

Санакуєв М. Г.,
кандидат філософських наук,
старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю,
Київський університет імені Бориса Грінченка

ЦІННІСНИЙ ВИБІР ОСОБИСТОСТІ В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглядаються проблеми формування світоглядних орієнтирів людини у стані соціально-культурної дихотомії: збереження традицій або сучасна трансформація існуючого ціннісного поля.

Констатується що на сучасному етапі розвитку суспільства у ціннісній сфері буття людини відбувається боротьба двох парадигмальних підходів. Перша парадигма пов'язана з традицією попередніх поколінь і колективним досвідом. Друга – орієнтує людину зі світу духовного на світ буденно-матеріальний.

Результати аналізу дозволили автору виділити декілька чинників які роблять інформаційний простір фактором руйнування людської цілісності.

Робиться висновок, що подолати всі ці негативні явища можна лише за умов профілактики негативу кіберсоціалізації та зміною її орієнтирів на соціомедійну соціальну інтеграцію, яка орієнтується на формуванні цілісного ядра суспільства.

Вступ

Ціннісні виміри в сучасному суспільстві мають складний та багаторівневий зміст. Такі цінності не можна віднести лише до позитивних або негативних, прогресивних або регресивних, а отже не можна дати однозначну відповідь на це питання. Культурні стратегії в подібних умовах можуть визначатися двома основними шляхами: консервативним та модернізаційним. Саме від цього залежить новий підхід до так званої

«переоцінки цінностей». Слід також зазначити, що саме цими стратегіями обумовлюється або суцільне і радикальне заперечення минулого та дискурс про «нові цінності», або поява нових форм і методів для реалізації традиційних вже існуючих цінностей.

У першому випадку (корінні зміни ціннісних орієнтирів) мова зазвичай йде про якісно нове ставлення людини до влади, свободи, демократії та й до світу взагалі. Нині особливо акцентується увага на якісній зміні орієнтацій зі світу духовного на світ буденно-матеріальний. Крім того, як зазначає І. Алексеева [1], відбувається суттєва трансформація культу знання та освіти на культ матеріального задоволення та звичайної природності, а також заміна реальних взаємовідносин і стосунків між людьми на віртуальні. В межах іншого підходу, зокрема як це визначають Л. Баєва [2] та Н. Рахманкулова [3], аксіологічний вимір у віртуальному просторі збагачується такими поняттями як «свобода», «відповідальність», «права людини», «справедливість», «гуманність» та «толерантність». Самі ці духовні орієнтири світогляду проявляють весь свій аксіологічний потенціал у віртуальній інформації як в особистісному, так і у суспільному вимірах.

На нашу думку глибокі трансформації в системі сучасних цінностей потребують аналізу самого поняття «система цінностей особистості». Отже звернемося до його розкриття.

З точки зору Д. Леонтьєва, особистісні цінності це – «законсервовані» відносини зі світом, оброблені та узагальнені сукупним досвідом соціальної групи та укорінені в структуру особистості. Цінності особистості утворюють зв'язки між собою, є структурованими та організованими у системі [4].

Як стверджує Т. Іжевська, цінності характеризуються ступенем домінування, певним знаком, ступенем усвідомлення, ступенем мінливості. Цінності, які домінують, мають вирішальне значення в ситуації особистого вибору. У цьому контексті, нам потрібно визначити, що таке система цінностей. Згідно з зазначеним вище автором, система цінностей – це стрижневі, найстійкіші і узагальнені світоглядні орієнтації особистості; вони

здатні регулювати програму поведінки індивіда в окремих сферах або іншими словами – ціннісні орієнтації; сукупність духовно-світоглядних еталонів, що реалізують чітко фіксований план дій в певних умовах [5].

Слід також зазначити, що система цінностей має власну ієрархію, де зверху знаходяться основні цінності, які характеризуються базовим рівнем. Що ж стосується інших рівнів, то вони є індивідуальним вибором для кожного. Сучасна соціальна філософія пропонує два основних підходи до осмислення систем цінностей – нормативний та скриптивний. Перший описує ієрархію цінностей, що відповідає тій чи іншій моделі особистості, а другий – описує реальні процеси та конкретні випадки ціннісного вибору окремої людини. Таким чином, скеровуючи, організовуючи, орієнтуючи людину на досягнення конкретної мети, цінності є емоційним, когнітивним, мотивуючим фактором і виступають основою для осмислення людиною навколишньої реальності і регуляції взаємовідносин з нею.

1§ Інформація в аксіологічному аспекті

Перші кроки на шляху до переосмислення аксіології зробив американський вчений – Дж. Мур. Він вперше аксіологічному виміру інформаційних технологій приділив особливу увагу, започаткувавши окремий напрямок, що отримав назву «комп'ютерна етика». Цей напрямок набув популярність у 80-х роках ХХ ст. Дж. Мур виходив із переконання в існуванні «стрижневих» загальнолюдських цінностей, які підтримуються всіма суспільствами. Серед таких цінностей можна назвати: життя, здоров'я, щастя, безпека і знання. Все це в сукупності є ознакою життєздатності суспільства. Проте Дж. Мур не виділив «інформацію» як окрему важливу цінність, яка змінила свій статус докорінно лише в останніх роках ХХ ст. Доцільно також зазначити, що мова йде про семантичну (сміслову), яка окрім текстової наповненості, характеризується і такими видами повідомлень як зображення та звуки.

