

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА

Філософський факультет

Кафедра етики, естетики та культурології

«ЦІННІСНИЙ ЗМІСТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ»

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія
на здобуття освітнього ступеня магістра культурології

Студент-виконавець:
Бондаренко В'ячеслав Олександрович
II курс
спеціальність 034 «культурологія»
ОНП «Культурологія»

Науковий керівник:
Рогожа М.М.
д. ф. н., професор

(підпис)

Допущено до захисту:
Зав. кафедри _____

КИЇВ 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ	7
1.1. Цінності культури інформаційного суспільства як предмет філософського аналізу	7
1.2. Методологія дослідження інформаційної культури	21
Висновки до розділу	29
РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТОНІКА АКСІОЛОГІЧНОГО ЗМІСТУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ	31
2.1. Специфіка моральних основ інформаційного суспільства	31
2.2. Гетерогенність аксіосфери інформаційної культури і проблема ідентичності	41
2.3. Віртуальні мережі як простір реалізації цінностей інформаційної культури	56
Висновки до розділу	60
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ОСОБИСТІТЬ	63
3.1. Особливості соціалізації індивіда у просторі віртуальної реальності	63
3.2. Інформаційна культура як сфера самореалізації сучасної особистості	73
Висновки до розділу	80
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю системного вивчення, на рівня філософської рефлексії, сутності інформаційної культури, її ціннісного змісту, що постає сконструйованим феноменом у процесі інтенсивних змін життєвого стилю особистості, комунікації у віртуальних соціальних мережах та взаємодії із штучним інтелектом. Життєдіяльність сучасної людини здійснюється під впливом різних детермінант, пов'язаних з інформатизацією суспільства. Це зокрема: розвиток технологій та медіа (сучасні технології, такі як штучний інтелект, Інтернет мережі, соціальні медіа, змінюють способи сприйняття, обробки і використання інформації); інформаційна війна та медіа-маніпуляції (зростаюча кількість фейкових новин, дезінформації та пропаганди здійснюють потужний маніпулятивний вплив); міжкультурна взаємодія (глобалізація призводить до зростання міжкультурних контактів і спілкування); етика та соціальна відповідальність (в умовах зростаючого впливу технологій, зростає відповідальність за збур, зберігання і використання інформації). Дослідження аксіологічного змісту інформаційної культури може допомогти сформулювати етичні стандарти та принципи для суспільства.

Так само гетерогенність аксіосфери інформаційної культури вимагає філософського узагальнення для визначення як прогресистських тенденцій, так і потенційних загроз гуманістичним ідеалам.

Як відомо, у філософії концептуалізація теорії «інформаційного суспільства» представлена працями Д. Белла, М. Кастельса, Дж. Нейсбіта, Ю. Хаяші і Т. Умесао, Е. Тоффлера тщо.

Багатогранність та поліваріантність ціннісного світу знайшли своє відображення у філософських концепціях Канта, Віндельбанда, Ріккєрта, Гартмана, Гуссерля, Шелера, Дільтея, Дюркгейма, Вебера, Мюнстерберга, Штерна, Марселя, Маритена, Лоського та ін.

Серед вітчизняних дослідників аксіосфери інформаційного суспільства варто віокремити В. Воронкову, О. Данильяна, О. Дзьобана, О. Кивлюк, Є. Левченко, В. Мельника, Н.Пустовіт та ін.

Мета та завдання дослідження. Ураховуючи ступінь розробленості проблеми та її актуальність, основною метою дослідження є вивчення сутності аксіосфери інформаційної культури та її впливу на світогляд сучасної особистості.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність послідовного вирішення наступних дослідницьких завдань:

- проаналізувати основні філософські концепції цінностей та визначити методологічні засади дослідження аксіосфери інформаційної культури;
- дослідити етично-моральні засади інформаційної культури;
- охарактеризувати вплив інформаційної культури на формування ідентичності людини;
- визначити ціннісний статус сучасних віртуальних мереж;
- вивчити вплив аксіосфери інформаційної культури на формування і самореалізацію сучасної особистості.

Об'єкт дослідження – культура інформаційного суспільства.

Предмет дослідження – ціннісний зміст інформаційної культури.

Методи дослідження зумовлені специфікою дослідження та міждисциплінарністю проблеми. У дослідженні використано загальнонаукові та філософські методи, що дозволило системно вивчити аксіосферу культури інформаційного суспільства. В основу методології дослідження покладено діалектичний підхід, що припускає розгляд інформаційну культуру як об'єктивний, закономірний та внутрішньо суперечливий феномен.

Компаративний метод дозволив встановити особливості етично-моральних принципів інформаційного суспільства. Використання структурно-функціонального методу дало можливість розглянути архітектуру інформаційної культури. Системний підхід був використаний для дослідження взаємовпливу аксіосфери інформаційної культури і ціннісної системи сучасної особистості. Важливе місце серед методів дослідження посів контент-аналіз блогів та соціальних мереж.

Наукова новизна роботи. Результатом проведеного дослідження стала спроба комплексного філософського аналізу аксіологічного змісту інформаційної культури та її впливу на особистість. До найбільш значущих результатів та теоретичних положень, що містять елементи наукової новизни віднесено наступні:

- обґрунтовано, що загальною тенденцією сучасних досліджень ціннісної сфери буття людини є перехід від ціннісного еталону гуманістичних ідеалів модерного суспільства до примату принципів утилітаризму та релятивізму інформаційного суспільства;
- запропоновано авторське визначення поняття «аксіосфера інформаційної культури» як сфера цінностей та норм, ціннісних орієнтацій та установок, що забезпечують самозбереження, розвиток соціального суб'єкта у віртуальному просторі соціальних мереж і характеризується гетерогенністю, транзитивністю та інтелігібельністю;
- з'ясовано, що моральні основи інформаційного суспільства представлені постмодерністською інтелектуальною традицією, що акцентує увагу на суб'єктивізації, секуляризації та деієрархізації цінностей, а нарративну ідентичність розглядає як механізм конституювання ціннісного змісту інформаційної культури;
- обґрунтовано, що в умовах інформаційного суспільства, зокрема у просторі соціальних віртуальних мереж, виникає новий тип ідентичності, відомий як "змішана", яка відрізняється від традиційних форм, оскільки є

гнучкою і змінною, не має чітких меж і може виявлятися у різних умовах спілкування;

- констатовано, що сьогодні віртуальні соціальні мережі постають впливовим інститутом соціалізації індивіда. Соціалізація у віртуальній реальності має свою специфіку, оскільки відбувається через взаємодію двох процесів: усвідомлення особистістю норм та прикладів поведінки, які вона споглядає у реальному житті, і інтеріоризацію норм, цінностей та настанов віртуального середовища. Це може створити проблему пошуку власної ідентичності для індивіда, коли він повертається до реального світу. Тому одним з головних завдань соціалізації в інформаційному суспільстві є оптимізація процесів ідентифікації.

Теоретико - практичне значення одержаних результатів Теоретичне значення дослідження визначається тим, що отримані результати дають можливість поглибити наявні уявлення про сутність і вплив інформаційної культури на ціннісні орієнтації сучасної особистості. Практичне значення полягає в можливості використання теоретичних положень та висновків роботи при розробці й викладанні нормативних курсів і спецкурсів.

