

СУЧАСНА ЛЮДИНА У ПРОСТОРИ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ОСОБЛИВОСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

© Онищук Оксана, 2014

Розглянуто особливості соціокультурної реальності глобалізованого світу. Окреслено базові чинники зміни соціокультурного простору. Виявлено основні аспекти у трансформації комунікативних, ціннісних та ідентифікаційних адаптаційних механізмів людини. Розкрито риси ескейпізму як однієї з форм самоідентифікації людини у віртуальному просторі. Зроблено наголос на особливостях ідентифікації у віртуальному просторі.

Ключові слова: віртуальна реальність, комунікація, глобалізація, ідентичність, культура, людина, ескейпізм.

Oksana Onyshchuk. Modern Man in Cyberspace: Peculiarities of Sociocultural Transformation.

The article examines the peculiarities of socio-cultural reality of the globalised world. The basic factors the socio-cultural space change are outlined. The principal transformation aspects of the communicative, value and identification human adaptation mechanisms are disclosed. The main characteristics of escapism as a form of human self-identity in cyberspace are revealed. The identification peculiarities in virtual space are highlighted.

Globalisation is considered as a change factor of modern sociocultural space. The author concludes that cyberspace offers an alternative form of life that is more attractive than the objective world and creates new opportunities for escapism and psychological dependence. Virtual reality excludes the direct contact between individuals and technological interaction replaces dialogic communication. It causes distortion of the dialogue values, the loss of the sense of self-sufficiency of the subject of communication and the advancement of the rationality cultivation. In the information society a person becomes very pragmatic and traditional values lose or change their meanings that may have a negative impact on him/her. The Internet is a social environment based on new virtual communication space. One of the determinant features of global thinking is a desire to become part of the big world to go beyond one's own subjective worldview. This is a kind of intellectual and psychological involvement in the global life processes. In the modern age a person's worth is determined by flexible thinking and the ability to respond quickly to constant vicissitudes of time. Cultural identity is formed in the visual environment with the help of television, advertising, the Internet and the printing press. Nowadays visuality is an important factor in developing social practices, socialisation and coexistence with other people. Contemporary culture is visually presented and the viewer combines the functions of a spectator-consumer and a tourist-flaneur.

Key words: virtual reality, communication, globalisation, identity, culture, people, escapism.

Одним з викликів ХХІ ст. безсумнівно є проблема глобалізації усіх аспектів сучасного світового простору та вирішення питання оптимальних методів та форм побудови нової моделі світу та окреслення місця та ролі людини в ньому. Парадигмальні зміни сучасної картини світу торкнулись без винятку усіх сфер соціальної реальності. Очевидно, що однією з найхарактерніших ознак сучасних глобальних процесів є те, що у їхню основу покладено своєрідну соціокультурну дифузію, до якої залучено широкі верстви населення, а провідними та визначальними технологіями є

інтерактивні комунікаційні системи в мережі Інтернет. Віртуальна реальність, Інтернет та мережеві технології трансформують світогляд сучасної людини, саму людину та культурне поле загалом. Тому однією з актуальних тем філософського осмислення є проблеми цілісності та трансформації особистості, які безпосередньо пов'язані з питанням ідентичності, та особливості адаптаційних механізмів у сучасній культурі. “Проблемою побудови ідентичності сучасної особистості є суперечлива сутність сучасного культурного контексту: з одного боку, антиномічний характер культури, а з іншого боку, глобальна інтеграція. Філософи ХХ ст. описали антиномічний характер нашого екзистенційного часу, який проявляється в поліцентричній, багатополосній структурі” [12, с. 103]. Соціокультурний простір сучасності має динамічний характер, причому домінуючими стають ті якості культури, які викликані процесами глобалізації. Більшість дослідників наголошують на негативних для людини і культури наслідках під впливом глобалізації, таких як уніфікація на основі базової моделі різних культурно-історичних форм, нівелювання цінностей, втрата суб'єктної ідентичності (національної, особистісної, етнічної), спрощення культурних змістів, поширення масової культури, симулякрізація культурного простору та ін. Ж. Бодрійяр, З. Бауман, С. Жижек, Ж. Дельоз та інші дослідники зауважують, що сучасна людина часто опиняється виключеною з соціуму і, як наслідок, стає соціально дезорієнтованою та індіферентною щодо суспільства (див. наприклад, [2, с. 13–45, 109–141]). Тому метою статті є окреслення тих трансформацій, які відбуваються з людиною в сучасній культурі під впливом мережевих технологій віртуального світу, а також розкрити особливості змін комунікативних, ціннісних та ідентифікаційних адаптаційних механізмів людини.