Ключовим у розумінні аксіологічної ролі інформації є її «вписаність» у стратегію трансформації глобального світу. Це означає поступове досягнення

ідеалу інформаційного суспільства, при якому будь-яка людина, незважаючи на її географічну розташованість, зможе отримати необхідну їй інформацію.

Основною причиною виникнення потреби розгляду інформації в аксіологічному аспекті є трансформація та актуалізація інших цінностей, а саме: цінності знання. Особливість розгляду інформації як цінності полягає в тому, що інформація постає як річ або як квазіріч, якою одночасно може користуватися величезна кількість людей без ніякої шкоди для самої цієї речі. Поряд із цим поширюються та поглиблюються різноманітні організаційні та технічні можливості масового доступу до інформації всім охочим [2].

Тому достатньо гостро постає питання створення ефективної системи доступу до цієї інформації, адже безмежне споживання інформації призводить до таких негативних явищ як інформаційне перенасичення і навіть інформаційний шок. Інформаційна безпека особистості стає можливою завдяки тому світоглядному вибору, який робить сам споживач інформації. Тому для самостійного, а не нав'язаного вибору споживач повинен бути високоінтелектуальною особою.

Отже, основним чинником, який визначає інформаційну безпеку є психологічний та інтелектуальний потенціал особистості. Все це створює надійну основу для побудови адекватної та ефективної інформаційної основи суспільства, що є важливим ресурсом забезпечення життєдіяльності суспільства в цілому. Інформаційна безпека суспільства ґрунтується на високому рівні духовного потенціалу суспільства. Під цим слід розуміти самостійність суб'єкта у відборі тієї інформації, що споживається. Інформація, яка споживається має бути релевантною інтересам споживачів, їх цілям та прагненням. Інформаційно-психологічна безпека, крім індивідуальних заходів, може ґрунтуватися на спеціально розроблених заходах, які могли б розвинути психологічний потенціал особистості, іншими словами, її психологічну стійкість. Засоби інтелектуалізації здатні подолати негативні наслідки інформаційної нерозбірливості окремих людей, і «лише глибокий аналіз інформаційної культури (звичайно, за наявності й інших високорозвинених

рис особистості) дозволяє виявити маніпулятивний характер інформаційно-психологічного впливу» [6].

Інформаційна маніпуляція означає:

- 1) відсутність суспільного діалогу, коли свідомість людини постійно перебуває у пасивному стані;
- 2) участь у маніпуляції авторитетних поважних людей, що володіють запасом довіри суспільства;
- 3) використання фрагментарних методів подання інформації, коли вона не поєднується в цілісну систему;
- 4) використання емоційних вибухів, коли зображення або гучність різко змінюється на стиках різнохарактерних сюжетів;
- 5) метод використання сенсацій, коли одна подія сенсаційного характеру витісняє іншу, не даючи глядачу/слухачу/читачу часу на роздуми;
- 6) щоденний показ жахливих видовищ, коли життя подається як довготривалий ланцюг катастроф, смертей та знищення людей;
- 7) використання методів нейролінгвістичного програмування особистості;
- 8) створення секторального інформаційного поля, коли потік інформації постійно переривається рекламою.

Таким чином, інформаційна експансія виявляє реальні загрози такі, як деформація структури особистості та поглиблення протиріч її соціальної адаптації. Масова поп-культура, що витісняє традиційну, створює нові інформаційні загрози. Критерій ефективності інформаційної маніпуляції визначається у впевненості об'єкта маніпуляції в самостійності власних дій та рішень. Отже, така людина переконана, що робить вибір на основі особистих раціональних спостережень. У підсумку це створює певну інформаційну залежність, яка характеризується такими рисами:

- 1) готовність споживати все більше і більше інформаційних потоків;
- 2) необхідність у збільшенні об'єму споживання;
- 3) звуження власної свідомості та життєвих інтересів;

4) сугестивність, втрата волі, відповідальності, інформаційної незалежності;

5) стан хронічної втоми.

Реальним механізмом психологічного захисту людини, згідно з М. Маклюеном, є агресія. Під агресією він розуміє особливі пошуки суб'єктом своєї ідентичності з поверненням до первісного дикунства, спробами позбавитися впливу цивілізації та повернення до гострого відчуття життя.

