

САМОІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

© Мазур Любов, 2012

Розкрито вплив процесів глобалізації на зміну антропологічних меж людини: розмивання онтичної границі внаслідок психологічної експлуатації бажання і розширення віртуальної в результаті застосування технік конструювання соціальної реальності і практик самоконструювання. Виявлено специфіку віртуальної самоідентичності та спрогнозовано її вплив на трансформацію онтології особистості.

Ключові слова: глобалізація, віртуальна реальність, бажання, антропологічні межі людського існування, самоідентичність проекту, конструювання себе.

Lyubov Mazur. The self-identity of personality in the face of globalization.

The influence of globalization processes on the changes of man's anthropological limits are being examined in the paper, i.e., the blurring of ontic boundary as a result of psychological exploitation of desire and expansion of virtual reality as a result of application of techniques of social reality' construction and practices of self-construction. The specific character of virtual self-identity and its influence on transformation of ontology of personality are demonstrated.

Key words: globalization, virtual reality, desire, anthropological limits of human existence, self-identity of project, construction of the self.

Процес глобалізації спровокувала інформаційно-технологічна революція, яка поставила виробництво благ, здійснення влади і творення культурних кодів в залежність від можливостей інформаційних технологій. Мережева логіка призвела до реструктуризації усіх сфер економічного і соціального життя. Можна сказати, що утворилася нова інформаційна економіка – з електронно-інтегрованими, працюючими в реальному часі глобальними фінансовими ринками; нова соціальна структура – мережеве суспільство і нова культура – культура реальної віртуальності. Перші історичні кроки інформаційних суспільств, на думку Мануеля Кастельса, були зроблені на основі ідентичності як організуючого принципу. Комунікація на основі Інтернету породила безліч віртуальних спільнот, які інтегрували світ у глобальних мережах інструменталізму. Але чому, – запитує М. Кастельс, – ми спостерігаємо в усьому світі протилежну тенденцію, а саме: збільшення дистанції між глобалізацією і ідентичністю, між мережею і Я?” [9].

Ця тенденція привернула увагу багатьох дослідників, що дає нам усі підстави вважати заяву Кальдерона і Лазерної, що ключовою проблемою у світі, який характеризується водночас глобалізацією і фрагментацією, стає питання про те, як об'єднати нові технології і колективну пам'ять, універсальну науку і обцинну культуру, пристрасті і розум, незаперечною [9]. Але це є питання ідентичності. І що це саме так, розкрити соціальну функцію самоідентичності особистості і, особливо, її владну роль у мережевому суспільстві, і має на *мети* ця робота. Матеріал для осмислення цієї проблеми і реалізації поставленої мети ми шукали у напрацюваннях постструктуралістів і постмодерністів Барта Р., Бодріяра Ж., Дельоза Ж., Дерріда Ж., Лютара Ж.-Ф., Фуко М, використали власне філософські тематизації віртуального, що представлені у працях С.С. Хоружего, Н.А. Носова, М.Ю. Опенкова, О.В. Ковалевської, О. Таратути тощо. Аналіз матеріалу здійснювався під кутом зору виявлення основних чинників розвитку постмодерного суспільства та їхнього впливу на становлення самоідентичності особистості.

Сучасна світова фінансова криза сконцентрувала і проявила усі негативні сторони глобалізованого суспільства. Що насамперед кидається в очі? – Зростання соціальної нерівності і поляризація суспільства. Відбувається фундаментальна диференціація між високопродуктивною працею, пов'язаною з інформаційними технологіями, і вузькоспеціалізованою працею, визначеною певним родом виробництва (так звана родова праця). Основна маса родової робочої сили немає постійного місця праці, циркулює між різними джерелами зайнятості (постійно змінюється і місце, і рід праці), утворює цілі потоки заробітчан, які прямують в інші країни на пошуки роботи, часто залучається до низових структур кримінальної економіки. Що стосується основних виробників інформаційного суспільства – тих, хто виробляє знання, обробляє інформацію, менеджерів, техніків тощо, – то їхня праця стає індивідуальнішою, вони самі контролюють свій робочий процес і усе більшою мірою стають незалежними виробниками, які хоч і підпорядковуються ринковим силам, проте реалізують власні стратегії. Враховуючи це, можна зрозуміти, що підстав для консолідації класової солідарності інтересів і створення колективних ідентичностей, які б представляли громадянське суспільство, стає все менше.

