

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена проблемі трансформації культурної ідентичності в умовах глобального інформаційного простору. Метою статті є означення появи нової культурної ідентичності особистості. Показано, що новітні інформаційні технології істотно змінили уявлення про ідентичність людини.

Ключові слова: трансформація, інформаційні технології, ідентичність, культурна ідентичність.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблеме трансформации культурной идентичности в условиях глобального информационного пространства. Целью статьи является определение появления новой культурной идентичности личности. Показано, что новейшие информационные технологии существенно изменили представления об идентичности человека.

Ключевые слова: трансформация, информационные технологии, идентичность, культурная идентичность.

SUMMARY

The article is devoted to the transformation of cultural identity in a global information space. The article is the definition of a new cultural identity cards. It is shown that new information technologies significantly changed our understanding of human identity.

Keywords: transformation, information technology, identity, cultural identity.

В умовах глобалізації та інформатизації сучасності постало питання про трансформацію культурної ідентичності особистості, змусивши дослідників звернутися до обговорення таких питань як: хиткість колективної ідентичності в контексті інформаційного суспільства; можливість збереження ідентифікаційних засад; обстоювання значимості ідентичності як смислового горизонту людини і сучасного суспільства.

Широкий діапазон відповідей на поставлені питання були надані в сучасній філософській думці. Це фундаментальні дослідження М. Маклюєна, Р. Дебре, С. Леша, Е. Тоффлера, М. Ульбека, Ж. Бодрійєра, Д. Рашкоффа, М. Кастельса, М. Уєбстера Дж. П. Барлоу, П. Вірлія, С. Жижєка, Г. Почепцова, В. Подороги, В. Дубровського, В. Савчука, Ю. Рижкова, О. Соболя та ін. Не зважаючи на різні погляди стосовно проблеми ідентичності, стверджується виникнення нових практик ідентифікації, в тому числі і культурної.

Слід підкреслити, що сучасний світ відображає множинність культурних практик за допомогою, насамперед, різних інформаційних технологій, що втілюється у взаємодії соціальної та інформаційної сфер, яка набуває нового характеру. Про це свідчать і такі фактори: по-перше, соціокультурним середовищем сучасної людини, що забезпечує її соціокультурне буття, виявляється світовий інформаційний простір, який вимагає особливих механізмів адаптації; по-друге, відбувається становлення норм сучасного інформаційного суспільства, що мають на меті покращити процес соціалізації; по-третє, соціокультурна адаптація сприймається як функція розвитку, що пов'язано із безперервним інформаційним розвитком (мова йде про безперервний саморозвиток особистості).

Ідентичність – широка концепція. Як слушно зауважують М. Хог і Д. Абрамс, основною людською потребою є конструювання сенсу і порядку із заплутаного дзиччання неопрацьованого сенсорного досвіду [8]. Власне, ідентичність кожної особистості формується шляхом соціалізації, під час якої відбувається ототожнення людини з певними культурними і ментальними категоріями, унаслідок чого виникає відносно стійка система

уявленнь індивіда про самого себе і своє місце у соціальній структурі. Сутність культурної ідентичності полягає в усвідомленому прийнятті індивідом відповідних культурних норм, ціннісних орієнтацій, зразків поведінки та мови, культурної спадщини, історії, традиції, вірувань, культурних інновацій. Іншими словами, ідентичність свідчить про належність людини до певної культури/культурної групи.

Проте, ідентичність має процесуальну природу, вона постійно змінюється в залежності від історичної та соціальної динаміки і конструюється як особистістю, соціумом, так і культурою: «Ідентичність ніколи не може бути чимось сталим та завершеним, це процес утворення нового простору для буття особистості, яка завжди існує в умовах недостатнього рівня самоусвідомлення та самоздійснення, а тому прагне до все нових вчинків, які вважає уреальненням особистої ідентичності» [2, с. 14].

Сучасні дослідники зазначають появу нової ситуації, коли єдина монокультурна ідентичність зазнає значних перетворень. Ця ситуація є наслідком трансформації культурної рефлексії. На відміну від інтрокультурної рефлексії (не вимагає виходу за межі власної культури), інтеркультурної рефлексії (містить здатність до сприйняття подібних культур) та загальнокультурної рефлексії (не містить соціальних, національних чи конфесійних бар'єрів), культурна рефлексія сьогодення постає гіперрефлексією, що виникає внаслідок максимальної відкритості культури сучасності. Порушується внутрішня діалектика (розгортання внутрішнє/зовнішнє), на якій наголошував М. Каган. Невизначеність сучасності породжує ситуацію, що супроводжується певною хаотизацією суспільної свідомості. Сучасність постає як фактор постійної мінливості і взаємного перетікання, тобто синхронії.