Складність полягає у тому, що сучасна цивілізація вимагає від людини досягнення одночасно двох протилежних, навіть взаємовиключних цілей. З одного боку постійно лунають заклики «бути собою», проявляти індивідуальність, несхожість на інших, виключність, постійно перебувати в позитивному стані емоційного піднесення. Але життя людини, її психологічний стан, як правило, в більшості випадків протікає у спокійному стані, де толерантність і виваженість є базовими принципами людських відносин. Намагаючись вписатись в той чи інший стиль життя, індивід, як правило, відчуває страждання, оскільки здається собі недосконалим та «звичайним». Звідси і з'являється потяг до насилля та агресії як способу вирішення дисонансу індивідуальної та масової культури.

Крім того, особливу інформаційну небезпеку несуть самі ЗМІ, виходячи із власної суспільної функції. Науково-технічний прогрес знижує самостійні комунікативні можливості людини, цю здатність М. Маклюен називає інформаційною «петлею». Це означає втрату самостійності індивідами, які втрачають насамперед здатність до комунікації [7].

Виникає своєрідна технологічна компенсація у комунікації, яка пропонує інформаційні технології, позбавляючи людину особистих зусиль, здійснених у цьому напрямі. Людина починає сприймати себе втіленням електронного альтер еґо. Таким чином, відбулася ідентифікація реального та віртуального суб'єкта, яка може призвести в окремих випадках до абсолютної реальної адміністративної та кримінальної відповідальності за ті злочини, що скоєні у мережі або засобами мережі. Крім того, альтер еґо не обов'язково є

дзеркальним відображенням суб'єкта, і при цьому дуже часто віртуальному образу надається більше уваги, ніж реальному «я».

Все це стає предметом реального наукового дискурсу. У цьому процесі ЗМІ із посередника між людиною та подією переросли в те середовище, що ці події створює. ЗМІ займаються формою і структуруванням інформації, її відсіюванням, що дозволяє говорити про ЗМІ як про особливу реальність або про метареальність. Це сталося завдяки переосмисленню ролі тексту в кінці ХХ ст. Текст припинив виконувати суто службові функції та став певним конструктивним чинником, творцем нової суб'єктивності [8].

Іншою негативною стороною інтенсифікації впливу інформації як результат – є надвиробництво духовних цінностей та посилення етичного плюралізму, яке веде до знецінення будь-яких цінностей взагалі. Це означає не просто доступ до багатьох нових можливостей, але й паралельне користування різними цінностями світу. Це означає, що в сучасній людині може поєднуватись еkleктика, яка полягає у сполученні абсолютно різних світоглядних принципів [9]. Таким чином, якщо це стосується релігії, можна бути одночасно буддистом, християнином, язичником та атеїстом. Все це є неприпустимим в нещодавньому минулому.

Проте існує і протилежна думка, згідно з якою подібна багатомірність здатна збагачувати особистість та вносити позитивні корективи у формуванні особистості. Інформаційний тезаурус особистості визначає її як просоціальну, так і асоціальну та антисоціальну спрямованість. Згідно з подібними поглядами нерозвиненість інформаційних потреб призводить до деградації особистості, а розвиток відповідної потреби спонукає її до самовдосконалення [10].

Рівень розвитку інформаційної потреби в першу чергу залежить від того чи є особистість свідомим суб'єктом самоідентифікації та саморозвитку, а критерієм цього процесу виступає складна ієрархія цінностей особистості. Деякими вченими запропоновані такі інформаційні стратегії формування цінностей в умовах реалізації інформаційних потреб людини:

- 1) сприяти відновленню цілісних «я»;
- 2) пропагувати цілісність людини в онтологічному сенсі;
- 3) розвивати нові форми комунікації, що були б спрямованими на зміцнення та утвердження онтологічних засад базових цінностей;
- 4) спрямувати цілу низку особистісних та планетарних цінностей на взаємодію з природною системою координат, інформаційними, освітніми та культурними мережами;
- 5) формувати свідомі критерії для виявлення антицінностей.

Аналіз показує, що основною тенденцією змін в інформаційній сфері є зростання інформаційної потреби у культурному саморозвитку особистості та формуванню громадянського суспільства в цілому. Проте слід зазначити, що сучасна парадигма культури все більше стає альтернативною по відношенню до традиційної, діалогічної. Ця культура базується на полілозі.

Тобто слід з'ясувати якісні відмінності між діалогом та полілогом. Знову звернемося до Ю. Лотмана: «Діалог – це спосіб передачі інформації між різними системами кодів»[11]. Завдяки зростанню інформаційних потоків та розпаду метанаративів сучасне буття людини, культури, суспільства можна назвати невизначеним, розсіяним на численні тексти. Згадаймо лише знамениті слова Жака Деріда «Світ – це текст». Таким чином, пояснити сучасну культуру стає можливим з допомогою інтуїтивного, нелінійного мислення. Особливістю постмодерної реальності є одночасне співіснування кількох точок зору, а пошук єдиного смислу не може бути здійсненим. Згідно з такою точкою зору, основою знання є не істина чи розум, а комунікація, спілкування, повсякденність. І лише метод полілогу здатен «зібрати» та інтерпретувати розсіяну онтологію через комунікативно-інформаційний простір. Таким чином, діалог втрачає свою актуальність, адже за сучасних умов в діалозі можуть брати участь багато осіб одночасно.