Структура та обсяг роботи обумовлені специфікою предмету дослідження, логікою розкриття проблеми, а також метою і завданнями роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг складає 93 сторінок, з яких основний зміст викладений на 84 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

1.1. Цінності культури інформаційного суспільства як предмет філософського аналізу

Цінність, як важливий елемент аксіосфери будь-якого суспільства, є необхідною умовою його функціонування, що стимулює вчених до багатьох досліджень та відкриває широкі можливості для наукових дискусій. Різні філософські школи мають свій погляд на питання цінності. Наприклад, для гедоністів цінність полягає у задоволенні, для прагматиків – у пристосуванні, а для ніцшеанців - у розвитку індивідуальності та вихованні "надлюдини" в собі. Поняття цінності, як філософська та соціологічна категорія, вказує на соціальне й культурне значення певних об'єктів та явищ і спрямовує суб'єкта до світу, насиченого смислом та цілями. Можна розглядати цінність як стійку соціально-когнітивну схему, що використовується для ієрархічного упорядкування різних реалій за принципом їх бажаності для суб'єкта, як вказує Ч. Р. Міллс. До цього можна додати розуміння цінності як результату втілення ідеалу, тобто цінності завжди пов'язані з цим поняттям, як відзначають В. П. Бранський та В. Е. Мільман.

З психологічного погляду, цінність тісно пов'язана з індивідуальним суб'єктом і без його участі це поняття стає абстрактним. Цінності впливають на емоційний стан людини і мають значний вплив на її поведінку та спосіб взаємодії у суспільстві. Дослідники, такі як Рокич [66], Клакхон [55], Шварц і Білскі [69], досліджували психологічний аспект цінностей.

Згідно з Рокичем, цінність - це стійке переконання в тому, що обраний спосіб поведінки або кінцевий стан існування є більш прийнятним, ніж інший, як для індивіда, так і для суспільства. Ці переконання включають когнітивний, афективний і поведінковий компоненти. За Рокичем, загальна кількість

цінностей, якими володіє індивід, порівняно невелика і більшість людей мають однакові цінності, організовані у певні системи.

За словами Клакхона, цінності - це уявлення про бажане, яке визначає вибір цілей, як для індивіда, так і для групи, з урахуванням доступних засобів та способів дій [55].

Білскі та Шварц розглядають цінності як когнітивні репрезентації певних універсальних груп потреб, що визначають вибір моделі поведінки та надають подіям значущості [69].

Природа та різноманітність ціннісного світу знайшли своє відображення у широкому спектрі філософських тлумачень. Найбільш детально розроблені концепції охоплюють кантіанський, неокантіанський (Віндельбанд, Ріккерт), ірраціоналістичний (Гартман), феноменологічний (Гуссерль, Шелер), релятивістський (Дільтей), соціологічний (Дюркгейм, Вебер), ідеалістично-реалістичний (Г. Мюнстерберг), реалістичний (В. Штерн) і теологічний (Марсель, Маритен, Лоський) підходи.

Вивчення природи цінностей становить важливий аспект у філософських дослідженнях і в цьому плані Кант займає визначне місце. Він висловлює думку, що цінності можуть бути реальними або ілюзорними і відкидає підхід до оцінки цінностей, що ґрунтується виключно на суб'єктивних нахилах та потребах людей [54]. Кант розвивав своє розуміння цінностей, враховуючи загальнолюдські основи ціннісного світогляду. У філософському розумінні цінність відображається у відношенні до моралі за Кантом [14]. Крім того, він висловлює думку про те, що цінності естетичної сфери, на яку він звертає увагу, не збігаються з емпіричним сприйняттям світу. Кант формулює моральний закон, що базується на відчутті обов'язку, який виникає у людини внаслідок усвідомлення того, що інші люди так само як і вона сама є суб'єктами, які пізнають світ. Для Канта обов'язок є ключовим регулятором міжособистісних відносин і він вважає, що саме почуття обов'язку надає життя людині екзистенційного значення.

Неокантіанці акцентували увагу на трансцендентальності цінностей. За їхнім переконанням, цінності не залежать ні від суб'єкта, ні від об'єкта. Хоча вони мають певне значення, але не мають реального існування. Цінність перебуває поза реальністю і має характер абсолютних норм, що регулюють життя людини, а не окрему його сферу. Питання про їхнє походження залишається відкритим; вони існують як певний закон розуму. Цінності трактувалися як ідеали, які визначають напрямок соціально-культурного розвитку суспільства.

Новаторські підходи до світу цінностей пропонували Н. Гартман [53], К. Поппер [64], М. Шелер [68], Г. Мюнстерберг [62], В. Штерн [70], Е. Дюркгейм [47], М. Вебер [80], Т. Парсонс [63] та інші. Наприклад, для Н. Гартмана світ цінностей існував як ідеальна концепція, що детермінується об'єктивно-ідеальними цінностями і не залежить від реальності. Він стверджував, що цінності набувають сенсу лише в контексті суб'єкта, але не можуть зводитися до свідомості окремої особистості. Цінності уособлюють особливий світ, до якого спрямованість і рух допомагають вивести категоріальний світ на новий етап розвитку. Однак цей процес можливий лише за умови зусиль людини, що проявляються у вольових діях. Оскільки цінність сама по собі безсильна, для її реалізації необхідна внутрішня творча енергія особистості. Ця умова є ключовою для ціннісного світу: підтвердження цінності відбувається через досягнення поставлених особою цілей.

Цікавість викликає «третій світ» К. Поппера, де він бачить місце для цінностей. Окрім фізичного та ментального світу, тут існує і світ ідей. Це простір теорій, їх логічних зв'язків, аргументів і впливаючих проблем. Для третього світу характерна ясність, доступність розуму. Фізичний та ментальний світи взаємодіють так само, як ментальний та ідеальний. Другий світ служить посередником між першим і третім. Учений включає мораль до третього світу, який є артефактом. Рішення, які приймає соціальний суб'єкт, певною мірою залежать від фізичного та соціального світів. Моральне середовище поєднує

моральні норми третього світу та їх тлумачення другим світом. Моральний контекст формує спільнота, до якої належить соціальний суб'єкт і моральні норми, які вона приймає, впливають на моральний вибір.

За поглядами М. Шелера [68], цінності, що перебувають у благах, не входять до сфери емпіричного світу. Вони можуть бути розглянуті не лише як властивості конкретних осіб, які ними володіють, але й як чисті явища. Цінності виступають як намірене наповнення емоційних актів, яке не залежить від їх природи чи емпіричного виявлення. Апріорна структура цінностей не підпорядковується волі суб'єкта. Інтуїтивна ясність акту переваги дозволяє встановити об'єктивні ранги цінностей: чим вище цінності, тим довша їх тривалість, тим повніше вони задовольняють бажання та менше схильні до «екстенсивності», тобто розділу. Так, менш тривалі цінності пов'язані з задоволенням сенсорних потреб та матеріальними благами. Такі цінності відомі як цінності приємного. Вище цінностей приємного стоять цінності прекрасного або пізнавальні цінності. Вони недільні, оскільки споглядаючи красу або розуміючи істину, учасники процесу ділять єдину радість. Найвищу позицію в ієрархії займають цінності святого. Згідно з Шелером, всі цінності мають за основу безмежний дух, виявом якого є любов.

Г. Мюнстерберг у своїй книзі «Філософія цінностей» [62] описав закономірності у формуванні всеохоплюючого ціннісного світу, розрізняючи логічні, естетичні, етичні, метафізичні, життєві та культурні цінності. За Мюнстербергом, суб'єкт натрапляє на цінності у життєвих ситуаціях, коли виявляється його воля та визначаються наміри дій. Він розрізняє цінності-переживання, які мають умовний характер, та позаіндивідуальні цінності, які є абсолютними. За концепцією Мюнстерберга, ціннісний світ - це абсолютизоване надіндивідуальне переживання.

В. Штерн [64] розробив ієрархію цінностей, що відповідає різним особам. Так вчений розглядає світ як ієрархічну систему ціннісних орієнтацій осіб різного віку. Особа втрачає свою автономність та самоцінність, стаючи

інтегральною цілісністю, але залишається ціннісним центром. Штерн відрізняє особу від речі, не зводячи це до відмінності між тілом та духом. Особа вищого порядку генерує «цінність, що випромінюється», що служить базисом для самореалізації інших осіб. У філософії Штерна цінність не існує самотійно, вона завжди пов'язана з певним носієм та набуває значення у діяльності суб'єкта.