Єдиним соціальним викликом схемам панування у мережевому суспільстві можуть бути соціальні рухи, що ґрунтуються на ідентичності, оскільки вони є зовнішніми по відношенню до його організуючих принципів, незалежними від державних інститутів і влади капіталу, мають власну соціальну логіку: будують свої общини не знизу догори, а зсередини назовні (хто не з нами, той проти нас). З одного боку, це надає їм силу впливати на нього, а з іншого, – будучи зовнішніми по відношенню до інститутів і цінностей суспільства загалом, вони скоріше фрагментують його, ніж реформують. Навіть такі проактивні рухи, як феміністичні, екологічні все ж таки у витоках свого самовизначення починають із заперечення основних принципів, на яких будується традиційне суспільство, – патріархальність, продуктивізм тощо. Мережа надає можливості і матеріальний ресурс для колективної творчості, але він не задіюється, що є основною причиною того, що не відбулася їх трансформація в ідентичності проекту.

Раймонд Барглю підмітив такий парадокс: у той час, коли інформаційні системи і мережі збільшують людські сили в організації та інтеграції, вони водночас підривають традиційну західну концепцію окремого незалежного суб'єкта. "Історичний зсув від механічних технологій до інформаційних допомагає підірвати поняття суверенності і самостійності, які давали ідеологічну основу для індивідуальної ідентичності з того часу, коли давньогрецькі філософи виробили концепцію більше двох тисячоліть тому" [9].

Нова технологія руйнує традиційне бачення світу. Повністю автономне Я в мережі здається безповоротно втраченим для себе. Криза Я у західній індивідуалістичній парадигмі спонукала до осмислення інтерсуб'єктивної природи людської ідентичності, але, з іншого боку, – пошук нової ідентичності і нової духовності спостерігається і на Сході, де сильно розвинене почуття колективної ідентичності. Чому молоде, високоосвічене покоління потрапляє у тенета таких організацій, як "Аум Сінріке", сайєнтологія Р. Хаббарда тощо? Усе це є симптомами антропологічного перевороту. Якщо раніше ми спостерігали, які антропологічні наслідки мають ті чи інші економічні і соціальні зміни, то зараз стає очевиднішим зворотний вплив – змінюється сама природа людини, що приводить до радикальних змін у суспільстві. Інтерпретативні схеми такого перевороту можна знайти у ширшому контексті інституціональних змін, пов'язаних з виникненням глобальної системи.

Інформаційні технології як чинник глобалізації ведуть до трансформації соціального простору і часу. Інформаційні потоки домінують над локальним простором культурних регіонів, не маючи обмежень і перешкод ні в просторі, ні в часі. Вони дематеріалізують суспільні відносини, переносять їх у віртуальну реальність. І логіка часу, яка була символом індустріальної ери, змінюється позачасовим часом. А час, як відомо, є внутрішнім чуттям, його усвідомлення завжди вважали показником розвитку самосвідомості. Тому, розчиняючи історію у культурі ефемерного, мережеве суспільство позбавляє особистість фундаментальної основи для самоідентифікації.

Цінності не співвідносяться ні з минулим, ні з майбутнім, не мають передбачуваної послідовності. Будучи спактованими в одночасі, вони уникають втілення у локальний досвід, і перебувають у полі символів, що породжують образи і категорії, здатні формувати і змінювати

людську поведінку. Це робить культурні коди сферою політичної боротьби. Влада стає доволі сильною завдяки своїй нематеріальності: надає окремим індивідам та інститутам можливість здійснювати свою волю, організовуючи життєвий досвід людей через посередництво категорій, які співвідносяться з певними паттернами і нормами поведінки. У такий спосіб відбувається маніпулювання людьми, програмування їхньої поведінки. Якщо влада є джерелом капіталу, то культура є джерелом влади.