Щодо онтологічності сучасного виду діалогу – полілогу, то серед них можна назвати принципову відкритість людини до сприйняття нового. Ця відкритість розкривається у готовності вийти за межі власного «Я» і основною

допомогою у такому виході для людини виступає письмо. Письмо як форма ведення подібного діалогу знімає нестійкість і невизначеність буття та утверджує в ньому людину. В деякому сенсі такий полілог є маніфестом егоїзму людини, є її звеличенням над буттям.

Нова форма полілогічності є вимогою часу, оскільки сучасна культура ускладнює процеси кодування, декодування та передачі інформації. В той час як традиційна система передачі інформації – від адресанта до адресата пояснює циркуляцію повідомлень, проте не розкриває їх змісту, сутнісного наповнення та механізму виникнення нових текстів, тобто їхньої внутрішньої логіки. Полілог вимагає врахування інформації, що надходить із різних, суперечливих джерел.

Як зазначає Є. Іванова: «У сучасній соціальній онтології мультикультурний полілог здатен розвиватися на різних рівнях: моральному, правовому, прагматичному і т. ін., або «застрягати», зупинятись у своєму розвитку. Здійснення комунікативного полілогу на належному рівні вимагає від сучасної людини встановлення певних комунікативних зон в мультиконтекстуальному світі». Згадана вище авторка, підкреслює, що деструктивність діалогу не потрібна сучасній культурній ситуації. Будь-які тупиковий шлях є згубним для налагодження ефективної комунікації. В такому контексті переривання діалогу позбавлене смислу, адже спілкування – це безперервний процес і його не можна обірвати. Тому і з'являється необхідність у новому комунікативному рівні – полілогічному, мультикультурному, толерантному [12].

Отже, з цього випливає, що полілог – це безперервний діалог. У випадку одиночного діалогу людина через рефлексію долучається до мультикультурного полілогу, через наслідки своєї інтелектуальної діяльності, вона веде невидиму розмову з сучасниками та нащадками.

2 § Особистий вибір в сучасному інформаційному просторі

Для участі в комунікативному полілозі людині необхідно розшифрувати соціокод культури. Якщо людина вірно інтерпретувала цей соціокод, то вона

стає повноправним членом суспільства, що сприйняла смисл культурного розвитку, в противному випадку, вона стає аутсайдером. Ми повернемося до цієї теми, коли будемо розглядати питання взаємозв'язку інформації та свободи, а також особливості індивідуального світогляду та впливу інформації на нього.

Полілог важливий не тільки в контексті прогностики, тобто будь-яких видів прогнозування майбутнього, але й в осягненні здобутків минулого. Образ сучасної культури – це сплав багатьох самобутніх культур, різних регіонів, етносів, поколінь. Тому цей комунікативний рівень здійснюється не тільки синхронно (одномоментно), але й діахронно (за лінією минуле-теперішнє-майбутнє). Адже сприйняття культури минулого залежить від її актуалізації в наших сьгоднішніх реаліях. Ми в свою чергу можемо спостерігати культ «минулого», що простежується в символічній циркуляції так званого «ретро», «вінтаж» і т. ін. Завдяки такій можливості ми «входимо» у контекст минулого, і як було зазначено вище, використовуємо його. В сенсі теперішнього, то полілог – це завжди «вслуховування» тут і зараз, це співтворчість, це соціотворення, це взаємний дотик і прагнення злиття. Що стосується майбутнього, то такий вид комунікації – це взірць і ідеал, джерело натхнення, що в перспективі здатний подолати соціокультурну кризу, розхитавши депресивні та апокаліптичні настрої.

Не можна не звернути увагу на те, що інформаційні культура здійснює вплив також і на тілесну складову людини. Вона знижують потенціал фізичної активності та загрожують органічними хворобами. Крім того, нові технології впливають і на когнітивні здібності людини. Розвиток пізнавальних здібностей сьогодні ототожнюють із розвитком інформаційних технологій. Мова, письменність, радіо, телебачення, інтернет-мережі та інші види технологій демонструють різні часи розвитку комунікаційної системи. І якщо розвиток мови та письменності сприяли розвитку через певні зусилля людини, то сучасні технології майже позбавлені цього.

Інформаційні засоби є найдосконалішими засобами сучасності, якими користується людина. Зусилля аналітика більше не в моді, тому що режим мислення може бути задіяний лише у випадку виникнення проблемної ситуації. В цьому полягає її стимулюючий ефект. Складність сучасних умов і полягає у відсутності проблемних ситуацій (або їх мінімальній кількості). Замість інтелектуального та продуктивного пошуку вирішення проблем прийшов механістичний та репродуктивний пошук інформації.

Інформаційні технології привчають людину до можливості тотального програмування, алгоритмування, нормалізування та перетворення на цифри. Як наслідок, людина втрачає інтуїтивне творче бачення світу та починає все переводити в певні алгоритми або механізми. Вона поступово втрачає здатність до самостійних інтелектуальних зусиль та не відчуває істинної інтелектуальної свободи.