За Е. Дюркгеймом [47, с. 42-51], соціальні дії, переконання та сфера цінностей формуються відповідно до потреб і організації соціальної структури, а не індивідуальним вибором або інтерпретацією світу соціальними акторами. За соціологічним підходом Дюркгейма, культура відіграє вирішальну роль у підтриманні соціальної стабільності та формуванні схем соціальної взаємодії. Він розглядає цінності як важливий конституційний фактор суспільної організації з погляду структурного функціоналізму. Суспільство, у його тлумаченні, є автономною сферою, що розвивається за власними законами, а несоціальні фактори суттєво не впливають на суспільне життя.

Структура суспільства, за Дюркгеймом, є сукупністю соціальних фактів, що взаємодіють між собою та породжують нові соціальні явища. У соціальній структурі виділяються дві групи фактів: матеріальні та духовні цінності. Дюркгейм розглядає солідарність як вищий моральний принцип та універсальну цінність.

У своїй концепції Дюркгейм підкреслює, що суспільство є моральною реальністю. Він розглядає соціальне питання у морально-релігійному контексті, визначаючи мораль як практичну, дієву та реальну силу, яка відкидає все, що не має серйозних моральних підстав. Дюркгейм вбачає ефективність політичних трансформацій у зверненні до глибинних моральних цінностей та прагнень суспільства, підкреслюючи ціннісно-нормативний характер суспільства як системи.

У тлумаченні М. Вебера [80], цінність перетворюється на установку, характерну для певної історичної епохи. Це реалістичне розуміння цінностей

допомагає пояснити світогляд людей, їх соціальну поведінку та діяльність. Вебер вважає, що межі ціннісних областей формуються інтересами. Відстежуючи становлення і еволюцію культурних цінностей, таких як протестантська етика, продуктивне підприємництво, професіоналізм та релігійна аскеза, він обмежує їх хронологічними рамками, за якими дані цінності втрачають регулятивну та мотиваційну функції.

У соціологічній інтерпретації Вебера культурні цінності артикулюють множинність історично змінюваних інтересів, таких же різних, як і людські ідеали. У світі цінностей важливу роль відіграють ціннісно-раціональна та ціль-орієнтована схеми соціальних дій. Ціннісно-раціональна дія активується культурними віруваннями, наприклад, заради спасіння душі, тоді як ціль-орієнтована дія має відповідати критеріям ефективності та доцільності. Вебер зауважує, що в суспільстві більш поширеною та прийнятною стала ціль-орієнтована дія.

Т. Парсонс [63], у певній мірі поєднав ідеї Е. Дюркгейма та М. Вебера і сформулював концепцію генералізації цінностей. Культура, за Парсонсом, реалізується через складний конструкт надсоціалізованого суб'єкта, який інтерналізував цінності та норми і виконує свою соціальну роль у роботизований спосіб. Такий підхід, на відміну від підходу, який підтримує людську креативність, заперечує її.

У другій половині ХХ століття аксіосфера почала відокремлюватися як самостійний об'єкт дослідження філософії, що потребувало нових підходів у концептуалізації. Сучасні українські мислителі досліджували аксіологічну проблематику. Це зокрема такі вчені, як: С. Кримський [21], І. Сухина [37], М. Підлісний, В. Шубін [32], С. Чмихун [40], І. Гордієнко-Митрофанова [9], А. Свящук [35] та інші.

Наприклад, С. Кримський [4] обґрунтував концепцію «духовного розуму». Духовний розум призначений для полегшення діалогу людини з її оточуючим середовищем, під час якого вона шукає сенс свого життя. Мораль

відіграє важливу роль, допомагаючи людині адаптуватися та виживати в соціальному оточенні. «Проект Людини» — це амбіційний план, що ґрунтується на гуманістичних цінностях та орієнтирах, які ввібрали у себе найкращий історичний досвід людства. С. Кримський розглядає «проект Людини» в контексті духовності, а невичерпними людськими цінностями поза часом вважає віру, надію та любов.

І. Сухина [37] у своїх дослідженнях приділяє увагу аксіологічному тлумаченню культури. На її думку, найбільш адекватним трактуванням гуманістичного світогляду є культуроцентристське розуміння людини та її буття. Вчена зауважує, що цінність є концептуальним поняттям, а акцентоване світоглядне значення робить цінність ідейним центром філософських роздумів про буття, що дозволяє розкрити сутність та специфіку не лише життя людини, але й культури в цілому.

М. Підлісний та В. Шубін у праці «Цінності та буття особистості» [32] розглядають проблему співіснування об'єктивних та суб'єктивних цінностей в контексті абсолютних та відносних цінностей. Вони звертають увагу на суб'єктивно-об'єктивний характер цінностей, аналізуючи їх з погляду значення речей для людини та усвідомленого нею власного функціонального буття.

С. Чмихун [40] приділяє особливу увагу соціальному знанню у формуванні аксіосфери суспільства. Він вважає, що соціальне знання впливає на розширення та збагачення аксіосфери, перетворюючись у ціннісне знання, що охоплює як значущі, так і належні аспекти. Соціальне знання втілює критерії, які допомагають розрізнити істинні та уявні цінності, виявляти динаміку переходу цінностей у антицінності, а також надають ціннісні характеристики соціальним явищам та процесам від їх зародження до занепаду.

У своїй роботі «Інваріанти аксіосфери маргінального» [9], І. Гордієнко-Митрофанова зосереджується на аксіосфері маргінальних суб'єктів. Вона досліджує цю тему, намагаючись виявити аксіологічні стійкі позиції цих осіб. Зокрема, вона використовує опозицію «традиція-інновація» для інтерпретації

маргінальності як явища, що відображає діалектику розвитку культури, коли стара система цінностей заперечується на користь нової.

Застосовуючи методи соціальної інженерії, Гордієнко-Митрофанова аналізує аксіосферу маргінальних осіб через призму ціннісного диспозитиву, що ґрунтується на системі взаємовідносин між суб'єктами та об'єктами. Вона виокремлює суб'єктів модернізації, їх типи, форми діяльності та спектр цінностей. Гордієнко-Митрофанова підкреслює, що маргінальність не означає повної відсутності цінностей. Аксіологічна дивергенція, на її думку, розвивається в умовах ігнорування ідеологічних та дискурсивних конотацій. Хоча аксіологічні орієнтації суспільства змінюються, погляди на цінності не виникають хаотично, а підпорядковуються певним закономірностям.

У праці «Феномен маргінальності у генезисі сітьового суспільства» [35] А. Свящук проводить соціально-філософський аналіз формування явищ маргінальності в умовах генезису сітьового глобального суспільства. Він зауважує, що їх виникнення може бути викликане маніпулятивними діями інформаційних технологій, які використовують фіктивні репрезентативності, а також впливом економічних механізмів у глобальній економіці. Це дослідження стосується актуальних проблем аксіосфери інформаційного суспільства, таких як ціннісні маніпуляції та реструктуризація цінностей. Свящук досліджує структурні та культурні аспекти маргінальних станів соціальних суб'єктів, що виникають у процесі трансформації соціальної структури та соціокультурної сфери суспільства під впливом переходу до нового способу структурної стійкості – інформаційного капіталізму.

У контексті ціннісної динаміки інформаційного суспільства виникає проблема організації суб'єктів у Інтернеті. Спільноти відображають особливості сучасних комунікаційних процесів, що відзначаються свободою об'єднань та децентралізацією ієрархії. Інтернет-спільноти надають можливість людині приєднатися до них у будь-який зручний момент, а також задовольняють її потребу у комунікації, структуруванні та самоідентифікації.

Ці спільноти постійно еволюціонують, зокрема, перетворюючись у так звані об'єднання-фільтри через стратифікаційні процеси.

