

ІНФОРМАЦІЙНА СУЧАСНІСТЬ: ПРОБЛЕМА ІДЕНТИЧНОСТІ У ПРОСТОРІ ТЕХНОЛОГІЇ

АНОТАЦІЯ

Обґрунтовано необхідність аналізу культурної ідентичності особистості в умовах трансформації соціокультурного простору. Показано вплив новітніх інформаційних технологій, що істотно змінили уявлення про ідентичність людини. Наголошується на необхідності появи нових форм самовизначення людини в результаті руйнування звичного способу життя.

Ключові слова: ідентичність, трансформація, інформаційний простір, культурні цінності.

АННОТАЦИЯ

Обоснована необходимость анализа культурной идентичности личности в условиях трансформации социокультурного пространства. Показано влияние новейших информационных технологий, которые существенно изменили представления об идентичности человека. Отмечается необходимость появления новых форм самоопределения человека в результате разрушения привычного образа жизни.

Ключевые слова: идентичность, трансформация, информационное пространство, культурные ценности.

SUMMARY

The article is expanded need of analysis the cultural identity of the individual in terms of transformation of socio-cultural space. The influence of new information technologies, which significantly changed the idea of human identity. The necessity of new forms of self-determination rights in the destruction of their traditional way of life.

Key words: identity, transformation, information space, cultural values.

Інтенсивний розвиток інформаційних технологій наприкінці ХХ – початку ХХІ століття зумовив суттєву трансформацію соціальної реальності. Як зазначає М. Кастельс, людство вступило в нову епоху, де революція в інформаційних технологіях є головним чинником становлення нової економіки, суспільства й культури [1]. Насамперед, це є наслідком активного поширення персональних комп'ютерів та їх об'єднання у межах глобальної мережі Інтернет і свідчить про появу нового соціального простору: відбувається віртуалізація знань, мистецтва, кохання, влади, вартості тощо. Разом із тим, роздвоєння реальності на об'єктивну і віртуальну не лише змінює звичні суспільні практики, формуються нові інтереси, мотиви, цінності, нові види соціально-культурної та психологічної активності.

У сучасній філософській думці надано широкий діапазон поглядів щодо трансформації соціальної реальності. Це фундаментальні дослідження М. Маклюєна, Р. Дебре, С. Леша, Е. Тоффлера, М. Ульбека, Ж. Бодрійяра, Д. Рашкоффа, М. Кастельса, М. Уебстера, Дж. П. Бар-

лоу, П. Віриліа, С. Жижека, Г. Почепцова, В. Подороги, В. Дубровського, В. Савчука, Ю. Рижкова, О. Соболя та ін.

Однак особливої актуальності набуває проблема дослідження множинності культурних практик, що виникають за допомогою, насамперед, різноманітних інформаційних технологій. Постає питання про трансформацію культурної ідентичності особистості в умовах глобалізації та інформатизації сучасності. Про це свідчать наступні 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.

Метою статті є аналіз трансформації культурної ідентичності особистості в результаті особливостей взаємодії суб'єктів у глобальній мережі Інтернет. Це передбачає розв'язання наступних завдань: визначення хиткості індивідуальної ідентичності особистості в умовах

інформаційної сучасності, що супроводжується зникненням відчуття приналежності до певного оточення і визначених/сталих культурних цінностей та орієнтирів; обстоювання значимості ідентичності як смислового горизонту людини та сучасного суспільства; визначення протиріч, що виникають у результаті появи нових форм самовизначення людини, і є наслідком руйнування попереднього звичного способу життя.

Ідентичність – широка концепція. Як слушно зауважують М. Хог і Д. Абрамс, основою людською потребою є конструювання сенсу та порядку із заплутаного дзиччання неопрацьованого сенсорного досвіду [2]. 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 уявлень індивіда про самого себе та своє місце в 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 й 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» [3, с.14].

Сучасні дослідники зазначають появу нової ситуації, коли єдина монокультурна ідентичність зазнає значних перетворень. Ця ситуація є наслідком трансформації культурної рефлексії, адже основними акторами, які сприяють формуванню останньої є саме медіасередовище та віртуальні інформаційно-комунікативні системи. Як наслідок – людина отримала можливість вільного сприймання різних культурних систем.

Оцінюючи взаємну кореляцію між технологічним і соціальним розвитком суспільства, слід враховувати, що основні інновації стосуються значних модифікацій суспільних форм

простору й часу (відчуття «все-тут-і-зараз»), а також механізму особистісного самовизначення. Відтепер спрямованість на відтворення раніше сформованих соціальних структур і стилів життя, норм і стереотипів усе частіше залишаються поза увагою культури. На невизначений характер сучасної культури вказує і М. Кастельс, адже інформація в результаті паралельної трансляції безлічі повідомлень різними каналами зв'язку створює колажове поєднання, що утворюється в гіпертекстових потоках, відповідно до чого культура отримує безперервний характер, але з іншого боку – мінливий. Система «людина – суспільство – соціальна взаємодія» замінюються на штучну «людина – комп'ютер – інтерактивність».