Що стосується особистого інтелектуального вибору, то за умов наявності великого інформаційного масиву губиться здатність до самостійного вибору, особливо тієї інформації, яка дійсно має соціальну або особистісну значущість. В умовах перенасичення інформації виникає парадоксальне поняття «інформаційного голоду», своєрідної потреби у значущій інформації. Зростання інформаційних ресурсів призводить до протиріччя між виробництвом та споживанням інформації. В умовах виробництва інформації та передачі її величезних масивів споживач інформації починає відчувати її нестачу. Відповідно ця нестача впливає на механізми компенсації за рахунок поглинання всіх без винятку матеріалів ЗМІ. При цьому у більшості людей відсутнє бачення того, яка сама інформація їм необхідна і як нею можна користуватися. Таким чином, соціокультурне середовище втрачає свій вплив на суб'єктів замінюючи його медійним простором.

3 § Соціалізацію людини в кіберпросторі

За об'єктом та змістом інформаційні потреби суспільства можна поділити на такі соціальні групи:

- 1) **пасивно-споживацька;**

- 2) **інфантильна;**
- 3) **активно-ціннісна;**
- 4) **прагматична.**

Відповідно ціннісні орієнтири таких груп будуть суттєво відрізнятись. Розглянемо їх детальніше.

Для першої групи характерна повна відсутність прагнення до інформаційного вдосконалення, а інформаційно-ціннісний світ для них обмежений потягом до розваг та проблем особистого життя. Бажання цієї групи спрямовані на задоволення виключно побутових проблем та спрямовані на досягнення в першу чергу матеріальних благ, заможності, сімейного благополуччя і тому подібне.

Друга група відрізняється орієнтуванням на матеріальне благополуччя та любов з потребою у любовній романтиці. Орієнтуються на гедоністичну та пізнавальну інформацію. Змістом інформаційного матеріалу часто слугує видовище, сповнене емоційного контексту. Інформація для такої аудиторії має бути драматичною, поданою в експресивному вигляді.

Активно-ціннісна група характеризується самовпевненістю та небажанням перекладати на інших власні проблеми. Для них важливими є як служіння власним інтересам, так і інтересам суспільства. Головними цінностями для них є як сімейне благополуччя та цікава робота, так і розвинуті духовні потреби. Рівень інформації, якою користується ця група спрямований на постійне удосконалення та пізнання світу. Насамперед вони проявляють активність щодо вибору інформаційних матеріалів. Крім того, вони обирають зразки поведінки із числа політичної та духовної еліти.

І, нарешті, остання група як не заперечує «старі» цінності, так і не розділяє повністю «нові». Група в цілому спрямована на пошук конструктивних дій. Прагматично налаштовані споживачі інформації, як правило, високо цінують особисту свободу, зокрема можливість вибору особистого життєвого шляху. Переважно вони обирають інформацію практичного змісту. При цьому освіта та кар'єра розглядаються ними як засіб

досягнення особистого благополуччя. При виборі засобів для досягнення поставлених цілей у прагматиків домінує розвинута здібність до особистого пристосування до будь-якої життєвої ситуації. Насамперед їх цікавлять такі сфери як політика, економіка та громадська робота.

Саме для того, щоб описати та проаналізувати вибір людьми інформаційних технологій деякі дослідники пропонують сформувати нову галузь філософії під назвою кіберонтологія. Цей напрям повинен досліджувати життєдіяльність людини в кіберпросторі. В одній із своїх робіт В. Плешаков намагається дати визначення цієї галузі: «Кіберонтологія – це буття або життєдіяльність людини в кіберреальності (найбільш яскраво вираженій зараз віртуальними світами комп'ютерних ігор, а також кіберпростором Інтернет-середовища), що детерміноване рівнем розвитку самосвідомості та мотиваційної сфери (сфери потреб особистості), а також комплексом об'єктивних та суб'єктивних мікро-, макро-, мезо- та мегафакторів середовища, що соціалізується» [13].

До складу кіберонтології має увійти поняття кіберсоціалізації, яка в свою чергу є складовою теорії сучасної соціалізації, як такої. Це поняття з одного боку є інноваційним, а з іншого – укоріненим в життя людей, які мають справу із віртуальною реальністю. Вже згаданий нами автор визначає кіберсоціалізацію як: «соціалізацію людини в кіберпросторі – як процес якісних змін структури самосвідомості особистості та мотиваційної сфери індивідууму, що відбуваються під впливом і в результаті використання людиною сучасних інформаційно-комунікаційних і комп'ютерних технологій в контексті життєдіяльності». А кіберпростір при цьому розглядається як: «створене мережеве інформаційне втілення ноосфери, що постійно доповнюється людством» [13].