Технологічний розвиток і зростання кількості Інтернет-користувачів визначили специфіку сучасних мережевих спільнот, які часто відіграють важливу роль у розв'язанні політичних та економічних завдань.

Важливо відзначити, що формування Інтернет-спільнот неможливе без активної участі соціальних суб'єктів. Кожен окремий індивід вносить свій внесок у ціннісну сферу інформаційного суспільства. Динаміка та інтенсивність інформаційно-обмінних процесів призвели до формування інформаційного світогляду та моделі індивіда як еволюційного фактору. У цьому контексті набуває актуальності проблема переходу людини на новий рівень розвитку – інформаційний, що породжує багато питань у сучасному науковому дискурсі про поняття людини інформаційного суспільства.

Як зазначає вітчизняна дослідниця Є. Левченко, «сучасний етап розвитку людства характеризується невизначеністю соціальних орієнтирів людини. Такий стан виник у зв'язку з серйозними проблемами, які охоплюють широкий спектр: від економічних і культурних, що зачіпають інтереси всіх членів суспільства, в тому числі й стан внутрішнього світу окремої людини. Останнє питання актуалізує пошук ефективних шляхів формування і становлення нового типу людини. Інтенсивне розгортання глобалізаційних процесів, каталізаторами яких виступають інформатизація та технологізація, вносять свої сутнісні корективи у розуміння людини, вона набуває нових якісних характеристик – віртуалізуючись. І на сьогодні в науковий обіг входить і широко використовується нові категорії такі як: постлюдина та постлюдство. В традиційному розумінні людина розвивається під дією оточення, а глобалізаційні процеси призводять до зламу сформованих суспільних відносин і стандартів поведінки багатьох сотень мільйонів людей. На особистому рівні ми повністю оточені й «бомбардовані» фрагментами образності, несумісними або взаємопов'язаними, які розхитують наші колишні уявлення й стріляють у

нас розірваними або несистематизованими екранними зображеннями. Отже, варто зауважити, що досить тривалий час внутрішній світ людини залишався автономним, а на сучасному етапі розвитку інформатизації та технологізації він зіткнувся з усе наростаючими атаками потоків інформації» [22].

До проблематики аксіосфери інформаційного суспільства, окрім вищевказаних, належать ще й питання віртуальної реальності та феномен симулякру.

Наприклад, українська вчена В. Корабльова у праці «Соціальні смисли ідеології» зазначає, що «сучасний статус людського тіла, його «культурний концепт» багато в чому визначається стрімким розвитком комп'ютерів. Комп'ютерна та комунікаційна техніка стають наразі тими чинниками, які визначають не тільки наш образ думок, а й спосіб життя, формують нові тілесні практики та переписують стару «карту тіла». Комп'ютерні програми «заганяють людину в штучні умови активізації якомога більшого числа каналів, що дратують і пробивають перцептивну анемію і броню незворушності, ... намагаються деформувати як внутрішнє, так і зовнішнє тіло людини, її жести, дії, вчинки» [19, с. 248].

До комп'ютера була книга – винахід, що на довгий час визначив морфологію культури. Вплив книжково-писемної традиції не обмежився світом ідей. Читання вимагало небувалої досі зосередженості і нерухомості (на противагу, наприклад, прогулянкам в античних філософських школах), істотно зросло навантаження на очі (тому окуляри стали неодмінним атрибутом інтелектуала), а симптом «писального спазму» говорить сам за себе. Наступний етап – телевізор з пультом дистанційного управління плюс десяток-другий каналів на вибір – породив особливий тип телеглядача – couch potato (іронічний вираз має на увазі одночасно як фізичну бездіяльність, так й інтелектуальну пасивність) [19, с. 248].

Вже перші комп'ютери виявили той тип емоційної привабливості, за яким слідує фізична залежність, тому асоціація «комп'ютер – наркотик» з'явилася

досить рано (доречною видається іронічна назва публікації молодого вченого «Комп'ютер – drug людини» (двозначна конструкція, що, з одного боку, натякає на радянський штамп про «друзів людини», а з іншого – на буквальний переклад з англійської «drug» – наркотик) [Цит. за: 20].

Вчені навіть говорять у зв'язку з цим про появу нового виду людини – Людини, яка Клікає: «Можливості людського тіла розширюються. І навіть не в тому сенсі, що у Людини, яка Клікає, виросте якийсь новий палець для кращого натискання на мишку, а в тому, що деякі «само собою зрозумілі» речі в культурних практиках непомітно стають іншими. Нові тілесні артефакти змінюють інституційний статус світу та способи оцінки фактів людиною в цьому світі. Тіло починає пізнавати світ по-іншому» [19, с. 253].

В. Корабльова констатує, що удосконалення людино-машинного інтерфейсу змушує нас по-новому поглянути на тіло і його функції. Жан Бодріяр розглядає низку моделей тіла, ті «ідеальні типи тіла, ... які виробляються і закарбовуються у системах, що змінюють одна одну»: труп – у медицині, звір – у релігії, робот – у системі політичної економії, манекен – у системі політичної економії знака [3, с. 215]. Сучасні соціальні практики формують нову модель – тіло-інтерфейс: тіло, яке є принципово змінюваним, варіативним, довільним, тіло як набір опцій. У свою чергу, сучасні інформаційні технології формують іншу модель – тіло-аватар: подібно до лаканівських мотивів, коли віддзеркалення у люстрі є первинним щодо тілесної самоідентичності, сьогодні «аватарка» – віртуальне тіло у кіберпросторі – починає домінувати у структурі особистої, в тому числі соматичної ідентичності. Відомий напіванекдотичний випадок (що є влучною ілюстрацією на перетині обох зазначених моделей), коли дівчина приходить до пластичного хірурга з проханням зробити її схожою на своє фото, відредаговане у «Фотошопі». Проведені британськими соціологами дослідження свідчать, що внаслідок поширення й популярності соціальних мереж у кіберпросторі люди стали значно ретельніше стежити за своєю зовнішністю. Очевидно, думка

кібераудиторії стає важливішою за думку безпосереднього соціального оточення, і, отже, тіло-аватар стає більш значущим, ніж фізичне тіло» [19, с. 254-255].

Українські дослідники О. Дзьобань, О. Данильян вказують на те, що інформатизація сучасного суспільства актуалізувала появу у науковому дискурсі такого терміну, як «симулякр», який «у лінгвістичному, а потім і філософському дискурсі займає міцні позиції. Симулякр (від фр. *simulacres, simulation* – симуляція) – одна з ключових категорій постмодерністської естетики та філософії. Це – невід’ємний атрибут масової культури, а сама ця культура цілком коректно й обґрунтовано отримала другу назву – «симуляції». Однак незважаючи на частоту вживання цього терміна, симулякр все ще не має чітких смислових параметрів: залежно від контексту його слід вживати в широкому (найчастіше суперечливому) діапазоні – як симуляцію дійсності; підробку (*fake*); редукцію тощо [10, с. 67].

Симулякр – це образ відсутньої дійсності, правдоподібне подoba, позбавлена оригіналу, поверхневий, гіперреалістичний об’єкт, за яким не стоїть будь-яка реальність. Це марна форма, автореферентний знак, артефакт, заснований лише на власній реальності. Поняття симулякра було введено в дискурс постнекласичної філософії французьким філософом Ж. Батаєм, потім інтерпретувалося такими відомими французькими мислителями, як Ж. Бодрійяр, Ж. Дельоз, П. Клодсовські та іншими [10, с. 67].

Вітчизняні вчені, праці яких мають відношення до тих чи інших аспектів аксіосфери інформаційного суспільства, відзначаються стриманим та толерантним підходом до ціннісного світу, проявляючи обережність у своїх міркуваннях про інформаційне суспільство як соціальну проблему.

