іванов, Н. Зражевська, К. Мей, Н. Ішук, Дж. Брайанд, А. Ракітов, С. Романюк, О. Маркозова та ін. Вони використовують характерні для інформаційного суспільства чинники для розгляду змін, що відбуваються в різних сферах: мас-медіа, структурі комунікації, культури, поведінкових стереотипів, конфліктів (війн), що перетворює його на *концепт*. За таких обставин *актуальним* і доцільним є аналіз нової реальності в різних аспектах і визначення тенденцій зміни становища людини в ньому.

Метою статті є аналіз впливу «інформаційного суспільства» й демасифікації на створення нового поведінкового образу людини в межах «хвильової» концепції Е. Тоффлера.

Інтенсивні інформаційні процеси призводять не тільки до різноманітних, але й багатих на суперечності наслідків, які не можна не враховувати в соціально-філософському аналізі сучасного суспільства. Інформаційне суспільство радикально перетворює власне соціокультурний простір. Зміни, пов'язані з розвитком інформаційного суспільства, стосуються всіх соціокультурних інститутів і стверджують принципово новий спосіб життя кожної людини.

Поширення інформаційно-комунікаційних технологій свідчить, що суспільству, яке формується, властивий небачений раніше динамізм, при цьому й саме воно стає менш стійким і керованим. В оціненні сучасної соціокультурної ситуації у світі існують два полярних погляди. Одні вчені оцінюють ситуацію інтенсивного поширення інформаційних та інших технологій як глибоко кризову для духовності, культури й самовизначення, самоідентифікації людини, а інші, погоджуючись з певними загрозами цих процесів, акцентують увагу на демасифікації, деуніфікації, а отже, *індивідуалізації* людини й урізнобарвленні суспільства. Схожа ситуація була й у минулому столітті, коли постало питання про технотизацію суспільства та її вплив на стан особистості. Тоді багато філософів акцентували увагу на тому, що розповсюдження техніки й технологій може докорінно змінити й саму людину, підкреслювали важливість збереження цілісності її внутрішнього світу, особистісності й індивідуальної неповторності.

Поява й розвиток інформаційного суспільства тільки загострили й поширили ті наслідки, про які філософи зауважували. Якщо в минулу добу людина ставала «заручником» потреб зростаючого виробництва, то сьогодні її стан зумовлений розповсюдженням інформаційного простору, а тому зміною й розширенням потреб. Одним із перших до аналізу нового суспільства звернувся Е. Тоффлер у роботі «Третя хвиля», де однією з ознак інформаційного суспільства він висуває процес демасифікації й розкриває його деякі ознаки на прикладі змін, що відбуваються в різних формах ЗМІ.

Концепція Е. Тоффлера ґрунтується на ідеї «хвильового розвитку», а саме розвитку не лінійному, а поштовхами, «ривками». «Першу хвилю» він називає «сільськогосподарською», у якій стан людини змінюється дуже повільно: її оточення майже незмінне (сім'я, сусіди, наставники), поява незнайомих людей, а отже, нової інформації мало ймовірна, життя усталене [5, с. 117]. «Друга хвиля» зумовила перебудову суспільства на кшталт промислового виробництва, змінивши місце й роль людини в загальній системі. «Індустріальне» суспільство було зорієнтоване на вироблення «загального», що й визначало положення людини та її сутність. Феномен «масовості» захопив усі сфери життєдіяльності суспільства: «масове виробництво», «масове споживання», «масова свідомість», «масова освіта», «масовий відпочинок», «засоби масової інформації», «зброя масового знищення» та навіть «масова(загальна) історична пам'ять». Причетність до загалу, прагнення бути поряд з іншими, у масі стали образами, які формували свідомість людини. Орієнтація на вироблення загальних цінностей і світоглядних засад, призвели до знецінення особистісних, індивідуально-неповторних рис людини, до розповсюдження конформістських поглядів – «бути як усі».

«Третя хвиля» – це ера володарювання телекомунікацій і комп'ютерних технологій, інформації та знання, розширення можливостей їхнього отримання й обміну. Е. Тоффлер акцентує увагу, що інформаційне суспільство характеризується поширенням можливостей до урізноманітнення інтересів і потреб у будь-яких сферах життя людини, а отже, сприяє її індивідуалізації.

Життя людини індустріальної доби було уніфіковано: ЗМІ визначали, яку інформацію подати через пресу й телевізійні канали, регламентували розклад дня й засоби його проведення (робочі дні, години й перерви на обід збігалися, газети, теле- й радіоканали передавали одні й ті самі новини, передачі, спектаклі, фільми). Розвиток інформаційних технологій суттєво змінив ставлення людини до ЗМІ, а отже, і їх самих. «Третя хвиля» змінила формат друкованих видань (газет, журналів), телевізійних передач тощо. Вони стають націленими на невеличкі групи споживачів, задовольняючи їх інтереси. Між виробником і споживачем налагодився зворотній зв'язок; тепер споживач формує ринок. Така ситуація склалася на будь-яких рівнях: виготовлення товарів, надавання послуг, формування інтересів і поглядів, надання інформації, новин.