У цьому контексті саме соціальні мережі можуть виступити середовищем для кіберпростору. Завдяки соціальним мережам індивіди: 1) презентують і позиціонують себе; 2) знаходять родичів та друзів; 3) завантажують контент (музику, відео); 4) налагоджують поліфункціональну

комунікацію із незнайомими людьми (ми можемо особливо наголосити на цій функції, адже саме вона розширює комунікаційний простір людини); вступають і/або створюють спільноти з метою пошуку однодумців для обговорення спільних тем. Однією з особливих новацій соціальних мереж є придбання кібертоварів або кіберпослуг у виглядів балів, «подарунків» тощо. Таким чином соціальна мережа може слугувати для таких цілей як: 1) для спілкування; 2) для дозвілля; 3) для пізнання (де мережа є «резервуаром» для всіх знань людства); 4) для задоволення цілого ряду особистісних та групових потреб, в тому числі і для комерційного заробітку. Останній аспект є достатньо привабливим для деяких осіб і чи не найважливішим чинником прив'язаності їх до соціальних мереж. При всіх вищезгаданих чинниках інформаційні мережі володіють величезним комунікаційним та демократичним потенціалом, як для розвитку окремої особистості, так і для груп, і навіть для формування громадянського суспільства.

Проте кібервплив має подвійне значення: і позитивне, і негативне. Негативний вплив визначається у різного роду залежностях та формуванням деяких негативних рис характеру особистості.

Відповідно до закону про збереження суцільного інтелекту простежується така закономірність: чим швидше розвивається і поширюється штучний інтелект, тим менше залишається природного. Тому сьогодні «століття натовпів», що описано у працях видатного соціального філософа С. Москвичі, змінюється на століття «цифрових натовпів» [14].

Все це призводить до формування психоморфозу – тобто стійкого набору певних негативних рис, що формують інтелектуальний кістяк особистості. Під цим також розуміють набір інтелектуальних рис, який є типовим і повторюваним в масових масштабах. «Психоморфоз – це соціально-психологічний вимір особистісного інтелектуального розвитку...». Останнім часом психоморфоз набув і іншого виміру, а саме цифрового. Цифровий психоморфоз – це зміна психологічних характеристик внаслідок масового впровадження інформаційних технологій в комунікаційний простір, що

призводить до формування соціокультурних практик. Це призводить до формування:

- 1) **цифрової інфантильності;**
- 2) **цифрового відчуження;**
- 3) **трансактивної пам'яті;**
- 4) **«кліпового» мислення і тому подібного [15].**

Цифрова інфантильність або інтернет-інфантильність, як зазначають дослідники, є складовою масштабного процесу інфантилізації суспільства, що розпочалась з другої половини ХХ ст. Це пов'язано з формуванням так званого «суспільства споживання», а також його численних суб'єктів, так званих kid adults (дорослих дітей). Це означає, що багато людей, знаходячись у структурі суспільства споживання, пізно одружуються (або обирають життя на самоті, що має назву singleton), дуже часто не мають дітей і живуть у своє задоволення до кінця свого життя. Тобто функція дітонародження та генерації нових поколінь або відходить на другий план, або і зовсім зникає. Крім того, у цього покоління знижується громадська відповідальність і навпаки зростає потяг до придбання нових приладів у вигляді різних технологічних новацій.

Подібний стиль життя відображається і у трудовій діяльності, а саме прагненням до фрілансу, вільних заробітків та порушенням балансу віддачі та отримання від суспільства. Все це відбувається поруч з поглибленням деяких психосоматичних розладів, росту органічних та нервових захворювань, таких як депресія. Вважається, що депресія набуде масштабів епідемії до 2020 року.

Це пов'язано саме з порушенням діалектики інтересів у постійному втіленні будь-яких бажань, які ще навіть не встигли сформуватись в інтереси. Постійне виробництво бажань, які закінчуються негайним втіленням, набирає есхатологічних рис і доводять сучасне суспільство до абсурду, до набуття самогубної інерції.

А. Арлін зазначає, що знаходячись в ейфорії мереж, багато хто нині втрачає відчуття реальності, і це часто призводить до непередбачуваних наслідків. Сьогодні соціальні мережі дійсно стають для багатьох реальністю-

павутиною, що затягує в свої тенета, не гірше ніж наркотики та алкоголь». Така наївна та непрактична поведінка здатна привести до серйозних наслідків, а у віртуальному вимірі – до формування агресії та ворожнечі шляхом маніпуляцій, троллінгу, вірусів і т. ін. Цікавим є те, що причиною таких наслідків є не тільки і не стільки інтернет-залежність, скільки специфічний стан людини, яка опиняється один на один із мережею. Це специфічний стан повернення до дитинства, що виражається у соціомедійній поведінці. Але як це виражається? Насамперед це можна простежити через аналіз віртуальних повідомлень, які тяжіють до спрощення, як в лексичній, так і в семантичній формах. Тут ми знайдемо «дитячість» у висловах, сленгу та загалом тих базових потребах, про які намагаються засвідчити користувачі Інтернету. Знаходячись у віртуальному натовпі, особистість втрачає своє «я», розчиняє його у певному консолідованому образі. Внаслідок такої регресії до дитячості у користувачів знижується здатність до критики, а також навпаки зростає потяг до конформності. Відбувається та «втеча від свободи», про яку свого часу писав Е. Фромм. Люди, які не здатні нести відповідальність, стають легкою здобиччю для маніпулятивних дій [16].