Особливістю соціокультурної ідентичності сучасності є те, що основними акторами, які сприяють формуванню останньої є саме медіасередовище та віртуальні інформаційно-комунікативні системи. Як наслідок – людина отримала можливість вільного сприймання різних культурних систем.

Саме це надає підстави говорити про кризу культурної ідентичності і виникнення «інформаційного вакууму», який людина змушена заповнювати власними силами. Однією з причин кризи ідентичності, є так звана «модель енергійного отримання тринітарної ідентичності» (С.С. Хоружий), котра виступає в якості емпіричного варіанту, що пропонує різноманітні моделі культурної ідентичності. Останні сприймаються з оточуючої реальності і презентуються різними царинами, в наслідок чого і виникає специфічний колаж, що не залишає людині «надію на порятунок».

Людина опиняється перед необхідністю реконструкції ідентичності, яка вже не є заданою, її необхідно реконструювати, але робити треба це в умовах нових форм комунікації, що постійно трансформуються і знаменують невизначеність стандартів, критеріїв і цілей життя. Особистість отримала можливості пошуку, які відкривають їй нові горизонти самовдосконалення. Проте, виникає питання змісту цієї культурної ідентичності.

Ця ідея резонує з роздумами про невизначеність сучасної людини Е. Тоффлера. Саме це, на думку дослідника, є головною психологічною проблемою інформаційної сучасності: «Мільйони індивідуумів несамовито шукають свою справжню індивідуальність або якусь магічну терапію, щоб знову стати цілісною особистістю» [6, с. 280]. Це наслідок того, що засади ідентифікації, що протягом тривалого часу забезпечували людини відчуття співпричетності до культури (моральні зобов'язання, релігійні настанови, трудова етика, соціально-організаційна упорядкованість, структури) утратили свої основи.

Вплив світових інформаційних процесів і сучасних новітніх комунікаційних технологій, які мають глобальний характер, змінюють саме визначення ідентичності, у тому числі і культурної. Як зазначає М. Кастельс, проблема ідентичності в сучасному інформаційному суспільстві набуває іншої інтерпретації внаслідок інтенсивного розповсюдження інформаційних технологій. Сучасна людина опинилася в ситуації вибору різновекторних модусів ідентичності. Це пов'язано з тим, що сучасне інформаційне суспільство визначається новою соціальною структурою, безпосередньо впливаючи на модель поведінки.

Інформаційне суспільство характеризується динамічністю і гнучкістю, внаслідок використання нових технологій трансляції знань і соціокультурного досвіду, що сприяє посиленню нестійкості ідентичностей. В інформаційному суспільстві індивід інтерналізує різні культури без ідентифікації з ними, в результаті з'являється відчуття релятивності сучасності взагалі, що втілюється у суб'єктивній дистанції, яку зберігає індивід при виконанні певних соціально-культурних ролей.

Однією з концепцій, що стверджує розпад сталих форм ідентичності індивіда в сучасному культурному середовищі, є концепт «емотивізму» (від англ. emotion – емоція) А. Макінтайра. Дослідник відійшов від розуміння емотивізму виключно як надання цінностям суб'єктивного характеру, а трактував цей феномен як симптом соціальних і культурних змін у європейському суспільстві протягом останніх трьох століть [3].

У світі глобальних технологій і комунікацій сучасна людина отримала знання про культури, не живучи в них: питання культурної самосвідомості людини «До якої культури я належу?» трансформується в питання «Що я можу запозичити з наданих мені культур?». Як слушно зауважує В. Межуєв: «Можна знати іслам і не бути мусульманином. Знання і буття, всупереч формулі Декарта, розходяться між собою» [5, с. 16]. Відбулося розведення двох модусів існування людини: можливість знати і можливість бути. Причому перший модус сучасності – можливість знати – формується інформацією, що продукується кожного року у великій кількості і давно перевищила здатність людини до її сприйняття.