Наприклад, у роботі «Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні» [11] В. Даніл’ян проводить ретельний аналіз сутності та особливостей становлення інформаційного суспільства, розглядає його структурні засади та прогнозує напрямки подальшого розвитку в Україні. Він ретельно розглядає

різноманітні аспекти цього поняття, враховуючи теоретичні концепції та практичні моделі інших країн. Також проводить порівняльний аналіз етапів розвитку інформаційного суспільства та визначає чинники, що впливають на цей процес в Україні.

В. Даніл'ян наголошує, що інформаційне суспільство відображає сучасний стан цивілізаційного розвитку, де ключовими факторами є збільшення обсягів створення, обробки та використання інформації, а також росте вплив інформаційних технологій на різні аспекти життя суспільства.

У своїх дослідженнях вчений також підкреслює важливість політико-правових, економічних та соціокультурних факторів у формуванні аксіосфери інформаційного суспільства. Особливу увагу він приділяє соціокультурним аспектам, відзначаючи зміни в способі діяльності людини, зростання її творчого потенціалу та розвиток соціального капіталу в умовах глобалізації.

І. Пиголенко [30] досліджує вплив Інтернет-технологій на формування ціннісних орієнтацій. Однак, відзначається відсутність концептуальності і зв'язку з проблематикою інформаційного суспільства та його аксіосфери. Здається, що дослідники дещо відокремлені від реальності інформаційного суспільства, розглядаючи своє проблемне поле як самостійне, хоча насправді воно є лише частиною складної соціально-технічної структури.

У дослідженні «Аксіологічний вимір людського буття в українській філософській традиції» [1] Х. Богера вказує на те, що у процесі розвитку українського суспільства, його структурне ускладнення та встановлення нових цілей відбувається формування і розвиток конкретної системи цінностей.

Ґрунтуючись на соціально-філософській концептуалізації проблеми аксіологічних вимірів людського буття, Богера стверджує, що соціально-філософська реконструкція феномену людського буття в аксіологічному вимірі свідчить про поступове формування основних цінностей українського суспільства та їх зв'язок з історичним контекстом. У різні історичні епохи виділялися відповідні ідеали: мудрість, святість, особистісне самопізнання та

ідеал «сміхового антисвіту» (Княжа доба); спільне благо, гідність та самоцінність людини, її щастя та свобода (Нові часи) та національна ідея (епоха Романтизму).

На думку вченої, найвищою цінністю громадського самоврядування є національна ідея, яка відображає реальний стан нації і суспільства, його прагнення та ідеали, що орієнтують на національне самоусвідомлення та самоствердження й консолідують суспільство навколо єдиної мети – власної держави.

У дослідженні міжкультурної взаємодії в інформаційному суспільстві, Т. Сулятицька [36] приділяє значну увагу вивченню ціннісного аспекту в цьому контексті. Вона визначає цінності як важливі показники культурних відмінностей, а їх дослідження має суттєве значення, оскільки від них залежить успішність міжкультурного спілкування. Цінності є ключовими компонентами культури, їх існування базується на активності культурних суб'єктів та їхньому діалозі з іншими.

Отже, аксіологічний аспект міжкультурної взаємодії можна тлумачити як зустріч з цінностями інших культур, що сприяє взаємному збагаченню та розширенню соціокультурного спектру шляхом припинення уніфікації культур та створення умов для рівноправного співіснування. За словами Сулятицької, рівень розвитку міжкультурної взаємодії визначається активністю культурних суб'єктів та їхнім діалогом з іншими. Одним з ключових факторів у цих процесах є вибір нових цінностей, які набувають значення в сучасному суспільстві, де вони стають предметом вільного вибору.

Вчена також підкреслює важливу роль мережі у формуванні таких цінностей, як толерантність, повага і свобода, що є необхідними умовами для успішної міжкультурної взаємодії.

Таким чином, на основі аналізу підходів до аксіосфери та інформаційної культури можемо зробити наступні узагальнення:

1. Потреба у новому рівні аналізу. Аналіз різних підходів показує, що існуючі концепції та методології не в повну розкривають аксіологічний потенціал інформаційного суспільства. Необхідний перехід на більш глибокий та всебічний рівень аналізу.

2. Динамічність аксіосфери. Аксіосфера інформаційної культури є динамічною системою, яка вимагає постійного оновлення концепцій та методологій для відображення її змін.

3. Фрагментарний характер досліджень. Велика частина досліджень інформаційної культури має фрагментарний характер, що ускладнює узагальнення та розуміння сутності цього явища.

Відтак, для більш повного розуміння та аналізу аксіосфери інформаційної культури потрібне вдосконалення методологічного підходу та створення нових концепцій, які враховуватимуть її динамічний характер та сучасні виклики.

1.2 Методологія дослідження інформаційної культури

У даному підрозділі було розглянуто принципи та методи дослідження аксіосфери культури інформаційного суспільства. Основні принципи дослідження, які були визначені, включають цілеспрямованість, системність, актуальність, своєчасність, активність, ініціативність, повноту, альтернативність думок, гнучкість та обґрунтованість.

Цілеспрямованість передбачає наочне визначення мети та спрямування дослідження на досягнення конкретних цілей і розв'язання соціальних проблем. Системність вимагає комплексного аналізу аксіологічних проблем, враховуючи їх місце та взаємозв'язки у соціальній структурі. Актуальність та своєчасність дослідження забезпечують необхідність і активність у конкретний момент для розв'язання проблеми. Активність та ініціативність дозволяють досліднику передбачати та прогнозувати аксіологічну картину світу. Повнота передбачає використання всієї доступної інформації, а альтернативність думок -

можливість вільно висловлювати свою точку зору. Гнучкість та обґрунтованість забезпечують адаптацію до змін та отримання аргументованих результатів дослідження.

Такий комплекс принципів дозволяє дослідникам розробляти та реалізувати дослідження аксіосфери культури інформаційного суспільства на високому рівні, враховуючи його складність та динамічний характер.

Системний аналіз виступає важливим інструментом для дослідження аксіосфери культури інформаційного суспільства. Ця методологічна система має своє коріння в роботах Людвіга фон Берталанфі з загальної теорії систем (ЗТС), які були представлені на початку 1950-х років. Варіанти ЗТС, запропоновані різними дослідниками, такими як М. Месарович, Л. Заде, О. Ланге, У. Рос та Ю. А. Урманцев, виявилися більш досконаліми та вільними від недоліків, які були притаманні попереднім версіям.

Результати їхніх досліджень стали фундаментом для системного аналізу та аналітики і зараз вважаються «класикою» у цій галузі. Варіанти ЗТС, які вони розробили, дозволили пояснити глибоку і різноманітну єдність живої та неживої природи, враховуючи симетрію та асиметрію їх об'єктів.

Загальна теорія систем надала дослідникам аналітичні інструменти та встановила перелік вимог до систем - матеріальних та ідеальних. За допомогою системних методів було встановлено простір логічних можливостей, який дозволяє ефективно досліджувати та управляти системними об'єктами. Таким чином, системний аналіз став важливим інструментом для вивчення та розуміння складних системних взаємозв'язків у культурі інформаційного суспільства.

У дослідженні культури інформаційного суспільства важливо спочатку розглядати її як цілісне утворення, зберігаючи суттєві властивості для аналізу, а потім виділяти суттєві компоненти та вивчати їх взаємодію, що характеризує інтегральні властивості світу цінностей. У сучасному інформаційному суспільстві існують конкретні сфери, в яких застосування системного аналізу є

найбільш ефективним. Серед них - стратегічне управління, для успішного здійснення якого важливо встановити тип системи, з якою планують провести ті чи інші операції.

