

СУЧАСНА ІНФОРМАЦІЙНА ЦИВІЛІЗАЦІЯ ТА ПРОБЛЕМА КУЛЬТУРНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ

А.В. Зуєв

Одним з ключових теоретичних аспектів вивчення сучасних антропокультурних тенденцій є проблема визначення критеріїв культурної самоідентифікації особистості. В будь-яку історичну епоху і в будь-яких соціокультурних обставинах людина прагне до створення та утвердження необхідного рівня смислової та символічної впевненості в цінності власної буттєвості. Така впевненість ґрунтується на сталій і перетворюваній системі культурних образів, категорій, знань, які утворюють світоглядно-ціннісний фундамент самоідентифікації особистості. В умовах функціонування глобальної знаково-інформаційної цивілізації така впевненість руйнується через перебування людини в нестійкому, хаотично змінюваному становищі, яке утворюється через постійну циркуляцію інформаційних реальностей, знакових уривків, споживацьких можливостей.

Не зважаючи на складність або, навіть, невирішуваність завдання особистісної культурної самоідентифікації в умовах функціонування реальності безкінечних логічно непов'язаних інформаційних уривків, людина продовжує шукати буттєві основи власного існування, що призводить, з одного боку, до надзвичайної індивідуалізації соціально-інформаційного поля, а з іншого — до глибинного особистісного розчарування у власних духовних та вольових силах, до самозаперечення як особистості, як суб'єкта соціального та історичного буття. У зв'язку з цим, актуалізується завдання теоретичного пошуку нових критеріальних основ культурної самоідентифікації особистості, які долали б традиційні уявлення та категоріальні визначення культури як сфери духовної творчості та вольової самореалізації людини, а також врахо-

ували б реалії сучасного цивілізаційного розвитку, тобто створювали б світоглядно-ціннісне підґрунтя для самоідентифікації в розщепленому на безліч знаково-інформаційних реальностей, уривків та імпульсів світі.

Західна філософія і соціологія останніх десятиліть створює достатнє теоретично-методологічне підґрунтя для розгляду проблеми особистісної самоідентифікації в рамках знаково-інформаційної цивілізації. Зокрема, у нашому дослідженні використані твори таких філософів, як Зігмунт Бауман (теорія безкінечно змінної, текучої реальності, яка породжує надмірну індивідуалізацію соціальної структури), Жан Бодріяр (концептуальна критика інформаційно-споживацької цивілізації, що ґрунтується на аналізі симулякризованих форм сприйняття особистісного і соціального буття); Мануель Кастельс (соціальний аналіз епохи, в якій головною силовою домінантою стає інформація та комунікація, що призводить до втрати будь-яких чітких критеріїв соціальності, буттєвості, моральності тощо), Ян ван Дейк (одна з перших концептуальних спроб теоретичного визначення критеріїв аналізу сільового суспільства, зокрема, його культурно-творчих форм особистісної чи індивідуальної самореалізації). Теоретико-методологічні принципи, що їх застосовують згадані автори, значно різняться і ведуть до різноманітних висновків та результатів, однак в рамках нашого дослідження важливим є усвідомлення та теоретичне обґрунтування таких критеріїв особистісної культурної самоідентифікації, які б враховували б неможливість в сучасних цивілізаційних умовах знаходження єдиних, фундаментальних, істинних, загальнозживаних буттєвих та соціокультурних смисло- та життєтворчих стратегій. Саме відсутність онтологічних універсальних принципів в світі знакових, інформаційних, мережових циркуляцій і обмінів обґрунтовується в творчості згаданих нами філософів, у зв'язку з чим їхні твори обрані теоретико-методологічним джерелом нашого дослідження.