Оцінка ситуації людини в контексті мережевих та інформаційних технологій, роль цих технологій у сучасному суспільстві дається у працях філософів-постструктуралістів і постмодерністів Ж. Бодрійяра, С. Жижека, Г. Дебора, У. Еко, Н. Лумана [5] та ін. Найбільш плідними дослідженнями основних видів діяльності в Інтернеті, можливостей використання інтернет-комунікацій для взаємодії між людьми відзначаються такі автори як Дж. Гелбрейт, П. Дракер, М. Кастельс [4], Н. Еліас [13], Д. Рісмен, М. Маклюен [6], Й. Масуда [7], С. Джонс, М. Носов [9] та ін.

З ХХІ ст. під впливом маніпулятивних технологій ЗМІ, віртуального простору, факторів технократичного суспільства людина починає змінюватися (наприклад, для характеристики “Я” сьогодні дуже важливі ідентифікації через одяг, знакові речі, сучасні гаджети тощо). Людство сьогодні перебуває в сучасній інформаційній фазі глобальної цивілізації, яка пов'язана з новими формами і способами діяльності, найперше за допомогою віртуалізації реальності, що одночасно і полегшує життя, робить його більш комфортним, вільнішим, проте й продукує нові форми відчуження людини. Основними механізмами адаптації людини до сучасного соціокультурного контексту можна назвати комунікативні, ціннісно-нормативні та ідентифікаційні, особливості яких в просторі сьогодення ми спробуємо окреслити. Кожен з них має свою специфіку прояву в межах віртуальної реальності.

Віртуальна реальність у всій складності та багатомірності проявів стала сьогодні елементом, феноменом, навіть простором життя людини. Віртуалістика є новим парадигматичним напрямом постнекласичної картини світу на основі поліонтологічності будь-якої реальності. Віртуалізація означає переміщення основних видів діяльності людини із соціального простору у віртуальний. Найперше це стосується інформаційно-комунікативної діяльності, яка перенесена в режим онлайн. ЗМІ та інтерактивні технології творять комунікаційну систему, в якій реальність перенесена в штучний світ, що є специфічним досвідом людини. “Наша діяльність стає діяльністю конструктивного встановлення нових комунікативних зв'язків між різного типу реальностями: речовими, інформаційними, чуттєво-емоційними, знаково-символічними, інтелектуальними і духовними” [1, с. 17].

Віртуальна реальність постає як форма предметно-соціальної симуляції, що відтворює умови, які близькі до об'єктивної реальності й дозволяє переживати такі відчуття, які не доступні в повсякденному житті. Комп'ютерна віртуальна реальність пропонує альтернативну форму буття, яка є привабливішою від об'єктивного світу і тим самим створює нові варіанти ескейпізму та психологічної залежності. Дуже часто неусвідомленими залишаються небезпечні сторони віртуалізації спілкування (наприклад, створення ілюзії товариства без певних вимог, які є у справжній

дружбі; втрата навичок прямого спілкування, зчитування емоцій та почуттів людини, розмивання ідентичностей, що домінуючою залишає лише одну – ідентичність у мережі).