Потужним глобалізуючим інструментом стали транснаціональні ЗМІ. Телевізійні канали заповнюють серіали, в яких відсутні художні образи і культурно-історичний контекст, шоу і конкурси, які в усіх країнах відбуваються в одному форматі. Національний колорит розчиняється. За розрізненням прихована відсутність будь-якої структури, дисгармонія, розпад, хаос, в якому все відносне, невизначене, позбавлене цілісності. Людина, як ніколи, опиняється в екзистенціальному вакуумі. Вона перетворюється на ізольовану монаду, яка безцільно блукає серед інших нейтральних порожніх „я”. Людина губиться серед безлічі смислів і стилів, які давно перейшли у категорію товару. Їх нав'язливо пропонують, насильно змушують приміряти на себе, позбавляючи право на істинний вибір. За вивіскою „загальнолюдських цінностей” глобалізована культура пропонує ерзац „вільної людини”.

Постмодерн змінює топіку людини. Бажання розмиває її онтичну границю між свідомим і несвідомим. Значення психоаналізу і заслуга З. Фрейда перед культурою постмодерну полягає у тому, що йому вдалося переорієнтувати людське буття з онтологічної трансформації самого себе на онтичну редукцію людини до істоти, існування якої зведене до задоволення тілесних потреб з метою отримання насолоди. „Ми ставимо питання, – казав Фрейд, – чи можна в роботі нашого душевного апарату знайти головну мету, і відповідаємо на нього у першому наближенні, що ця мета полягає в отриманні задоволення. Здається, що уся наша душевна діяльність спрямована на те, щоб отримувати задоволення і уникати незадоволення, що вона автоматично регулюється принципом задоволення” [8, с. 227].

Фрейдистська концепція дала обґрунтування гедоністичній установці, яка глибоко проникла у масову свідомість. Сучасне виробництво орієнтоване на задоволення. Психологічне задоволення, душевна насолода посідають значне місце серед постмодерністських цінностей. Можна сказати, що істотним проявом глобалізаційних процесів стала глобалізація потреб. У суспільстві, позбавленому верховного сенсу, людина може знайти його у маленьких приватних сенсах, які найчастіше замикаються на благополуччі власному і своїй родині. На думку Ж. Липовецького, суспільство розпадається на множинність „Я”, кожне з яких вважає себе за центр Всесвіту. „Це і є нарцисизм”, – констатує він. Навіть спілкування з іншими потрібне індивіду лише задля того, щоб підкреслити свою унікальність і неповторність, актуалізувати своє дороге цінне „Я”. Звідси випливають: „первинність акта зв'язку стосовно характеру повідомлення, байдуже ставлення до його змісту, поглинення смислу, повідомлення, що не має ані мети, ні слухачів...” [5, с. 31]. Яскравим прикладом можуть стати усілякого роду ток-шоу, які дуже популярні на телебаченні, – кожний піарить себе, виставляє себе напоказ. Оточення – це лише декорація, матеріал для самоутвердження, споглядання власного Я. Свобода проявила себе у праві кожного індивіда без перешкод декламувати свій власний „текст”, не чуючи, що каже інший. У результаті зникає загальний смисл – розростається пустеля.

„Не потужний тиск ідеалу, недосяжного для сучасних чоловіків і жінок, – пише Бауман, – а відсутність ідеалів, нестача подібних рецептів гідного життя, виразно сформульованих і чітких орієнтирів, визначеної цілі життєвого шляху. Розумова депресія – відчуття власного безсилля, нездатності діяти раціонально, адекватно відповідаючи на життєві виклики, – стає характерною недугою періоду пізнього модернізму або постмодернізму, що ми переживаємо” [1, с. 55]. Справедливим є твердження А. Варджи, що відмова від ідеалів (що несуть в собі імперативи, і отже, відповідно до постмодерністської логіки, – примус, замах на свободу), що позбавляє індивідуальне існування сучасної західної людини будь-якого сенсу, руйнує її ідентичність. Вона стає ніякою і опиняється ніде” [2, с. 454]. Людина замикається в собі і пошук ідентичності перетворюється у певного роду гру – надягання і знімання масок. Ідентичності стають товаром, і

повинні відповідати різноманітним вимогам: новий політичний рух, новий супер-герой чергового шоу, заклики різних субкультур, нові ідеї і захоплення. Зміна ідентичності відбувається часто і кожний наступний вибір не стає стійкішим. Ідентифікації відбуваються згідно зі споживчими перевагами, а не на основі духовних цінностей.