Необхідно підкреслити, що феномен культурної самоідентифікації особистості ніколи не був простим для теоретичного визначення, адже процес залучення людини до певної культурної традиції, соціокультурного середовища є надзвичайно динамічним і залежним від різноманітних ціннісних комбінацій, а також історично-соціальних та буденно-ситуативних факторів. Культурна ідентичність набувається людиною протягом непередбачуваного процесу життєтворення та вибору світоглядно-ціннісних орієнтирів. У зв'язку з цим Ернест Гелнер зазначає: «Той, хто засвоює культуру та її цінності, нагадує радше особу, що вивчає мову чи вчиться танцювати, ніж людину, яка прямує до чітко

визначеної одиничної мети. Він не максималізує свій зиск і не застосовує норми; він може навчитися уникати похибок, але часто не існує способу чітко визначити, що вважати за похибку. Іноді можна навчитися здогадуватися, що таке помилка в царині культури, просто набувши інтуїтивного уявлення про її загальний стиль, але це можна зробити далеко не завжди» [4, с. 224]. В усі часи процес особистісного прилучення до культури був складним і наповненим значними духовно-вольовими зусиллями. Однак в епохи, що передували інформаційній, існували достатньо стабільні світоглядно-ціннісні (міфологічно-релігійні, теологічно-релігійні, філософсько-теоретичні, сцієнтистські, екзистенціально-антропоцентристські тощо) системи, в рамках яких відбувався культурний самопошук. Культурна самоідентифікація полягала насамперед у визнанні основних світоглядних цінностей власним духовно-буттєвим життєтворчим підґрунтям, а також в можливості перетворювального, творчого ставлення до цих цінностей.

З перетворенням світу на безмежне середовище циркуляції і функціонування знаково-інформаційних реальностей і непов'язаних уривків питання про культурну ідентифікацію набуло зовсім іншого характеру. Очевидним стало те, що завдання особистісного саморозуміння і усвідомлення власного місця у світобудові перетворилося на невирішувану головоломку, в якій невідомі вихідні данні. Водночас, у нас залишається відчуття своєрідної світоглядно-ціннісної інерції, через яку ми все ж таки прагнемо самоусвідомлювати себе в якості культурних, духовних, ціннісно-вольових істот. Створюється парадоксальна ситуація, коли в межах реальності інформаційних середовищ достатньо легко віднайти середовище комфортного саморозуміння, але дуже важко втриматися в ньому на основі культурно-ціннісного самовизначення, адже такого не відбувається в принципі. В структурі, алгоритмі, опціях знаково-інформаційного уривка завжди є чітке пояснення, чому він є для людини зручним і важливим, але ніколи немає сутнісно-онтологічного та екзистенціального фундаменту, який змушує залишатися в цьому уривкові з метою особистісної самореалізації, ґрунтованої на творчості і самотворчості.

Отже, в середовищі безконечних знаково-інформаційних можливостей людині стало легко відшукувати зручні символи і значення, але стало майже неможливо робити їх особистісно і онтологічно значимими, а цим зумовлюється і нездатність культурної особистісної самоідентифікації на основі більш-менш сталих принципів творчості. «Проблема, що мучить людей у наш час, полягає не стільки в тому, як набути обраної ідентичності і змусити оточуючих визнати її, скіль-

ки в тому, яку ідентичність обрати і як зуміти вчасно зробити *інший* вибір, якщо ідентичність, яка була обрана раніше, втратить цінність чи позбавиться своїх привабливих рис. Головною і найбільш нервуючою проблемою є не те, як знайти своє місце в жорстких межах класу чи страти і, знайшовши його, зберегти і уникнути вигнання; людину дратує передчуття, що межі, до яких вона так важко проникала, скоро зруйнуються та зникнуть» [1, с. 185]. Безкінечна зміна світоглядно-ціннісного обр'ю змушує людину не створювати життєво значимі культурні смисли, а вчитися вчасно переміщуватися між інформаційними середовищами, потрапляючи до тих, які в даний момент є зручнішими, вдалішими, сприятливішими для утворення символічного фону перебування в даному середовищі. Культурна особистісна самоідентифікація перетворилася з процесу духовної творчості життєстверджувальних смислів, образів, категорій, знань на специфічне вміння обирати найзручніші стратегії і алгоритми міжреальнісних інформаційних переміщень, які покликані задовольнити прагнення людини до самозапокоєння традиційними образами культурності та соціальності.