Сучасний споживач суттєво розширив свої можливості: він може отримувати інформацію з різних джерел і порівнювати її, обирати із значно більшої кількості каналів завдяки кабельному й супутниковому телебаченню, дивитись будь-який фільм чи програму і будь-який час й навіть працювати в зручному для себе режимі. «Усі ці розробки мають одну загальну рису: вони розділяють телеглядачів на групи, і кожен новий сегмент не лише збільшує різноманітність нашої культури, але і глибоко проникає у потужну структуру телемереж...» [5, с. 122]. При цьому створюються, за термінологією Е. Тоффлера, нові образні ряди, які формують новий світогляд і самовідчуття людини, і цей процес триває: «Ми не отримуємо готову ментальну модель реальності, ми маємо постійно формувати та переформовувати її» [5, с. 124]. Тому необхідно звернутися до розгляду таких образів, появу яких уможливило

інформаційне суспільство.

Процес формування образу нової людини має невизначений характер, а саме, якщо наслідком демасифікації Е. Тоффлер вважає індивідуалізацію людини, то ті самі процеси призводять до того, що в постмодерні отримало назву «*дивідуалізації*». Як відомо, термін «індивід» був уведений у західноєвропейську культуру ще Цицероном як латинський аналог грецького терміну «атом», тобто «ціле, яке не можна розділити». Отже, «індивід» – це унікальна, неповторна цілісність, на протигагу якої «дивід» – це позбавлена особистісного ядра, принципово фрагментована й розірвана людина. Її сутність складає *невизначеність*, зміна «масок», «ролей», «облич» на потребу дня. У інформаційному суспільстві не тільки збільшується їхня кількість, прискорюється зміна, але й змінюється ставлення до існування «*без обличчя*». Можливість бути яким завгодно в будь-який час стає цінністю, здобутком, якого прагнуть, і навіть визначає статус людини в інформаційному просторі.

Мережа Інтернет створила цілий власний світ, у якому є особлива структура, ієрархія, правила, мова. Бути долученим до цієї спільноти, стати в ньому помітним дорівнює статусу бути людиною. У межах цього штучно створеного світу відокремлюються й існують самостійно («світ у світі») безліч світів – сайти, форуми, блоги з власною структурою. Здається, що така ситуація сприяє прагненню людини до індивідуалізації, надає можливості створити власний образ і висловити його. Та сучасна людина, маючи таку можливість, прагне, за Е. Фроммом, «уникнути свободи», не мати власного обличчя або ж так його приховати. Розповсюдження мережі Інтернет із його «світами» збільшує можливості як індивідуалізації користувачів, так і протилежних прагнень – розчинитись у них. Так, у виборі сайту чи спільноти важливу роль відіграють не його зміст, інтереси, що відстоюються, а популярність у соціальній мережі, кількість користувачів. Так формуються погляди, що статус людини інформаційного суспільства складають зовнішні показники – кількість друзів, спільнот, «лайків» і «репостів». Мінливість, швидке оновлення й зростання кількості інформації (за законом Муаро вона подвоюється кожні 18 місяців) унеможлиблює її аналіз, робить фрагментарним сприйняття, змінює ставлення до неї й формат передання, породжуючи «кліпову» культуру й таку саму свідомість. Це призводить до децентралізації суб'єкта, втрати особистісного ядра й цілісності, розпаду на безліч кимось створених образів, *симулякрів*, «копій з неіснуючих копій».

Сучасна культура «умовно продає» велику кількість «облич», «масок», які використовуються в повсякденному житті, пропонує широкий вибір зразків для створювання певного іміджу, який з легкістю змінюється іншим. Як зауважують дослідники (див. [1]), людина дійсно стає такою, що постійно грає, створюючи таку саму «*ігрову ідентичність*»: вона не «прикріплюється» до певних культурних зразків і традицій, а вільно змінює їх, подібно до масок, залежно від конкретної комунікативної ситуації. І саме така несталість, «*гра в ідентичність*» стає «обличчям» сучасної людини. Вона лише транслює, передає вже створені образи, погляди, інтереси, навіть не звертаючи увагу, чи є в неї самої щось особистісне, власне, індивідуальне, і взагалі не потребує цього.

Кожна культура створює власні образні ряди, які формують і транслиують образ життя, поведінкові стереотипи, ставлення до світу, тобто саму людину. У минулу добу «сталості» розповсюдженою була гра «Ким ти бажаєш стати?» і усі мали визначитися – лікарем, космонавтом, учителем... Увага й зацікавленість певними образами підтримувалася та транслиувалася ЗМІ. Так, початок «інформаційної ери» сформував образ агента-шпигуна, який використовував найсучасніші технології. Сучасна ж епоха надала можливість створити новий образ – «аноніма», «людини без обличчя».