Саме це дає підстави говорити про кризу культурної ідентичності й виникнення «інформаційного вакууму», який людина змушена заповнювати власними силами. Вона опиняється перед необхідністю реконструкції ідентичності, яка вже не є заданою, її необхідно реконструювати, але робити це треба 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 Е. Тоффлера про невизначеність сучасної людини. 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» [4, 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.

Відбувається своєрідна модифікація людської свідомості, що змінює психологічні якості особистості. Стирання меж між об'єктивною реальністю та віртуальною призводить до некритичного присвоєння індивідом чужого досвіду репрезентації повсякденності, водночас, гра з симулякрами – до девальвації базових цінностей і норм суспільства, деформації духовності, послаблення культурних традицій, перетворює життя людей на гру та розваги на базі новітніх інформаційних технологій. У віртуальному середовищі зникають межі між життям і смертю. Заслуговує на увагу поява «танатофільї» (романтизації смерті), що тиражує образ смерті в межах вільної гри як талан найсильніших, творчих і незалежних особистостей.

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 [5].

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?». Відбулося розведення двох модусів існування людини: можливість знати й можливість бути. Причому перший модус сучасності – можливість знати – формується інформацією, що продукується кожного року у великій кількості й давно пере-

вищила 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.

Ця ситуація ставить під сумнів можливість існування єдиної ціннісної системи. Особистість отримала можливість виступати в ролі будь-кого на протигагу 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 та набуває нового вигляду, завжди є рухомим, насамперед, мотивами оновлення та зміни [6, 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 та віртуальні інформаційно-комунікативні системи. Завдяки ним сучасна людина отримала змогу перебувати в декількох культурних просторах одночасно. Для сучасної людини є доступною вся культура. Виникає максима інформаційної епохи: людина живе віртуальною реальністю, де формуються нові соціокультурні потреби, орієнтації, ролі і визначення власного «Я». Водночас, незважаючи на вільний доступ до будь-якої інформації, до-

слідники зазначають таку проблему, як наявність дефіциту інформації. Це пов'язано з тим, що величезна кількість інформації, продукованої кожного року, вже давно перевищила можливості людини засвоювати цю інформацію.

Ще одна важлива особливість сприйняття ідентичності людиною та 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» [7, с. 146–147].

Сьогодні, на думку сучасних дослідників, людина для визначення своєї поведінки, своїх думок співвідносить себе не з культурними універсаліями, а з думками, шаблонами, стереотипами, що виникають, транслюються і зникають завдяки діяльності ЗМІ і ЗМК. Ідентичність сучасної людини видається своєрідним габітусом (від лат. *habitus* – 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 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. У цих умовах значних змін набуває процес репрезентації людиною не лише об'єктів зовнішнього світу, а, насамперед, власне себе. Відбувається витіснення

звичних соціокультурних практик та форм взаємодії, дозвілля, пізнання, змінюється тип спілкування, розширюється комунікаційний простір. Створюються нові образи і значення, що стають змістом нової соціальної реальності, закономірності розвитку якої ще не визначені. З одного боку, ці модули дозволяють індивіду конструювати свій індивідуальний світ, з іншого боку, фрагментованість сприйняття об'єктивної реальності ставить під сумнів збереження існуючих соціальних зв'язків.

Відтепер культурну ідентичність варто розуміти як багаторівневе, динамічне явище, яке можна моделювати. Сучасна людина має змогу виступати в ролі деміурга, що конструює/реконструює 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. Епоха: экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана ; Гос. ун-т. Высш. шк. экономики. – М. : [Б. и.], 2000. – 606 с. : ил., табл.
2. Hogg M. Social motivation, self-esteem and social identity / M. Hogg, D. Abrams // Abrams D. Social identity theory: Constructive and critical advances / D. Abrams, M. A. Hogg. – London, 1990. – P. 28–47.
3. Катаев С.Л. Сучасне українське суспільство : Навч. посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 200 с.
4. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. – Киев : Вид. Дім „Всесвіт“, 2000. – 480 с.
5. Макінтайр Е. Після чесноти: Дослідження з теорії моралі : пер. з англ. / Макінтайр Е. – К. : Дух і літера, 2002. – 436 с.
6. Манхейм К. Избранные труды по социологии культуры. – М., СПб., 2000.
7. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.