Що стосується цифрового відчуження, то воно реалізується на кількох рівнях:

1) на сімейному (роз'єднує членів сімей, насамперед подружжя, яке припиняє проводити час один з одним, компенсуючи особистісні відносини віртуальною комунікацією);

2) цифровий розрив між поколіннями (між батьками і дітьми, які втрачають розуміння один одного);

3) поляризаційний ефект на соціальному рівні (це означає некритичність у прийнятті доказів, що доводять обрану думку і категоричне відкидання тих доказів, які цю думку спростовують, все це призводить до протистояння, так званий *екокастинг*).

Крім того, мережева комунікація в деяких випадках компенсує традиційну, які часто пов'язані з особливостями тієї особистості, яка

піддається впливу такого роду комунікації та стає залежною від неї. Це: 1) низка комплексів, в тому числі комплекс неповноцінності, акцентуації характеру (вимогливість параноїдального типу недовіри, образливості та тривоги і таке інше); 2) коли особистість має тривожні, фобічні, афективні (зі зниженням емоційної сфери) розлади; 3) при дефіциті комунікації, що викликана зайнятістю та нестачею часу, відстанню між комунікантами.

Важливо також зауважити: якщо на початку свого формування соціальні мережі віддзеркалювали реальні соціальні зв'язки, то нині багато відносин відбувається без розвіртуалізації. Це означає, що реально існуючі особистості можуть навіть ніколи не зустрітись у житті. При цьому активна діяльність в Інтернеті (особиста та соціальна) перетворюється на суцільну імітацію.

Трансактивна пам'ять означає заміщення природної пам'яті на цифрову. Дехто з представників сучасного покоління вже відмовляються від традиційних знань, зокрема «зайвою» у світі цифрових карт для них здається географія, а також інші галузі наук. Можна сказати, що тут людство очікує синдром цифрової амнезії. Крім того, медійне перевантаження, що його відчуває людина викликане неприродними, «супернатуральними стимулами». У результаті надлишкова інформація призводить до гіперактивності мозку та його перенавантаження, що викликані деякими чинниками, такими як багатозадачність, мультимедійність, постійне оновлення контенту і переключення уваги. Останнє складає справжню проблему, оскільки фрустрація уваги, у зв'язку з активним використанням інтернету, досягла значного рівня.

Що стосується «кліпового мислення» – то це явище, яке є новим у соціокультурному середовищі, а отже є малодослідженим, не зважаючи на те, що саме поняття з'явилося, ще у 80-х роках ХХ ст. Це поняття характеризувало сприйняття людиною музичних кліпів, звідси і формальна назва – «кліпове мислення». Що ж особливого було у сприйнятті кліпів? Людській свідомості слід було сприймати певні кліпові фрагменти, які лише формально були пов'язані між з собою, проте є достатньо різними та такими,

що чергуються з великою швидкістю. Зокрема, саме англійське слово clipping означає не аналітично оброблену інформацію, не певне зведення розрізнених фактів, а поверхове «бачення» необробленої інформації. В цілому ж, швидка зміна тем провокує глядача до «стрибка ідей». У такому поданні матеріалу є конкретна мета – применшити логічне міркування і при цьому збільшити емоційне напруження.

Висновок.

Отже, «кліпове мислення», яке отримало у світовій науці новий поштовх та новий контекст, вплинуло на миттєвість людського мислення. Контент має свою особливість: підлаштовуватися під смаки користувачів. Завдяки цьому звужується часовий горизонт та настає однолітність простору.

Звідси виникає і вже згадана полярність у думках, яка просто не заперечує будь-яку альтернативу. Це все призводить до непорозуміння та неможливості ведення діалогу. В особистому сприйнятті відбувається певний дисонанс між внутрішнім та зовнішнім, який полягає в тому, що зовнішній обсяг інформації є значним, а внутрішня можливість його сприйняття є обмеженою. Від цього дисонансу виникають негативні емоції, оскільки людина проглядає невеликими порціями інформації все більше і більше, а запам'ятовує все менше і менше. Це означає, що людина постійно відчуває інформаційний голод. Крім того, «кліпове мислення» відрізняється від традиційного втратою оригінальності. В цьому контексті одиниця вимірювання кліпового мислення виступає стереотип. Все це сприяє десуб'єктивації авторства, розвитку плагіату, копіювання та іншим подібним речам.

Окрім відсутності суб'єктності «кліпове мислення» страждає на відсутність системності. Для тих, хто мислить у подібному напрямі світ стає розрізненою мозаїкою, або навіть клаптиками та уривками життя. Врешті-решт це впливає на цілісність самої особистості. Віртуальне середовище є штучним утворенням, а отже тут присутні як великі об'єми інформації, так і

голографічність, тобто повторення однієї і тієї ж інформації. Останнє може бути засобом свідомої маніпуляції.