Під час аналізу ціннісного змісту культури інформаційного суспільства важливими є різні аспекти, від її внутрішньої будови до організації управління нею. Хоча існує багато методик системного аналізу, розроблення універсальних методів є практично неможливим. Тому для вирішення різних типів завдань вчені мусять розробляти власні методики системного аналізу на основі принципів, ідей, гіпотез та методів, накопичених в теорії систем та системного аналізу. Системний аналіз дозволяє розглядати досліджуваний об'єкт як цілісну систему з внутрішніми та зовнішніми зв'язками, а також вивчати його особливості функціонування і розвитку.

Застосований метод моделювання в дослідженні дозволив побудувати модель аксіосфери культури інформаційного суспільства та виявити особливості й динаміку аксіологічних процесів, що відбуваються у цьому суспільстві.

На наш погляд, аксіосферу культури інформаційного суспільства доцільно розглядати як відкриту систему та досліджувати взаємодію її мікроаксіосфер, поєднуючи синергетичну методологію з іншими підходами. Згідно з поглядами Г. Хакена, синергетика є вченням про взаємодію та розвиток, яке дозволяє розглядати системи, що складаються з великої кількості частин, компонентів або підсистем, що взаємодіють між собою завдяки інтенсивному обміну речовиною, інформацією та енергією з навколишнім середовищем [52].

Синергетика дозволяє усвідомити нелінійність, відкритість, багатофакторність, вірогідність реального світу та соціальної реальності, а також розуміти поліваріантність шляхів їх розвитку і неможливість їхнього опису в межах класичних теорій і моделей, що формують лінійне мислення.

Аксіосфера культури інформаційного суспільства є системою, що характеризується високою організованістю та відкритістю, де взаємодія соціального порядку та хаосу породжує синергетичний ефект. Ця система володіє властивістю, коли її сукупність перевищує суму властивостей окремих компонентів, що призводить до творчої взаємодії та віртуальної комунікації. Згідно з концепцією синергетики, розвиток соціальної реальності полягає у поєднанні порядку і хаосу для досягнення стійкості. Інформаційна культура, розглянута як синергетична система, прагне до самоорганізації та структурної зміни реальності з метою створення нових моделей суспільного розвитку та образів соціальної реальності.

Використання парадигми синергетики в дослідженні аксіосфери інформаційної культури дозволяє виокремити та описати різноманітні особливості цієї системи:

- Неврівноваженість і нестійкість. Аксіосфера характеризується станом постійної нерівноваженості та нестійкості її компонентів;
- Урівноваженість і тривалість. З часом система може досягати урівноваженості та тривалості через еволюцію;
- Роль одиничного впливу і випадковості. Аксіосфера піддається впливу окремих подій та випадковості, що може значно змінювати її стан;
- Відкритість. Ця система відкрита для взаємодії з зовнішнім середовищем та обміну інформацією;
- Обмін інформацією з соціумом. Аксіосфера активно обмінюється інформацією з соціумом, спілкуючись цінностями та ідеями;
- Нелінійність розвитку. Розвиток аксіосфери є нелінійним, тобто його неможливо передбачити за допомогою лінійних моделей;
- Обрання напрямку розвитку. Система обирає напрямок свого розвитку відповідно до зовнішніх впливів та внутрішніх факторів;

- Альтернативність напрямків розвитку. Існують різні напрямки розвитку аксіосфери, які обираються внаслідок взаємодії різних чинників;
- Власні тенденції розвитку. Аксіосфера має власні тенденції розвитку, спрямовані на самоорганізацію та зміну структури;
- Керований розвиток в умовах самоорганізації. Розвиток аксіосфери може бути керованим в умовах самоорганізації, коли враховуються її внутрішні закономірності та вплив зовнішнього середовища.

Використання синергетичного підходу дозволяє краще зрозуміти взаємодію між різними складовими інформаційної культури, її еволюцію, а також прогнозувати та аналізувати соціальні трансформації.

Діалектичний метод у дослідженні культури інформаційного суспільства дозволяє вивчити її взаємозв'язок з іншими об'єктами та явищами сучасної епохи. На відміну від метафізичного підходу, що аналізує об'єкти та явища ізольовано, діалектичний метод розглядає їх у контексті взаємодії протилежностей. Аксіосфера інформаційної культури функціонує як гнучка система цінностей та регулятивів людської діяльності. Цей світ цінностей відображає взаємозв'язок та протиріччя соціальної реальності.

Діалектика виступає системою регулятивних принципів, які орієнтують соціального суб'єкта у його пізнавальній діяльності, спрямовуючи його на розгляд цінностей у контексті їхнього постійного становлення та трансформацій. Діалектичні принципи відіграють ключову роль у аксіологічних дослідженнях.

Першочерговим принципом є принцип історизму, що ґрунтується на уявленнях про сутність розвитку, прогрес, синтез, взаємозв'язок якості та кількості, причинність тощо. Історизм розглядає ціннісний світ у його постійному русі, що призводить до якісних змін різної спрямованості (прогресивної або регресивної).

Розвиток аксіосфери культури інформаційного суспільства базується на усуненні та вирішенні ціннісних протиріч, що виступають джерелом руху та

еволюції. Зокрема, за принципом історизму, Всесвіт є результатом всепроникаючого еволюційного процесу, який включає в себе еволюцію як до так і після появи живих організмів, а також соціальну еволюцію. Цей принцип вимагає аналізу ціннісної системи в контексті її динаміки. Шляхом вивчення генезису аксіосфери інформаційного суспільства можна отримати чіткіше розуміння її сучасного стану. Розкриття основних тенденцій у розвитку ціннісного світу дає можливість прогнозувати його подальший розвиток.

У дослідженні також розглядається можливість альтернативного розвитку аксіосфери. Наприклад, розглядається варіант її інтеграції у віртуальну реальність, де цінності можна створювати та пропонувати соціальним суб'єктам. Незважаючи на те, що аксіосфера культури інформаційного суспільства піддана процесу модернізації, вона продовжує підтримувати зв'язок із традиційними соціальними інститутами.

Вивчення об'єктів через призму їх розвитку може відбуватися двома способами: історичним і логічним. За історичним підходом проводиться докладний аналіз історії об'єкта з урахуванням різних відхилень та етапів розвитку. Логічний підхід також враховує історію об'єкта, але акцентується на логічних трансформаціях, теоретичному аналізі з урахуванням загальних закономірностей розвитку. Вибір між цими підходами залежить від природи об'єкта та мети дослідження. Проте, вони часто використовуються спільно, доповнюючи один одного в науковій практиці. Історичний підхід потребує логічного аналізу фактів розвитку, а логічний підхід завжди ґрунтується на історичних даних. У даному дослідженні аксіосфера культури інформаційного суспільства розглядається з урахуванням обох підходів, що дозволяє отримати збалансоване та узагальнене уявлення про історичний розвиток ціннісного світу.

Одним з визначальних принципів наукового пошуку є детермінізм. Філософський детермінізм базується на уявленні про причинну обумовленість усіх об'єктивних явищ. Згідно з ним, перетворення аксіосфери культури

інформаційного суспільства не є випадковими, але мають свою причину. Цей принцип впливає з визнання загальної причинної залежності та напрямленості явищ природи і суспільства та вимагає пошуку причин навіть у складних ситуаціях. В контексті аксіологічних досліджень, принцип детермінізму спрямовує на пошук глибинних причин ціннісних явищ, враховуючи не лише технологічний аспект, але й психологічні, вольові та свідомісні аспекти соціальних суб'єктів.

Використання компаративного аналізу у вивченні аксіосфери інформаційної культури допомагає сформулювати уявлення про природу цінностей, які передували цінностям інформаційного суспільства. Цей метод дозволяє встановити особливості етично-моральних засад, порівнявши та проаналізувавши основні тенденції модерністських та постмодерністських інтелектуальних традицій. Крім того, компаративний аналіз сприяє не лише виявленню зв'язків між окремими аксіологічними явищами, але й глибшому розумінню ідейного змісту комунікаційних процесів.