Бажання людини і надалі вважатися істотою культурною, соціально-історичною, духовно-творчою призводить до створення різноманітних пояснювальних, переконуючих, теоретичних концепцій, покликаних переконати нас у бажаному. Так, наприклад, відомий дослідник соціокультурних реалій інформаційної цивілізації Мануель Кастельс у своєму творі «Влада комунікації» (Communication power, 2009) стверджує про те, що «все ж існує глобальна культура, яка може досліджуватися на трьох ідентифікаційних рівнях» [5, с. 118]. Далі він подає критерії культурної самоідентифікації представників кожного з трьох рівнів: перший рівень — космополітичний — має за основу усвідомлення глобальної відповідальності, термінів екології, прав людини, моральних принципів, глобальної економічної взаємозалежності та геополітичної безпеки; другий — рівень мультикультурної глобальної гібридизації — характеризується хаотичним змішанням різноманітних соціокультурних образів, традицій та взаємодій; третій — рівень консюмеризму — ґрунтується на розвитку глобального капіталістичного ринку та споживацьких тенденцій, що лежать в його основі. З одного боку, подається доволі структурована модель культурної самоідентифікації, однак, з нашої точки зору, така структурованість є лише позірною.

По-перше, автор сам вводить аспект, який безкінечно множить зазначені вище чіткі і структуровані критерії, підкреслюючи, що «в той же час, існування різноманітних джерел культурної ідентифіка-

ції створює комплексні моделі взаємодії між глобальним консюмеризмом, космополітизмом та гібридизацією, з одного боку, та різними джерелами культурної ідентифікації (національними, релігійними, територіальними, етнічними, гендерними, індивідуальними тощо), з іншого» [5, с. 118]. У зв'язку з чим, очевидно, втрачається систематичність визначення критеріїв культурної самоідентифікації. А по-друге, сам принцип поділу людей на більш освічених і аристократичних космополітів та примітивних консюмеристів тощо, з нашої точки зору, скидається на виділення певних каст, поділ на кращих і гірших, що не може закладатися ні в основу культурної ідентифікації, ні існувати в якості критерію моделей поведінки і моралі. Сьогодні перед нами постає вибір, з-поміж двох можливостей: або прагнути до відповідності традиційному онтологічно обґрунтованому та екзистенціально вмотивованому розумінню культури, або ж погодитися з тим, що нові буттєві реалії, а саме перетворення світу на середовище знаково-інформаційних реальностей і уривків, вимагають нового розуміння феномену культурної самоідентифікації. Соціокультурне середовище сьогодні втратило всепопаяючі підґрунтя справедливості, краси, істини, моральності, духовності, творчості тощо. Кожна з цих категорій має в сучасному світі вагу лише у випадку конкретної актуалізації в рамках того чи іншого інформаційно-уривчастого алгоритму. Хто ж прагне до самореалізації на феноменологічному рівні традиційних світоглядних категорій-фундаментів, перетворюється на аутсайдера гонки переміщень між знаково-інформаційними реальностями, адже вони радо приймають лише тих, хто погоджується грати за їх правилами, а не привносить свої культурно-духовні принципи.

Поділ культурного поля на непов'язані інформаційні уривки знаходить сьогодні широкий теоретичний розгляд у філософській літературі. Наприклад, за Яном ван Дейком, сучасним голландським філософом і соціологом, сьогодні відбувається процес дигіталізації культури [6, с. 191], який призводить до:

- стандартизації та диференціації культури;
- фрагментації культури;
- колажності культури;
- акселерації культури;
- візуалізації культури;

- збільшення кількості культури.