Людина отримала можливість використовувати надбання багатьох культур без усвідомлення їхньої значимості. Тепер їй достатньо лише вирішити для себе, наскільки для неї важливий той чи інший «фрагмент» культури. Виникає так званий «сувенірний синдром». Про це свого часу попереджав Р. Барт, вказуючи на те, що людина сучасності оперує певними референтними посиланнями, тобто лише вказує на той тип знання, на який посилається (фізичного, фізіологічного, медичного, психологічного, літературного тощо), але не намагається відтворювати або створювати культуру. Ознаки ідентичності, які приходять на зміну зруйнованим, не сприймаються індивідами в якості таких, адже сама культура не лишається цілісною. Яскравий приклад – формування «кліпової» свідомості.

Ця ситуація ставить під сумнів можливість існування єдиної ціннісної системи. Особистість отримала можливість виступати в ролі будь-кого на противагу класичній/традиційній культурі, де ізольованість і закритість поставали ідеалом сучасного їй суспільства. Для сучасного суспільства, на думку К. Мангейма, є характерним тип людини, який визначається рисами Протея, котрий долає встановлені межі і набуває нового вигляду, завжди є рухомим, насамперед, мотивами оновлення і зміни [4, с. 94]. Взаємопроникнення культур і безперервний обмін цінностями формує ідентичність, що постійно змінюється, – «протеївську ідентичність», тим самим викликаючи у людини розгубленість, невпевненість і суперечності. Сучасна людина подібно до Протея весь час змінюється. Відповідно, безліч масок, які вона використовує, не лише створюють множинність її образів – відбувається її розпад, адже безкінечна множинність не може виступити певною єдністю.

Особливістю культурної ідентичності сучасності є те, що основними чинниками, які сприяють формуванню останньої, є саме медіасередовище і віртуальні інформаційно-комунікативні системи. Завдяки ним сучасна людина отримала змогу перебувати в декількох культурних просторах одночасно. Для сучасної людини є доступною вся культура [6, с. 16].

Виникає максима інформаційної епохи: людина живе віртуальною реальністю, де формуються нові соціокультурні потреби, орієнтації, ролі і визначення власного «Я».

Віртуалізація сучасності, її імітаційний та ігровий характер змінюють культурну ідентичність сучасної людини. Є багато філософських і психологічних міркувань про «мережеву ідентичність», про так звані «ігри з ідентичністю». Віртуальні стосунки, опосередковані комп'ютерами, набувають рис соціальності, де формуються свої, характерні для кожної окремо взятої «віртуальної соціальної структури» специфічні парадигми дій, які впливають на поведінку людини у звичайній реальності.

У Мережі утворюються спільноти зі своїми специфічними структурами, правилами і системою взаємодій, формуються цінності, відбувається боротьба за лідерство, групові відносини, процедури ініціації новачків, формуються й соціалізуються особистості. Віртуальний соціокультурний світ є плюралістичним, а сам суб'єкт виступає в якості множинного «Я». Проте, нового характеру набуває невизначеність, де людина втрачає критерії істинності, що породжує не лише подвоєність свідомості, але і ціннісну, смислову та екзистенційну фрустрацію. Людині надається можливість репрезентувати себе в Мережі у вигляді декількох образів, змінювати стать, вік, національність, експериментувати із власною ідентичністю, конструювати особисті гібриди. Стала можливою дифузійна, негативна ідентичність, а також відтворення фантастичного «Я», коли людина втілює свої бажання, пов'язані зі спілкуванням, визнанням і здійсненням соціокультурних зв'язків.

Зміни в людській психіці, структурах формування особистості, що впливають більш-менш безпосередньо на формування ідентичності, можуть провокуватися не тільки середовищем Інтернет, але і всією технікою відпочинку й розваг. Остання стає усе більш витонченою, забезпечуючись зусиллями й винахідливістю продюсерів і сценаристів шоу, комп'ютерними іграми, новітніми розробками в області програмного забезпечення. У доросле життя входять покоління, які з дитинства виступали споживачами крос-культурних ігор про братів Супер-Маріо, кишенькових монстрів Покемон.

Постає питання, наскільки нове покоління зацікавлене у визначенні власної ідентичності, як індивідуальної, так і культурної. Це пов'язано з тим, що в сучасному інформаційному суспільстві людина має величезні можливості вільного входження до різних соціокультурних спільнот, водночас, надовго ніде не затримуючись, що означає нетривалість і слабкість комунікаційних зв'язків і постає як нова форма маргіналізації сучасності. Культурна ідентичність набуває нового смислу: соціалізація й інкультурація втрачають свої традиційні технології, набуваючи нового вигляду.

