

Федорова Ірина Ігорівна

м.Київ

Irina.I.Fedorova@gmail.com

МЕРЕЖЕВА КОМУНІКАЦІЯ І ФОРМУВАННЯ НОВОГО ТИПУ ІДЕНТИЧНОСТІ ЯК РЕІФІКАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Динамічні процеси розвитку людської цивілізації кінця ХХ початку ХХІ сторіччя, спричинили карколомні трансформації наукової і культурної картини світу, формуючи нові онтологічні виміри концептуалізації існування людини і соціуму. Потужні науково-технічні революції, стимулювали появу мережевого суспільства цифрових технологій, останні постійно удосконалюючись, створюють новий комунікаційний і комунікативний простір функціонування людини. Під впливом стрімкого поширення інформаційно-комунікаційних інновацій, породжуються і стають небезпечною “групою ризиків” нові відповідні реаліям часу соціальні суперечності. Значно радикалізуються усі процеси суспільного життя, плюралізм ідеологій, декларуючи свободу і демократизацію, на практиці веде до появи “інформаційного імперіалізму”, диктатури виробника інформації, втрати “інтелектуального суверенітету” країнами, що її споживають у адаптованому форматі. Системні кризові процеси відбуваються з людиною, її свідомістю та психічним здоров’ям. Конструювання нової медіа реальності засобами мережевих комунікацій деонтологізує культурну картину світу, деформуючи світоглядні виміри простору і часу. Ситуація сучасності у певному сенсі, нагадує “хронотоп” керролловського “задзеркалля” – для того щоб бігти, треба лишатися на місці, а щоб рухатися уперед треба бігти удвічі скоріше. Драмою сьогодення стає криза ідентичності: як адаптуватися людині до швидкоплинних змін, чи можливо у мультикультурному просторі визначити свій культурний ідентитет, лишитися собою і як досягнути та не

втратити свою екзистенційну сутність у божевільній стрімкості перегонів соціальних і технічних перетворень?

Однією з фундаментальних проблем філософії є рефлексія взаємовідносин людини і суспільства. Представники феноменологічного напрямку соціальної філософії (П.Бергер, А.Шюц) вважають що містком, науковою платформою осмислення складних відносин людини і суспільства, сьогодні є проблема ідентичності, яка може інтерпретуватися в контексті реактуалізації поняття відчуження.

Феномен відчуження є продуктом новоєвропейської філософії, його осмислення започатковують Вольтер, Руссо, а концептуальне довершення продовжують І.Кант, І.Фіхте, Г.Гегель, надаючи поняттю відчуження ідеалістичної інтерпретації, занурюючи його у сферу свідомості і самосвідомості. Значним досягненням рефлексії поняття відчуження є марксистська позиція, що була представлена в “Філософсько-економічних рукописах 1844” К.Маркса. Саме ця праця стала відправною і визначальною для подальших філософських спроб (навіть методологічно біполярних) осмислити проблему відчуження у ХХ столітті. У дискурсі філософських інтерпретацій поняття відчуження були: конфлікт між індивідуальним існуванням і можливостями самоактуалізації людини; драма “життєвого світу” як втрата екзистенції людини; споживацький конформізм як вибір “одновимірності” існування; руйнація соціальних та міжособистісних зв’язків; зневіра у творчості як способі самоздійснення; самотність, страх існування; втрата соціальної і культурної ідентичності. Сучасні кризові процеси – “техно-гуманітарний розрив” людської свідомості і соціально-технологічної моделі, постійно змушують людину відчувати дисонанс із суспільством. Концепт відчуження значно актуалізується у глобалізованому суспільстві мережевих технологій, відображуючи його суперечності, стає вагомим чинником виявлення преференцій для самореалізації та самоідентифікації людини.

Загрозливого для людської спільноти сенсу, набуває проблема відчуження за умов функціонування Інтернет-простору мережових комунікації. Людина добровільно відрікається від своєї індивідуальності у безмежному океані віртуального світу, натомість, отримує можливість обирати множинність ідентичностей, ховаючись в анонімному статусі Віртуала. Е.Фромм експлікуючи проблеми відчуження доби “пізнього капіталізму”, *выводить нівелючий людину образ споживацького конформізму*, як власного вибору: втрату “себе”, але умову адаптації до суспільства конс’юмерізму.

Суспільство ХХІ століття *формує реіфікуючий, безособистісний мережовий конформізм*: розуміння себе через ототожнення з віртуальним світом у якому втрачається особистісне, людина і машина перетворюються на однотипні речі, що взаємодіють, використовуючи одна одну. В мережі існує віртуальний профіль аноніма, який абстрагується від своєї індивідуальності, від індивідуальності іншого, від власного імені. Людина сприймається набором текстів які вона створює чи пересилає, вона не автор а авторитет в мережі. Трансляція(репости), фотографічна фіксація буденності, яка стає артефактом маскультівської сенсації, привласнення чужого продукту – злиття особистісного і масового, плагіат плагіату – це способи мереженої семоїдентифікація, де осягнення себе і свого статусу визначає, знов таки, мережа шляхом лайків. Саме таким виступає тип віртуальної ідентичності, що представляє новий вимір відчуження у мереженому соціумі – вимір реіфікації (оречівлення) людини.

Пошуки конструктивного стратегічного підходу до осмислення та регулювання соціальними перетвореннями у суспільстві мережених технологій є нагальною потребою і концептуальною проблемою практичної філософії, що розробляє принципи дискурсивної етики людяності та порозуміння задля творення гуманістичних реальностей сучасності.