Таким чином, формується принципово нове розуміння культури, яка перестає розглядатися як цілісне смислотворче і символічне утворення, що задовольняє потребу самовизначення особистості, надаючи людині буттєво необхідні знаково-сміслові системи та світоглядно-ціннісні пояснення. Тепер культура розглядається як безмежне поле цифрових, знаково-інформаційних, конкретно-ситуативних можливостей, до специфічної логіки влаштування яких людина повинна вміти якнайшвидше пристосовуватися, а також бути готовою з легкістю і без жалю залишати будь-який інформаційний уривок, навіть такий, що приніс достатньо користі і насолоди, заради переміщення в інший, що забезпечить необхідну статусність в мережі суспільства циркулюючої інформації.

Більше того, така система переміщень, і це надзвичайно важлива характеристика знаково-інформаційного середовища, створює для людини зручну ілюзію культурної самотворчості, закладаючи в наперед заданий алгоритм симуляцію можливості вибору поведінкових стратегій і тактик. Людині прищеплюється переконання в тому, що вона сама робить вибір знакового середовища перебування, а також сама обирає засоби діяльності в ньому, хоча всім очевидно зрозуміло, що будь-яка інформаційна система є алгоритмічно заданою ззовні. Така ілюзія забезпечується різноманітними засобами та інструментами. Одним із найбільш розповсюджених засобів переконання людини у здатності до самостійного вибору виду діяльності, середовища оточення, смислових пріоритетів є так звана система стендінгу (поняття, що використовує Ж. Бодріяр для описання ситуації, в якій людина визначає власну сутність, смисложиттєві орієнтації та життєвостратегічні орієнтири на основі власного речового, знакового, інформаційного оточення). Речі, знаки, інформація в такому середовища перетворюються вже не на об'єкт споживацької активності, а на засіб самопереконання в тому, що я є активним суб'єктом вибору, ілюзія чого активно підтримується зростаючою кількістю спрямовуючих інформаційних орієнтирів. «Предмети перестають бути товарами; вони вже навіть не знаки в точному розумінні слова, смисл і повідомлення яких можна було б розшифрувати та засвоїти, вони — *тести*, це вони ставлять нам запитання, і ми маємо їм відповідати, а відповідь уже міститься у запитанні. Подібним чином функціонують усі повідомлення засобів інформації: ні інформації, ні комунікації, лише референдум, безконечний тест, відповідь, що обертається по колу, перевірка коду» [3, с. 111-112]. Така кодифікація

за допомогою здійснення акту обрання вже наявного і є сьогодні єдиним для нас засобом самоідентифікації, а в залежності від того, в якій реальності ми знаходимося (споживацькому гіпермаркеті, Інтернеті, професійному середовищі, мас-культурній чи мас-медійній трансляції тощо), ми потрапляємо в тимчасове ідентифікаційне поле, загальні параметри, процедури і опції якого задані наперед в логаритмізуючих принципах.

При цьому неважливо насправді, що саме і в якій знаково-інформаційній реальності ми обираємо, адже перебування в ній є побіжним, тимчасовим, миттєвим, таким, що не залишить жодного сліду, приємних спогадів чи розчарувань. Тільки «тут і зараз» ідентифікують мене і перестають це робити із переміщенням в інші «тут і зараз». Мої особистісні здібності, інтелект, знання і вміння, зрештою духовно-культурна напруга сконцентрувалися на одній самоідентифікаційній процедурі — процедурі вибору наступного «тут і зараз». «Споживацький вибір тепер став цінністю сам по собі; процес вибору значить більше, ніж те, що обирається, і ситуації підносяться та засуджуються, викликають задоволення чи несприйняття в залежності від наявного діапазону вибору» [2, с. 96]. Отже, здатність до культурної самоідентифікації сьогодні спрямована насамперед на здобуття доступу до якнайширшої сфери знаково-інформаційних можливостей вибору. Здобуття такого доступу безпосередньо залежить від здатності людини власне робити вибір, що вимагає від неї високого рівня компетентності, інтелекту, який поєднував би здатності до вирішення проблем і швидкісні параметри маніпулювання інформацією, вміння комфортно і самозаспокійливо знаходити імітаційні схеми переконання себе в духовно-смысловій наповненості та моральній безгрішності тощо.