Профілактикою таких негативних впливів може стати лише прагнення особистості до цілісності та внутрішньої єдності. Інформаційна небезпека може долатися різними корисними порадами та опором на колективний досвід, пошук та знаходження власної мотивації і власної діяльності. Все це можна назвати не тільки поняттям кіберсоціалізації, а й використати інший термін – соціомедійна соціальна інтеграція, яка орієнтується на формуванні цілісного ядра суспільства. Як зазначає А. Петровський, намагаючись припинити самотність, ми водночас багато вимагаємо від технології... Звичайного об'єднання людей в групи недостатньо: нам потрібні *communitas*, тому що цим словом давні греки називали спільноту тих, кого об'єднує відчуття рівності, солідарності і довіри один до одного. Це незмінне почуття, це відчуття глибинних зв'язків і глибинного співчуття – те, що обіцяє своїм громадянам по-справжньому розвинена цивілізація. ...Наразі єдиною силою, яка здатна формувати суспільство у великих масштабах – це Інтернет... нам слід «розчинитися» в ньому, щоб розширити власні межі і стати сильнішими, але проявляючи при цьому більше співчуття до собі подібних... Інтернет – це ми самі: наші надії та бажання, матеріалізовані в обладнанні та програмному коді. Це потенційна структура *communitas*». Тому для того, щоб мінімізувати всі негативні наслідки віртуальної комунікації слід розробляти заходи на зразок психологічного краудсорсінгу, або віртуальної та реальної волонтерської допомоги [17].

Таким чином вищезазначене дозволяє нам зробити певний висновок – активне включення людини в інформаційний простір робить її надто вразливою, що призводить до руйнування людської цілісності. Під тиском негативних електронних чинників відбувається поступова деформація структури особистості та народження і загострення протиріч у соціумі.

Список використаних джерел:

1. Алексеева И. Информация и интеллект как ценности современной эпохи / И. Аллексева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/f4a3a68c37a66eb1c3257593004f0cfc> – Назва з екрану (11.03.2014).
2. Баева Л. Информационная эпоха: метаморфозы классических ценностей / Л. Баева. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2008. – 217 с.
3. Рахманкулова Н. Ф. Новые-старые ценности человека информационной эпохи // Информационная эпоха: проблема ценностей: Сб. науч. работ. М.: АМИ, 2007. – С.237-249.
4. Леонтьев Д.А. От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mary1982.narod.ru/leontiev.html> – Назва з крану (17.03.2014).
5. Ижевская Т. Ценности как важный психологический ресурс личности / Т. Ижевская // Гуманитарный вектор, 2010. – № 2. – С. 55-59.
6. Информационные вызовы национальной и международной безопасности / Под ред. А. В. Федорова, В. Н. Цыгичко. – М.: ПИР-Центр, 2001. – 328 с.
7. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешнее расширение человека / М. Маклюэн. – М. : Канон-Пресс-ц, 2003. – 464 с.
8. Винников А.Ю, Новиков Ю. В. Роль элайнмента вселенной в становлении личности // Философия и жизнь: тезисы докладов и выступлений студ. науч. конф. 21 ноября 2009 г. в рамках Дней петербургской философии – 2009. Спб: Санкт-Петербургское философское общество, 2009. – С. 23-28.
9. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр; М.: Добросвет, 2000. – 258 с.
10. Кожевников Н., Сидорова Н. Философское осмысление трансформации ценностей современного мира / Н. Кожевников, Н. Сидорова // Вестник ЯГУ, 2006. – т.3. – №2 – С.78– 84.
11. Лотман Ю. История и типология русской культуры / Ю. Лотман; Спб. : Искусство-СПБ, 2002. – 768 с.

12. Иванова Е. Культурный переход как онтологическая проблема информационного общества // Известия Томского политехнического университета / Е. Иванова; Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2007. – Т. 310 (№ 2) – С. 214-219.
13. Плешаков В. Киберонтология и психология безопасности инфомационной сферы: аспект киберсоциализации человека в социальных сетях Интернет-среды / В. Плешаков // Вестник ПСТГУ IV: Педагогика. Психология, 2010. – Вып. 4 (19). – С. 131– 141.
14. Москвичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Москвичи / пер. с фр. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с.
15. Риски Интернета: цифровой психоморфоз и инфантильность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://webscience.ru/details/riski-interneta-cifrovoy-psihomorfoz-i-infantilnost> – Назва з екрану (19.03.2014).
16. Фромм Э. Бегство от свободы / Э. Фромм / пер. с англ. и общ. послесл. П. С. Гуревича. – М. : Прогресс, 1989. – 272 с.
17. Хорост М. Всемирный разум. От мировой паутины к глобальному сознанию / М. Хорост / пер. с англ. В. Дудника. – М.: Эксмо, 2011. – 289 с.