Глобалізація посилює відцентрові сили, а не доцентрові, спрямовані до різноманіття, а не до єдності. Раніше кожне суспільство мало певний набір цінностей, який поділявся більшістю його членів і гарантував стабільність і консенсус. Сьогодні ми спостерігаємо швидку зміну („обертання“) цінностей упродовж одного покоління. Системи як загальних, так і особистих цінностей просто не встигають консолідуватися. Крім того, маса субкультур, які утворюються в результаті фрагментації суспільства і індивіда, неперервно пропагують свої „кишенькові“ набори цінностей. І цього виявляється недостатньо. Вони пропонують не тільки набори цінностей, а вже готові стилі життя. „Беручи сирий символічний матеріал із засобів інформації, вони в якийсь спосіб становлять разом розрізнені фрагменти одягу, думок, висловів і споруджують з них дещо пов'язане: взірець стилю життя. Як тільки модель готова, вони діють, як будь-яка добра корпорація, – продають її. Вони шукають на неї покупців“. Успішний „розпродаж“ моделі життєвого стилю хіпі є яскравим класичним підтвердженням. У кожній субкультурі є свої міні-герої, які завдяки своїй харизмі, вдягають у плоть створений нею стиль життя, а для людини, яка належить до цієї субкультури, герой, за словами Спейчера, стає „критичною екзистенціальною необхідністю психологічної самоідентифікації“. За умови існування великого діапазону героїв і культів „національний смисл самоідентифікації є безнадійно роздроблений“ [7, с. 335].

Процес глобалізації підриває національні і етнічні ідентичності, натомість пропонуючи безліч субкультур, які безпосередньо претендують на наш власний образ. І це вже не ідеологічний тиск з їхнього боку, а психологічне зваблення. Людині полегшують життя, пропонуючи вже готові рецепти, як його проживати.

Якщо у традиційному суспільстві ідентифікація особистості була визначена вищим сенсом буття і самоідентичність як процес реалізації цього сенсу була індивідуальною, то у постмодерному суспільстві за умов відсутності заданого Сенсу і різноманітності можливих виборів свобода супер-вибору, головного життєвого вибору втрачається. З безлічі варіантів, які нам пропонуються, ми вибираємо якусь модель і свого кумира для ідентифікації з ним. Цей вибір, як правило, залишається випадковим, рідко коли він буває результатом логічного аналізу. На нього може вплинути заохочення з боку друзів чи приклад знайомих, вдала PR-кампанія чи реклама в ЗМІ тощо. Та й вибір, здавалося б, не є такою вже невинною подією: якщо і помилився, якщо цей стиль зовсім тобі не пасує, то потім усе можна виправити, знайти таке, що буде більше відповідати твоєму темпераменту, твоєму світосприйняттю і обставинам. Проте стиль життя не така вже й формальна річ. Можливо, що спочатку вибір того чи іншого стилю визначають зовнішні ознаки, але в процесі ідентифікації з ним відбувається інтерналізація цінностей, що культивуються ним. Це, своєю чергою, впливає на формування самоідентичності особистості, тому стиль життя набуває потужної сили самозбереження. Ще є один важливий момент, на який вказував Е. Тоффлер: „Справжня причина, чому стилі життя мають таке велике значення (і значення це зростає тією мірою, якою суспільство стає різноманітнішим), – на його думку, – полягає в тому, що вибір моделі стилю життя для наслідування є вирішальною стратегією у нашому приватному житті з відчутним з усіх боків тиском над-вибору“ [7, с. 341].

Йдеться тут про те, що коли ми ідентифікуємо себе з певною субкультурою, ми тим самим зменшуємо діапазон щоденних виборів. Ціннісні орієнтації нашої субкультури виконують роль фільтрів, які вибраковують усе, що не підходить їй, залишаючи за нами право приймати рішення лише у власних межах. Коли за певних обставин перед нами виникає необхідність обирати, змінювати свій стиль життя, тоді на нас навалюється увесь тягар супер-вибору. У глобалізованому світі зростає, за словами Тоффлера, Індекс Швидкоплинності, який є чутливим індикатором тих моментів у нашому житті, коли ми найбільш вільні, і в той самий час і найбільш загублені. Можна сказати, що він стає індикатором кризи ідентичності, коли людина стає некоріненою і в той же час найвідкритішою зовнішнім впливам. Пошук себе, своєї ідентичності спричинений не відсутністю

вибору, а навпаки, різноманітністю можливостей. Зміна ідентичностей призводить до того, що не тільки нашим друзям і знайомим важко впізнати нас (не із-за вікових змін), але ми самі часом відчуваємо труднощі в ідентифікації із своїми колишніми „я”.