В теорії мережевого суспільства Яна ван Дейка підкреслюється наявність двох основних регулюючих принципів будь-якого виду діяльності в рамках знаково-інформаційної цивілізації: «передзапрограмована креативність» (те, чого досягаємо, закладено в самій програмі, опціях мас-медійних технологій) та «необмежений вибір» (вибір можливостей самовияву, а не створення смислів) [6, с. 192]. До структури необмеженого вибору форм знаково-інформаційної самореалізації саме і входить можливість переконання в здійсненні особистісної культурної самоідентифікації. Ця можливість необхідна людині доти, поки ми живемо в світі, в якому зберігаються, нехай і фантомні, образи людини як духовно-творчої, культурно-перетворюючої, суб'єктивно-екзистенціальної істоти, здатної до творіння і вибору життєтворчих смислів, значень і символів. Відмирання цього рудиментарного прагнення до

самотворчості, яке в світі знаково-інформаційної парадоксальності та атемпоральності веде лише до самозаперечення, призведе до народження людини в новій якості, яка, можливо, дасть нам змогу з більшим розумінням, відвертіше, ясніше, прозоріше і толерантніше поставитися до наших нових можливостей, що полягають у вмінні обирати, переміщуватися серед безмежності циркулюючих знаково-інформаційних середовищ, віртуальних реальностей, глобальних знаково-маніпулятивних систем.

Підсумовуючи вище сказане, підкреслимо наявність в сучасному світі гострої світоглядної необхідності трансформації теоретичних підходів до аналізу і визначення проблем культурної самоідентифікації особистості. Така необхідність зумовлюється насамперед перетворенням соціокультурного простору самореалізації особистості на середовище безкінечних знаково-інформаційних реальностей і уривків, що функціонують на основі непов'язаних між собою принципів і критеріїв. В такій ситуації людина виявляється позбавленою світоглядно-ціннісних онтологічних, моральнісних, когнітивних та естетичних орієнтирів, які в попередні епохи складали основу для культурної самоідентифікації та духовно-творчої самореалізації особистості. Натомість перед людиною відкривається розширена перспектива вибіркової діяльності щодо обрання знаково-інформаційних середовищ, найзручніших для застосування своїх самореалізаційних здібностей. Така діяльність позбавлена духовно-творчої фундаментальності та соціокультурної самоідентичності, натомість включає у власну структуру імітаційні засоби культурно-творчих проявів особистості. Завданням теоретичного описання сучасної соціокультурної ситуації, на нашу думку, є перехід на нове розуміння культури, яке включатиме не імітовані категорії духовності, моральності, справедливості, істинності тощо, а відверте, прозоре і толерантне розуміння того, що в межах сучасної знаково-інформаційної цивілізації основною ідентифікаційною формою самореалізації людини стає здатність обирати в множині знаково-інформаційних реальностей та уривків, а також можливість безболісного та нешкідливого полишення, переміщення, циркуляції між ними.

Бібліографія

- [1] Бауман З. Индивидуализированное общество. — М.: Логос, 2005.
- [2] Бауман З. Текущая современность. — СПб.: Питер, 2008.

- [3] *Бодріяр Ж.* Симулякри і симуляція. — К.: Основи, 2004.
- [4] *Гелнер Е.* Розум і культура: Історична роль раціональності та раціоналізму. — К.: Акта, 2004.
- [5] *Castells M.* Communication power. — New York: OUP Inc., 2009.
- [6] *Dijk van J.* The Network Society. Second Edition. — London: Sage, 2006.

Надійшла до редакції 12 березня 2011 р.