Інтернет породжує величезну кількість можливостей для реалізації ідентичності людини та розширення можливостей шляхів творчої активності. Перебування у віртуальному просторі дає перспективи для ігор з ідентифікацією, дозволяючи формувати власну віртуальну особистість або ж запозичувати її у формі різних аватарів. Виникає питання: чи можна вважати це свободою чи новими видами залежності; чи можна взагалі вважати віртуальну особистість особистістю, а не просто грою з масками. Зрозуміло, що віртуальний простір, з одного боку, допомагає людині пристосовуватися до нових умов у роботі, освіті, формує навички взаємодії з новітніми технологіями. Але водночас перебування у віртуальному просторі часто викликане певними проблемами в реальному житті і виконує компенсаторну функцію. Пов'язано це з тим, що людина часто не в змозі реалізувати різні аспекти “Я”. Зрештою, одним з негативних наслідків є залежність від Інтернету. Однією з небезпек інтернет-середовища є загроза контролю над особистістю, яка в крайніх формах може перерости в електронний тоталітаризм.

Як вдало підкреслює О. Патяєва: “Інтернет в жодному разі не є “простим” світом єдиної безальтернативної потреби: він пропонує людині велику кількість можливостей на всі смаки і відрізняється швидше не аскетичною простотою, а, навпаки, процвітаючою складністю... Будучи емоційно і перцептивно “захопленою” тим чи іншим фрагментом інтернет-середовища, людина не відчуває складностей та мук вибору, а плавно “дрейфує” лініями психологічного “поля”, задовольняючи різні бажання... Так що з цього погляду Інтернет можна назвати “світом несуперечливої складності” і “світом спрощених виборів”” [10, с. 255]. Ще однією особливістю інтернет-середовища є його універсальна доступність як для тих, хто не має проблем з соціальним прийняттям у реальному світі, так і для тих, хто має. Це робить його соціальним середовищем нового типу, що “відкриває людині можливості дуже інтенсивної співпричетності і солідарності, які рідко можна досягти у світі “першої реальності”” [10, с. 256]. Інтернет є своєрідним життєвим світом сучасної людини, передбачаючи величезні можливості, необтяжений вибір, різні види діяльності (колективна, індивідуальна, аморальна, моральна, когнітивна, конструктивна тощо) захоплюючого характеру.

Віртуальна реальність виключає безпосередній контакт між суб'єктами, а діалогічні інтеракції заміщуються технологічною взаємодією. Це спричиняє викривлення цінностей справжнього діалогу, втрату відчуття самодостатності суб'єкта комунікації, висунення на перший план культивування раціональності (все вимірюється, продається, купується, оцифровується і т.д.). Така раціональність деформує стиль мислення в бік прагматичності та утилітарності, спричиняючи споживацьке ставлення до світу, до іншого, відчуженість. Віртуальні комунікації створюють видимість переваги горизонтальних комунікативних зв'язків, а через швидкі темпи трансформації культурних форм відбувається деієрархізація і нівелювання культурних цінностей. Для видимості новизни створюють різного роду рейтинги [14].

Інформаційно-технологічний контекст сьогодні великою мірою визначає особистісні характеристики людини, а зміна останнього часто призводить до складнощів у взаємодіях. Культурна ситуація медіатизації й віртуалізації зумовлює феномен ескейпізму як одну з комунікативних та ідентифікаційних проблем. Як це відбувається? Інтенсифікація соціальних змін відображається на порушенні механізмів включення людини в соціальні спільноти. Фрагментарність соціуму передбачає необхідність включення в найрізноманітніші смислові й ціннісні системи, вироблення особливої соціальної мобільності та соціокультурної адаптивності, подолання антиномій культури між традиційним та інноваційним, матеріальним й духовним, чуттєвим буттям і символічною діяльністю, ідеалом та симулякром. Відтак, однією з поширених сьогодні проблем людини, що опиняється через названі причини в стані соціальної та інформаційної фрустрації, є проблема втечі від реальності у різних формах та проявах.

“Ескейпізм – світоглядна і соціальна позиція особистості, що характеризується прагненням втекти від дійсності, ізолюватись у світі своїх внутрішніх відчуттів та переживань” [11, с. 77]. Можна стверджувати, що загалом ескейпізм як явище сучасної культури проявляється в

усвідомленому розірванні зв'язків з іншими та світом, а також в ситуації смисловтрати. В контексті віртуальної реальності можна говорити, що проблема ескейпізму пов'язана з розривом і втратою стосунків з іншими людьми в реальному житті аж до екзистенційного вакууму. І, як вихід, бачиться відновлення втрачених можливостей комунікації, екзистенційної зустрічі з іншими людьми.