Контент-аналіз блогів та комунікативних мереж у віртуальній реальності стає дієвим інструментом для вивчення комунікаційних стратегій та оцінки їхньої ефективності. Цей метод також дозволяє розкрити соціально-психологічні особливості авторів повідомлень, виявити соціально-психологічні явища, що мають місце у кіберреальності, і розглянути специфіку віртуальної комунікації. Контент-аналіз дозволяє вивчити форми організації інформації у повідомленнях, виявити аксіологічні аспекти впливу віртуальної комунікації на соціального суб'єкта, а також виявити особливості мікро- та макрогруп.

У дипломній роботі пропонується вивчити аксіосферу культури інформаційного суспільства з точки зору її походження, структури та визначеності. По-перше, увага зосереджується на ряді аспектів, таких як архітектоніка аксіосфери та її технологічний базис. По-друге, етично-моральні основи інформаційного суспільства ґрунтуються на постмодерній інтелектуальній традиції, в якій людина обирає свій шлях та цінності

відповідно до свого світогляду та потреб. По-третє, конструювання аксіосфери культури інформаційного суспільства здійснюється за допомогою наративної ідентичності, де ключове значення має дискурс, який структурує інформаційну культуру та забезпечує циркуляцію цінностей через комунікаційні канали. По-четверте, проводиться концептуалізація релігійних, етнічних та національних цінностей, які консоліднуються у відповідні мікроаксіосфери інформаційної культури.

Аксіосферу інформаційної культури нами визначено як сферу цінностей та норм, ціннісних орієнтацій та установок, що забезпечують самозбереження і розвиток соціального суб'єкта у віртуальному просторі соціальних мереж. Це духовне утворення, що охоплює ціннісні орієнтації, які керують життям і розвитком індивіда у цьому суспільстві. Аксіосфера є не тільки важливою частиною загальнолюдської культури, але й відображенням ціннісного ставлення індивіда до світу та навпаки. Вона включає в себе цінності, суб'єктивну реальність ціннісної свідомості та результати творчої діяльності, що сприяють формуванню нових цінностей. У контексті інформаційного суспільства цінність є мірою соціокультурної реальності, що визначає ціннісне ставлення індивіда, його соціальну роль, поведінку та рівень свободи діяльності. Гуманістична інтенція цінностей активізується в контексті комунікації, включаючи віртуальну.

Архітектоніка аксіосфери інформаційної культури визначається організацією, взаємозв'язком та співвідношенням її елементів. Ця архітектоніка виражається у фрагментарному плюралізмі, який набуває цілісності через взаємодію соціальних суб'єктів у цьому просторі.

Таким чином, дослідження аксіосфери культури інформаційного суспільства базується на цілому ряді принципів, що надають йому системності та актуальності. Методологічна основа дослідження включає цілеспрямованість, системність, актуальність, своєчасність, активність, ініціативність, повноту, альтернативність думок, гнучкість та обґрунтованість.

Один з ключових інструментів, який використовується у цьому дослідженні, - системний аналіз. Він дозволяє побудувати модель аксіосфери інформаційної культури, а також вивчити особливості та динаміку аксіологічних процесів у сучасному суспільстві. З погляду синергетики, аксіосфера інформаційного суспільства вважається відкритою системою. Застосування діалектичного методу дозволяє вивчити аксіосферу культури інформаційного суспільства у контексті її взаємозв'язку з іншими об'єктами та явищами, тоді як компаративний метод допомагає розкрити зв'язки між окремими аксіологічними явищами і глибше розуміти ідейний зміст комунікаційних процесів. Контент-аналіз блогів та комунікативних мереж кіберреальності є ще одним корисним інструментом, який дозволяє вивчати комунікаційні стратегії та ефективність спілкування в цьому контексті.

Висновки до розділу 1

Розглянувши різноманітні філософські концепції, що використовуються для аналізу аксіосфери культури інформаційного суспільства, можна визначити суттєву складність аксіологічної проблематики. Від кантіанського раціоналізму до феноменологічного аналізу Гуссерля та ірраціоналізму Гартмана, від соціологічних підходів Дюркгейма та Вебера до релігійно-теологічних концепцій Марселя, Марітена та Лоського — ці різні школи думки відображають багатогранність та багатоаспектність дослідження ціннісного світу людини. Кожен із цих підходів доповнює один одного, створюючи багатогранну картину ціннісного світу та його впливу на суспільні процеси. Також вони сприяють розширенню розуміння ціннісного світу та спонукають до дослідження його різноманітних аспектів в інформаційному суспільстві.

Особливу увагу варто звернути на стриманість та об'єктивність українських дослідників, які досліджують цю тему. Це важливо для збереження різноманітності поглядів і забезпечення об'єктивності дослідження. Але

динамічний характер аксіосфери вимагає постійного оновлення та реформування підходів до її аналізу та розуміння, щоб враховувати нові тенденції та розвиток інформаційної цивілізації.

Використання принципів системності, актуальності та повноти у дослідженні цінностей інформаційної культури дозволяє побудувати комплексний підхід та забезпечити обґрунтованість результатів. Застосування різних методів дослідження, включаючи філософські та соціологічні, допомагає отримати більш повне та глибоке розуміння аксіосфери культури інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 2. АРХІТЕКТОНІКА АКСІОЛОГІЧНОГО ЗМІСТУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

2.1. Специфіка моральних основ інформаційного суспільства

Елементами структури аксіосфери в інформаційному суспільстві є відповідні моральні принципи, що базуються на певній інтелектуальній спадщині, нарративній ідентичності і дискурсі. Під інтелектуальною спадщиною розуміється постмодернізм, головною ідеєю якого є метанаратив, який виступає ключовим механізмом формування цінностей інформаційного суспільства, що ґрунтуються на образах і світоглядних уявленнях соціального суб'єкта. Крім того, нарративна ідентичність відіграє роль соціального індикатора ціннісних змін. Вона є механізмом інкорпорації аксіологічної конвенції постмодернізму в структури соціальної реальності. Окрім моральних складових аксіосфери інформаційного суспільства, виділено віртуальні соціальні мережі як простір втілення цінностей інформаційної культури.

Для аналізу першого структурного елемента інформаційної культури ми звертаємось до етичної доктрини, що базується на принципі «*summum bonum*» (найвищого блага).

У звичайній ієрархії цінностей всі цінності визначаються верховною цінністю, яка представляє собою найвище благо. Ця модель ціннісної ієрархії виникає з платонізму, де форма блага перебуває поза реальністю, тобто є трансцендентною. Благо виступає як джерело реальності інших форм та їх копій у видимій сфері дійсності. Така модель є основою для подальших інтерпретацій ієрархії цінностей, зокрема теорій найвищого блага (*summum bonum*). Нижчі цінності отримують свої значення від *summum bonum* так само, як копії, що відтворюють певну реальність відповідно до форми блага. Августин використовував цю модель для підтвердження ідеї, що всі цінності походять від Бога, якого він ідентифікував з найвищим благом. Модель *summum bonum* суттєво вплинула на історію західноєвропейської етики, де усі

цінності повинні бути узгоджені з верховною цінністю, а їх атрибути зумовлені найвищим благом.

Навіть при відкиданні першого принципу форми блага, інші метафізичні парадигми все ще ґрунтуються на ієрархічній моделі цінностей. Ідея ієрархії блага від Платона переходить до ієрархії буття в Арістотеля, а потім в концепцію Бога в середньовічній філософії, де Бог вважається найвищим створінням і джерелом життя для інших створінь на землі. Від середньовічного теоцентризму відрізняється антропоцентризм епохи Відродження, який вважав людину центральним елементом ієрархії цінностей. Цей підхід досяг апогею у формі атеїстичного гуманізму. Перехід від середньовічної теології до антропоцентризму епохи Відродження поклато початок суб'єктивізації цінностей.