Як бачимо, глобалізація потреб і їх орієнтація на задоволення спричинила нову хвилю індивідуалізму, яку Ж. Липовецький влучно назвав нарцисизмом. Ідентичність особистості з процесу проектування життя перетворюється на самоконструювання, яке на відміну від попереднього немає кінцевої мети, вищого сенсу, враховуючи, який можна було б простежувати і оцінювати життєвий шлях особистості. Єдиний помітний ефект неперервних зусиль з конструювання себе представлений людським тілом. Воно залишається сталим фактором посеред плінних і мінливих ідентичностей, як відчутна основа для минулих, теперішніх і майбутніх ідентичностей. Звідси виникає культ тіла: турбота про здоров'я, фігуру, вагу тіла, захоплення масажами, сауною, тренажерами, соляріями, дієтами тощо. Тіло ніби визначає сутність людини, впливає не тільки на самооцінку особистості, але й на процеси самоідентифікації, породжуючи страх смерті. Потреба людини у тому, щоб її цінували, захоплювалися її красою, її іміджем робить нестерпною саму думку про старість. Людина залишається наодинці перед перспективою смерті без будь-якої трансцендентальної підтримки – релігійної, моральної, філософської.

Люди усе більше віддаляються один від одного, але в той самий час не можуть залишатися наодинці. Такий стан суспільства Ж. Липовецький назвав пустелею. Це екзистенціальний вакуум, в якому люди приречені на безцільне існування. Той, хто проходить через пустелю, немає жодної опори і позбавлений будь-якої підтримки, стає дуже уразливим. Будь-що викликає стрес, виконання елементарних обов'язків: чи то виховання дітей, чи то піклування про батьків, організація відпустки, просто старіти разом створює нездоланні проблеми. „Справи на благо суспільства”, економічні і політичні проекти, філософські і морально-етичні проблеми давно втратили свою життєвість. Жити без ідеалів і вищого сенсу, сьогоднішнім днем, поза зв'язком з минулим і майбутнім – це і є втрата власної ідентичності, що відбувається на тлі посилення позиції гедоністичного індивідуалізму.

Отже, глобалізоване суспільство, яке спрямоване переважно на відтворення споживчих цінностей, що утворюють ядро культури, провокує антропологічну революцію – зміну людської природи за рахунок розширення і розмивання онтичної границі (несвідомого), психологізації усіх сфер людської життєдіяльності. Як висловився російський соціолог: „...гламур – це не просто естетична форма чи культурна логіка, це сама раціональність” [3, с. 9]. Інтенсивно експлуатуючи концепт бажання, глем-культура формує хибні ідентичності – „прикидатися, здаватися, а не бути”. Цю тенденцію посилює ще один фактор, що впливає на процес глобалізації, – здатність мультимедійних засобів створювати віртуальну реальність.

Віртуальна реальність являє собою проект бунту проти тотального включення людини у соціальний простір. Але цей протест своєрідний і неоднозначний, оскільки він не передбачає ні боротьби, ні ескапізму, але дає можливість змінити, скорегувати дійсність, що неможливо в реальності. Але віртуальності вдається уникати соціальної відповідальності, тому що декларує свою не-реальність, недо-реальність, хоча справді ніколи не виходить за її межі. Віртуальна реальність – це сфера свободи, гра з можливим, знаходження для нього місця в існуючому. Сущє і можливе повинні просвічуватися один одним – у цьому полягає увесь сенс того, що відбувається. Віртуальна реальність інструментальна за своєю природою і завжди спрямована на емпіричну дійсність.