Ескейпізм є вибором життєвої позиції людини, актом самоідентифікації. Така самоідентифікація небезпечна тим, що, приймаючи її, людина заперечує розвиток ідентичності в майбутньому. Ще одна особливість вияву ескейпізму впливає зі зміни формування і розуміння Я-концепції і полягає в можливості створювати величезну кількість різних, часом суперечливих "Я", які реалізуються у віртуальному просторі і можуть дуже легко знищуватися. В такому випадку людина може відкидати інших як таких, що обмежують її свободу. Інша людина стає непотрібною, соціальні зв'язки відкидаються.

Цій ситуації відповідає стратегія фланера, яку описує З. Бауман, і означає відхід у віртуальну реальність, еміграцію в себе. Ескейпізм – це прагнення до виходу з тотальної симуляції реальності в сучасній культурі у побудову власної Я-ідентичності. Проблема ескейпізму є також свідченням екзистенційної потреби у справжніх стосунках, реальному спілкуванні з іншими людьми. А тому це одночасно є проблема автентичного існування в сучасному світі.

Глобальні процеси в сучасному світі, поширення інноваційних ідей загострюють необхідність адаптації людини до умов різноспрямованих культурних потоків та мультикультурних феноменів. В глобалізованому світі, за дослідженнями В. Миронова [8, с. 3–23], трансформація культури і людини у ній окреслюється в кількох базових векторах: руйнування локального характеру культури, коли діалог між культурами здійснюється в різних семіотичних умовах – культури опиняються всередині агресивного комунікаційного середовища; вся система культури змушена адаптуватися до глобального інформаційного простору, інфосфери, яка постає не просто сукупністю інформаційних засобів, а реальністю, яка багато в чому не залежить від людини, але світ залежить від неї. Активність інформаційних процесів настільки висока, що підкорює собі традиційні елементи культури та змінює систему культурної комунікації. У світі починають панувати інтегративні мовні тенденції, що розширює псевдокультурне поле спілкування, діалог в якому здійснюється за принципом пізнання найдоступніших, смислових структур, як збігаються. В результаті маємо панування загальних стереотипів, оцінок, параметрів поведінки, тобто найпростіших компонентів. Порушується пропорція між високою і низовою культурою, – остання стає масовою. Домінуючим фактором стає не смисл чи якість продукту, а система його поширення. В таких умовах виникає поп-культура як антикультурний викид із загальної системи культури низової та типовий продукт глобального інформаційного простору.

Сучасна картина світу презентується в комунікативній іпостасі (наприклад, явище кліпового мислення породжене саме інформаційно-комунікативним перенавантаженням). Сама віртуальна реальність пов'язана з комунікативними процесами. Інтернет як система серверів, каналів зв'язків, мов програмування ще не є комунікаційним простором, це лише константна реальність комунікації. Віртуальним простором вона стає тоді, коли користувач клікає мишкою і тим самим породжує гіпертекстуальну множину, усвідомлення якої є видобуванням смислу. Це дає змогу вважати комунікацію феноменом віртуальної реальності.

Людина опинилася в ситуації, коли втрачається чітка ціннісна орієнтація (явище ацентризму). В інформаційному суспільстві людина стає вкрай прагматичною, традиційні цінності втрачають або змінюють своє значення, що негативно відображається на самій людині. Сьогодні виник новий тип людини, відбувається пошук нетрадиційних форм самовираження особистості, трансформується система цінностей з руйнуванням традиційних форм культури. Одна з визначальних рис глобального мислення – це прагнення стати частиною великого світу, вийти за межі власного суб'єктивного світобачення. Це своєрідна інтелектуально-психологічна втягненість в глобальні процеси життя. Цінність особистості в сучасну епоху визначається гнучкістю мислення, здатністю швидко реагувати на постійні мінливості часу. Сама мобільність сучасної людини зумовлена появою величезної кількості нових професій та сфер діяльності. Інтелектуальна мобільність

зумовила свободу в соціокультурному просторі. Для людини в сучасному світі вже є нормальною характеристикою новий спосіб самореалізації через злет і падіння в кар'єрі.