Віртуалізація суспільства порушує зв'язок між поколіннями. Набувають певної реальності міфічні герої, віртуальні суб'єкти, тим самим створюючи кризу ціннісно-смислових доміант шляхом витіснення і заміщення цінностей, символів і знаків. Культура перестає бути гарантом удосконалення світу. Навпаки – вона породжує збудженість, миттєвість, нестійкість станів суспільного духу. Як зазначають українські дослідники: «Поглиблюється прірва між людьми традиційної, книжкової культури, і шанувальниками найбільш сучасних відеокомп'ютерних, віртуальних форм культури. Це веде до кризи традиційних цінностей, які неповно й неадекватно сприймаються поколіннями, що вступають у свідоме життя... і не мають ніякої ціннісної альтернативи цим старим досягненням» [7, с. 459]. Відтепер, комп'ютерні технології і аудіо-візуальні засоби не лише поширюють і закріплюють ментальні й дискурсивні стандарти, але і суттєво їх видозмінюють.

Ще одна важлива особливість сприйняття ідентичності людиною і суспільством у сучасних умовах – трансляції конкретного змісту у формі образу. Останній за допомогою сучасних високотехнологічних засобів транслюється як знак, що долає мовні бар'єри і міжкультурні відмінності. Тому культурна ідентичність починає сприйматися спершу за допомогою лаконічних образних композицій, а вже потім за допомогою тексту. Розповсюдження певного образу здійснюється завдяки Мережі і телевізійним екранам світу, які видозмінюють проблему реіфікації (від англ. *iffy* – умовність) на якій наголошували П. Бергер і Т. Лукман. Дослідники стверджували: «Реіфікація – це сприйняття людиною феноменів як речей, тобто в позалюдських, можливо, у надлюдських термінах», у результаті чого «об'єктивний світ перестає сприйматися як людський витвір й за ним закріплюється якість позалюдської, дегуманізованої та інертної фактичності» [1, с. 146–147].

Сьогодні, на думку сучасних дослідників, людина для визначення своєї поведінки, своїх думок співставляє себе не з культурними універсалами, а з думками, шаблонами, стереотипами, що виникають, транслюються і зникають завдяки діяльності ЗМІ і ЗМК. Ідентичність сучасної людини видається своєрідним габітусом (від лат. *habitys* – зовнішність,

зовнішній вигляд) останньої, де вибір людей, сучасні культурні практики і можливості набувають вигляду єдиного комплексу, нового складного утворення, де складові культурної ідентичності завдяки новітнім інформаційним технологіям накладаються одне на одне.

ВИСНОВКИ. Розвиток інформаційних технологій, глобальний характер комунікації і, безумовно, глобалізація супроводжуються адаптацією всієї системи культури до виникаючого глобального інформаційного простору з великою кількістю культур, стилів і способів життя. Зазначена ситуація дозволяє вказати на те, що відбувається становлення нової культурної ідентичності, що є відповіддю на основні тенденції трансформації сучасності.

Відтепер культурну ідентичність варто розуміти як багаторівневе, динамічне явище, яке можна моделювати. Сучасна людина має змогу виступати в ролі деміурга, що конструє/реконструє власну культурну ідентичність в умовах соціокультурної трансформації. Як така, культурна ідентичність вже не є сталою і завершеною, перетворюється в простір буття людини, де остання знаходиться в постійному пошуку себе. Ця ситуація вимагає появи нових форм самовизначення людини в «світі без опертя» в результаті руйнування попереднього звичного способу життя, що супроводжується зникненням відчуття приналежності до певного оточення та визначених/сталих культурних цінностей та орієнтирів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Луман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
2. Катаев С. Л. Сучасне українське суспільство : Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 200 с.
3. Макінтайр Е. Після чесноти: Дослідження з теорії моралі : пер. з англ. / Макінтайр Е. – К. : Дух і літера, 2002. – 436 с.
4. Манхейм К. Избранные труды по социологии культуры. – М., СПб., 2000.
5. Межуев В. М. Актуальная функция философии / В. М. Межуев // Филос. науки. – 2008. – № 1. – С. 10–24.
6. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. – Киев : Вид. Дім „Всесвіт”, 2000. – 480 с.
7. Цивилизационная структура современного мира : в 3 т. / под. ред. Ю. Н. Пахомова, Ю. В. Павленко. – Киев : Наук. думка, 2006– . –
8. Т. 1 : Глобальные реформации современности. – 2006. – 687 с.
9. Hogg M. A. Social motivation, self-esteem and social identity / M. A. Hogg, D. Abrams // Abrams D. Social identity theory: Constructive and critical advances / D. Abrams, M. A. Hogg. – London, 1990. – P. 28–47.