Ці характеристики віртуальної реальності зумовлюють специфіку ідентичностей, які вона породжує. Віртуальний проект не може бути для всіх, – у цьому випадку, набувши всезагальності, він втратить свій статус. Він так само не може бути справою одинака, інакше втратить характер інтерсуб'єктивності, що так само неприпустимо. Як справедливо зауважує О. Таратута, в константній реальності „...контроль Я через Іншого здійснюється переважно на повсякденному, до-рефлексивному рівні, те конструювання віртуальної реальності являє собою проект в пошуках Іншого, тобто проект, в ході якого треба шукати і знайти способи вписатися у загально-соціальну систему контролю через Іншого, і в такий спосіб здійснити свою своєрідну, безвідповідальну, – але

не менш необхідну онтологізацію” [6, с. 91]. Усе це говорить про те, що у віртуальному просторі можуть сформуватися лише корпоративні ідентичності.

Такий неоднозначний статус віртуальної реальності зумовлює специфіку віртуальних ідентичностей. Це проявляється у тому, що роль Іншого у цьому процесі так само неоднозначна. У константній соціальній реальності Інший є постійно присутнім дзеркалом для Я, яке неможливо усунути, яке не піддається маніпулюванню з боку Я. У віртуальній реальності Інший знаходиться під контролем Я, це таке дзеркало, яке можна у будь-яку мить закрити. Такий тип Іншого передбачає свідоме використання технік конструювання соціальної реальності і є фундаментальною основою для практик самоконструювання.

Суб’єкт, який робить спробу конструювання світу і себе у ньому, опиняється в ситуації проблематизованої реальності. Він виявляє, що в його повсякденність вторгаються альтернативні онтології (картини світу, системи цінностей), що, своєю чергою, провокує екзистенціальні суперечності і ставить під сумнів його сенси. Це спонукає його здійснити проект верифікації, перевірки того, що було поставлено під сумнів. Тому проект віртуальної реальності означає для нього насамперед верифікацію його власної екзистенції.

Враховуючи викладене, можна зробити певні висновки:

По-перше, процес глобалізації суспільства спричинив антропологічний переворот. Відбулася зміна антропологічної границі: розширилися межі онтичного за рахунок психологізації усіх сфер людської життєдіяльності і експлуатації несвідомого, а також віртуального.

По-друге, причини „збільшення дистанції між глобалізацією і ідентичністю, між мережею і Я”, про що казав Кастельс, полягають у природі самої віртуальної реальності, яка здатна породжувати лише корпоративні ідентичності і тримати людину на певному поводку. У зв’язку з цим вони є консервативними, не допускають розриву між індивідом і суспільством і в той самий час, будучи ідентичностями проекту, вони надають можливості для творчої самореалізації особистості.

По-третє, самоідентичності проекту є проектуванням трансцендентного, намагання оволодіти його силою, навчитися самим бути трансцендентними для досягнення власних цілей.

1. Бауман З. *Индивидуализированное общество*. / З. Бауман [пер. с англ.; под ред. В.П. Иноземцев]. – М.: Логос, 2002. – 319 с. 2. Ваджра А. *Путь зла. Запад: матрица глобальной гегемонии*. / Андрей Ваджра. – М.: АСТ, Астрель, 2007. – 544 с. 3. Иванов Д.В. *Глэм-капитализм* / Д.В. Иванов. – СПб.: Перербургское Востоковедение, 2008. – 176 с. 4. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура* / М. Кастельс [пер. с англ.; под науч. ред. О.И. Шкаратан]. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с. 5. Липовецкий Ж. *Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме* / Ж. Липовецкий [пер. с фр. В.В. Кузнецов]. – СПб.: “Владимир Даль”, 2001. – 336 с. – (Университетская библиотека). 6. Таратута Е.Е. *Философия виртуальной реальности* / Е.Е. Таратута. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 2007. – 147 с. – (“Апории”. – Вып. 2). 7. Тоффлер Э. *Шок будущего* / Э. Тоффлер [пер. с англ. Е. Руднев и др.]. – М.: АСТ, 2008. – 557 с. [3]. – (Philosophy). 8. Фрейд З. *Введение в психоанализ: Лекции* / З. Фрейд [пер. с нем. Г.В. Барышникова]. – М.: Наука, 1991.