Надлишки інформації породжують дискретність мислення. Картина світобачення “розсипається” на велику кількість фрагментів. Виникає так звана “епістемологічна невпевненість”, тобто стан, коли відкидається можливість мати цілісне знання. Процес набуття базових культурних цінностей в сучасну епоху втілюється в русі від етичного релятивізму до ідеї соціальної відповідальності.

У своєму дослідженні проблеми впливу глобалізації на становлення ідентичності В. Пузько [12, с. 104–109] виокремлює такі тенденції сучасного становлення ідентичності: ринковий характер відносин, конкуренція та збіднення значення світу як символічного “іншого” (наприклад, ринкові стосунки витісняють неконкурентні прошарки громадян на межу здичавіння і виживання, що актуалізує нових “героїв” для ідентифікації – “брат” з обрізом в руках у пошуках правди тощо); плюралізм як множинність і анонімний характер буття особистості (установка на множинність без єдності “губить” людину і робить буття анонімним); “контактний тип” соціальної цілісності і деперсоналізація: через Інтернет, ЗМІ суспільство інтегрується в глобальному масштабі, але такий тип соціальної цілісності послаблює безпосередню живу комунікацію та деперсоналізує індивідуальне самосприйняття. Тому стосунки людей у віртуальному просторі часто зводяться до взаємодій на рівні іміджу, масок, соціальних ролей; прагматизм як світогляд та індивідуалізм як спосіб буття людини (прагматизм як ідея тотальної користі часто суперечить моральним основам людини – совісті, людяності; індивідуалізм є розщепленим буттям людини, яке розриває природні для психіки зв'язки “Я-Інший”, що порушує особистісну цілісність); втрата унікальності людини; деструкція самоідентифікації (для цього використовуються принципи приведення людини до стану “як всі”, “вироблення єдиної ідеології групи”, а також через інформаційні засоби комунікації транслюються форми заміщення й підміни цілісності індивідуального мислення, почуттів, потреб; формується людина без властивостей); масовість культури, реклама як двигун глобалізації і відрив сутності від існування людини (реклама скерована на введення в структуру значень споживача певного іміджу, з яким пов'язаний товар, що розмиває межі самості і утруднює контакт з собою; товарний знак нав'язує людині певний образ і почуття приналежності до певної групи – модна людина носить лише певний товарний бренд – так ідентифікується споживач); універсалізація мови знакових систем і уніфікація психологічних характеристик особистості.

Культурна ідентичність формується у візуальному середовищі телебаченням, Інтернетом, рекламою, пресою. Візуальність сьогодні є вагомим фактором конструювання соціальних практик, соціалізації, співбуття з іншими людьми. Сучасна культура дається нам візуально, де глядач поєднує в собі функції глядача-споживача, туриста-фланера. Такі поняття, як глобалізація, американізація, вестернізація конституюються найперше візуально. Візуальні образи названих концептів вкорінюються у свідомість міцно, навіть за доволі розмитого розуміння самих понять.

Отже, бачимо, що соціокультурні процеси сучасності характеризуються пошуком антропоцентричних перспектив, що зрушує світоглядну парадигму в різних аспектах: синергетичному, віртуалістському, глобалістичному, когнітивістському та ін. Зміна засобів комунікації та розширення її сфери до глобального комунікаційного простору впливають на людину, культуру, трансформуючи їх. Небезпекою такої трансформації є можливість створення глобальної світової системи культури на основі новітніх інформаційних технологій з можливістю тотального контролю за особистістю, маніпуляцій над свідомістю людини. Тут неабияку роль відіграє і віртуальна реальність, що заміщує реальне життя. Віртуалізація як соціальний процес стає свідомим конструюванням умовних феноменів, які набувають статусу базових і основних. Реальності такого типу правдоподібні, проте необов'язкові і нестійкі. Проте втеча найчастіше відбувається у віртуальний простір. Формування індивідуальності є процесом, який передбачає соціальне середовище та міжособистісну комунікацію. В сучасних умовах віртуальної реальності та мережевого суспільства створені умови трансформації індивідуальності. Напрями ж такої трансформації в контексті включеності у мережевий віртуальний простір відбуваються в різних формах. Трансформація стає наслідком соціальної мобільності через глобалізацію соціокультурних процесів, становлення транснаціональної фрагментарної відкритої культури. Провідними меха-