Саме анонімність, безликість, невизначеність стають сутністю нових образних рядів, які формують людину й культуру інформаційної доби. Інтернет надав можливості та створив справжній світ анонімності, ставлення до якого серед самих користувачів неоднозначне. Як зазначає Lurkmore (енциклопедія сучасної Інтернет-культури), для існування аноніма достатньо «дружньої атмосфери інтелектуальної зухвалості» й можливості писати без реєстрації, що дозволяє «висловлювати найпотаємніші й найсміливіші думки». Однак та сама анонімність породжує безвідповідальність, створює «некерований простір», у якому може розповсюджуватись агресія, конфлікт, лихомовство й навіть злочинність. Анонімність може спонукати як до «багатообличчя», можливості бути ким завгодно, створити власний «проект», індивідуальний «всесвіт», так і до прагнення приховати власне обличчя, сутність або «від-сутність» його; як висловлювати власні думки й відстоювати погляди, так і приховувати власну обмеженість за зухвалою поведінкою й порожньою лайкою.

В інформаційному просторі всі процеси прискорюються й висвітлюються яскравіше. Це штучна модель суспільства, тому на його прикладі можна прослідкувати розмежування, які відбуваються в суспільстві й стосуються також і розуміння сутності людини. Так, на перший погляд, така його «певна» частина, як «аноніми», поділяється на поляризоване товариство. Це не просто група, а швидкозмінний, важко досліджуваний світ. Народжуються й закриваються сайти й спільноти, формуються правила існування, серед яких є і «ніяких правил», створюється особлива мова, сленги, образи-меми, а також словники й енциклопедії задля їхнього тлумачення – «світ у світі». Одна й та сама людина може використовувати різні псевдоніми, образи, висловлюватися від імені цілої купи людей, створюючи ілюзію «масовості» («усі це підтримують») чи популярності. Іноді такі дії мають провокувальний чи агресивний характер, тому вишукуються засоби запобігти цьому. Попри це «анонімність» приваблює розширенням можливостей. Наприклад, є ціла армія «Анонімусів» – Інтернет-група, яка не має певного складу, керівництва, розташування, але виконує спільні завдання – акції протесту, інформаційні атаки, зламування сайтів тощо. Їхня сила у невизначеності, вони можуть бути де та ким завгодно, їх ніхто не знає, вони всюди, «і ім'я їм Легіон». Образ «Анонімусів», які з'являються у масці Гая Фокса, уже розповсюджується через фільми, серіали, новини, нагадуючи Зорро, але, на відміну від цього героя, вони позбавлені однобічно позитивного ставлення. «Анонімуси» заявили про себе як борці із системою за свободу слова в Інтернеті, але ж вони чи ті, хто ховаються під такими

ж масками, скоюють злочини й порушують закони.

Отже, Інтернет-простір розширює можливості для відтворення індивідуального особистісного образу, але й надає можливості відмовитися від власного, використовуючи ті, що вже створені. Як і зауважував Е. Тоффлер, «третя хвиля» несе із собою зміну в усіх сферах життя людини й суспільства, надає багато можливостей, але й породжує багато проблем, серед яких центральне місце займає проблема людини, тенденції її самовизначення. Особливістю сучасного положення людини у інформаційному суспільстві є невизначеність: одні й ті самі чинники призводять до протилежних наслідків. Демасифікація суспільства призводить як до індивідуалізації, так і до дивідуалізації людини, що яскраво висвітлюється в появі образу «аноніма». Саме анонімність може стати вирішальним чинником у формуванні образу людини нового суспільства, наочно демонструючи його еkleктичність.

Література:

1. *Бойко О. П.* Трансформація культури в умовах глобалізації / О. П. Бойко // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Філософія. – 2012. – Вип. 39. – С. 25–34.
2. *Ішук Н. М.* Демасифікація як соціальна трансформація: прогнози та реалії / Н. М. Ішук // Актуальні питання масової комунікації. – 2013. – Вип. 14. – С. 14–19.
3. *Мей К.* Інформаційне суспільство. Скептичний погляд / К. Мей ; пер. з англ. М. Войницькая. – Київ : К.І.С., 2004. – 220 с.
4. *Романюк С. Н.* Информационное общество и его войны / С. Н. Романюк // Гуманітарний часопис. – 2009. – № 1. – С. 120–124.
5. *Тоффлер Э.* Третья волна / Э. Тоффлер ; пер. с англ. – М. : АСТ, 2004. – 781 с.

Надійшла до редакції 13.10.2016. Розглянута на редколегії 02.12.2016

Рецензенти:

Доктор філософських наук, завідувача кафедри філософії Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ» Чернієнко В.О.

Кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії Харківського національного університету будівництва та архітектури Кунденко Я.М.