нізмами, які впливають на трансформацію у віртуальному просторі та інтернет-комунікаціях, є деформація мови, змішування інформації та думок, фрагментарність інформації, зменшення емоційної складової комунікації. В цьому процесі можна виокремити і позитивні, і негативні конотації. З одного боку, це розширені можливості ідентифікації, а з іншого – відсутність чітких соціальних норм формування позасоціальної людини. На більшість соціальних процесів впливають одночасно глобалізація та фрагментація, а в культурі визначається тенденція до об'єднання різних видів культурної продукції в єдиний вид цифрової культури – мультимедіа. Інтернет стає соціальним середовищем, яке є в основі нового віртуального комунікаційного простору. Сама людина стає гіпертекстовою, тобто позбавленою структурної ієрархії, вибудована як система зсилок до нових пластів ідентичності. Тому дуже важко експлікувати константи індивідуального буття. Однією з характерних рис людини є підвищення адаптативності, яка оснований на динамічності Інтернету, відповідно відбувається відчуження соціальних традиційних норм на користь індивідуально побудованих смислів.

1. Аршинов В. И., Лебедев М. В. *Постнеклассическая рациональность, виртуалистика и информационные технологии* / В. И. Аршинов, М. В. Лебедев / *Философские науки*. – М.: Гуманитарий, 2007. – №7. – С. 9–29. 2. Бауман З. *Плинні часи: життя в добу непевності* / Зигмунт Бауман; пер. з англ. А. Марчинського. – К.: Критика, 2013. – 176с. 3. Вирилио П. *Информационная бомба. Стратегия обмана* / Поль Вирилио. – М.: Гнозис, 2002. – 192 с. 4. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура* / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с. 5. Луман Н. *Реальность Массмедиа* / Н. Луман. – М.: Праксис, 2005. – 253 с. 6. Маклюэн М. *Понимание медиа: внешние расширения человека* / М. Маклюэн. – М.: Кучково поле, 2007. – 464 с. 7. Масуда Й. *Комп'ютопія* / Й. Масуда; пер. з англ. В. Ляха // *Філософська і соціологічна думка*. – 1993. – №6. – С. 36–50. 8. Миронов В. В. *Процессы трансформации культуры в глобализирующемся мире: коммуникационный вектор* / В. В. Миронов // *Вестник московского университета. Серия 7. Философия*. – 2019. – №3. – С. 3–25. 9. Носов Н. А. *Виртуальная реальность* // *Вопросы философии*. – 1999. – № 9. – С. 152–164. 10. Патяева Е. Ю. *Сетевой человек и его жизненные миры* / *Рождение коллективного разума: О новых законах сетевого социума и сетевой экономики и об их влиянии на поведение человека. Великая трансформация третьего тысячелетия* / под ред. Б. Б. Славина. – М.: ЛЕНАНД, 2013. – С. 245–263. 11. Петрушенко В. *Філософський словник: терміни, персоналії, сентенції* / В. Петрушенко. – Львів: “Магнолія 2006”, 2011. – 352с. 12. Пузько В. И. *Кризис идентичности личности в условиях глобализации* / В. И. Пузько / *Философия и общество*. – М.: Учитель, 2007. - №4 (48). – С. 98–109. 13. Элиас Н. *Общество индивидов* / Н. Элиас. – М.: Праксис, 2001. – 331 с. 14. Jones S. *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* / S. Jones. – University of Illinois at Chicago, USA. – Sage Publications Ltd., 1997. – 272 p.