Етична доктрина, яка відповідає принципу «*summum bonum*», визначає, що у всіх сферах життя – релігійній, економічній, політичній та ментальній – існує одне найвище благо. Наприклад, у християнській традиції ієрархічні погляди на цінності, які виникають з волі Бога, відображають протиріччя, яке Арістотель бачив у понятті істинної цінності. Відповідно до цієї доктрини, цінність життя людини залежить від Божої волі, а не від неї самої. Людина, як Боже створіння, не має абсолютної цінності, бо вона отримує її від Бога. Таким чином, цінність людини зумовлена ззовні і не може бути внутрішньою, навіть з урахуванням безмежності її душі в християнстві.

У сучасній філософії суб'єкт розглядається як головне джерело цінностей. Суб'єктна етика в основному зводить усе до егоїзму, де найважливішими є власні почуття, емоції, бажання, інтереси та задоволення потреб. Цінність у цьому контексті орієнтована на суб'єкта: її визначає «для мене», а для самого суб'єкта ця цінність є найвищою. Однак утилітаристи зазначають, що суб'єктивіські теорії цінностей не можуть ґрунтуватися на принципах через те, що останні є універсальними та нормативними, тоді як задоволення та бажання є випадковими й залежними. З цієї точки зору сучасна

філософія стверджує, що суб'єкт не може самостійно встановлювати моральні норми, оскільки обов'язок ґрунтується на зовнішніх, а не внутрішніх факторах. Духовні цінності стають складною категорією для сучасної філософії, а їх вирішення ускладнюється, зокрема, через тривіальний редукціонізм моральних норм [60, с. 118-138].

Різновидом «*summum bonum*» можна вважати концепт DCM (Divine Command Morality, божественної моралі). Релігійний аспект цього концепту надзвичайно важливий. У його основу покладено поняття божественного суверенітету та божественної свободи: Бог є всемогутнім правителем Всесвіту, і ніхто не в праві диктувати Йому свою волю, Він чинить так, як вважає за потрібне. Проте внаслідок численних дискусій релігійного та філософського характеру було виявлено проблемне поле концепту. З одного боку, воно пов'язане з природою діяння Бога, з іншого – з аксіологічними засадами цього діяння, його доброчинністю та моральністю.

Релігійна криза, що почалася ще в пізньому модерні, особливо гостро відчувалася на стику модерну та постмодерну. Припущення про те, що Бог трансцендентний, а його воля – верховна та безмежна, спонукало деяких сучасних філософів переосмислити та трансформувати концепт DCM. Вони шукали способи обмежити свободу Бога, заявляючи про те, що є дещо, закладене в Його природу та здатне запобігти деяким Його діям, адже Бог добродішесний і не карає невинних людей.

Така позиція відхиляє концепт DCM, який стверджує, що Бог диктує добро та зло, що, в свою чергу, мотивує Його дії. Якщо добро та зло визначаються божественною волею, як передбачено DCM, то це не допомагає вирішити аксіологічні проблеми, оскільки можливі божественні дії, що суперечать моралі. У цьому випадку DCM не відповідає характеристикам Бога як джерелу істинного добра та благодійності. Як результат, виникає потреба у помірній версії DCM, яка оперує однією групою моральних концепцій, чи то аксіологічними, чи деонтологічними.

Ап'юрі DCM стосувалась усіх моральних концепцій, оскільки базувалась на релігійній інтуїції, яка розглядала все як залежне від Бога. Сучасна релігійна філософія пропонує обмежити DCM лише деонтологічними концепціями та розглядати моральну позицію як імператив, а не оцінку, яка виражає схвалення або осуд, тобто правильність чи неправильність вчинку залежить від Бога, але його характер хороший чи поганий вже не залежить від Нього. У цьому контексті очевидним є конфлікт між моністичною та плюралістичною доктринами.

Багато філософів висловили думку, що моральні цінності різноманітні й не можуть бути зведені до однієї конкретної категорії. Наприклад, права можуть бути пояснені утилітарними міркуваннями, а ідеали самореалізації - певним видом обов'язку. Для уникнення подальших дискусій пропонується розглядати деонтологічні та аксіологічні концепції як різні за джерелами походження. Сучасна версія DCM передбачає, що, по-перше, Бог добродіє і діє в інтересах своїх створінь та світу, а по-друге, застосовується лише до деонтологічних концепцій.

Більшість сучасних філософів прийняли цю версію, хоча й внесли свої корективи, замінивши добродієного Бога на Його любов. Згідно з DCM, ідея про Бога як Того, що любить, є важливою, оскільки любов є природною рисою. Замість визначення закону чи обов'язку, любов до своїх створінь впливає з природи Бога, вона не визначається зовнішніми факторами, але є внутрішньою. Крім того, філософи не заперечують, що Бог є добродієним, але цю добродієність описують через поняття любові. Також вони визнають, що деякі аксіологічні концепції можуть існувати незалежно від волі Бога. Основна ідея такого розуміння DCM полягає в тому, що любов не обмежена моральними нормами, хоча вона все ж є частиною моралі [69, с. 47-50].

На думку вчених, у премодерній та ранній модерній філософії моральна теорія переважно базувалася на теїзмі. Незважаючи на те, що різні філософські школи різним чином сприймали деякі аспекти моральної теорії, більшість

вчених погоджувалися з ідеєю, що мораль отримує своє санкціонування від божественної сили, а моральні принципи вважалися складовою частиною всесвітнього порядку. У рамках теїстичної парадигми не виникало питань, які є характерними для сучасної філософської рефлексії, таких як: наскільки моральні твердження є істинними, чи мають вони значення для когнітивної діяльності людини, чи можуть філософи забезпечити належну мотивацію для добродісного життя та ін. [69].

Багато філософів та теологів вважають, що відмова від морального реалізму зумовлена кризою сучасної етики. Дж. Макі розглядав цю відмову як наслідок складнощів у сприйнятті об'єктивності цінностей, вважаючи, що ці складнощі свідчать про їхнє небуття. Також, виникла проблема внаслідок так званого «аргументу від незвичності», який мав метафізичні та епістемологічні виміри. Макі визнавав, що метафізична частина аргументу ґрунтувалася на можливій атеїстичній доктрині, і він взагалі сумнівався в обґрунтуванні теологічної доктрини. Щодо епістемологічної складової, Макі вважав, що все, що ми знаємо про світ, крім досвіду, отриманого через самоаналіз, походить від нашого чуттєвого сприйняття. Це призвело до того, що ідея моральних принципів як таких, які ми знаємо завдяки надзвичайному дару, розглядалася філософом як окрема гіпотеза, яку він відкидав. В його запереченні морального реалізму лежали три основні проблеми: де існують цінності у світі без Бога, як ми сприймаємо ці цінності та як вони впливають на нас [58].

Проблема моральної мотивації пов'язана з поняттям «святої реальності», яка представляє собою іманентне благо. В традиційних культурах абсолютну мотивацію морального життя забезпечувала саме ця «свята реальність», яка створювала обов'язок і вимагала виконання імперативних моральних норм. Однак етика епохи модерну відірвалася від цієї «святої реальності», а етичні інтенції філософії стали обмеженими, що призвело до того, що ні етика, ні філософія не можуть належним чином мотивувати моральне життя. В такому

контексті деякі філософи вважають атеїзм центральним елементом свого аргументу.

Суперечності моральної теорії, на думку багатьох філософів та теологів, спробував вирішити відомий математик, логік і філософ А. Уайтхед. Він сформулював онтологічний принцип, в якому заявив, що все повинно десь існувати; цей «деякий» стан існування вказує на те, що потенціал Всесвіту повинен бути реалізований. Поняття буття відображає те, як абстрактні об'єкти можуть бути частинами апріорної природи Бога. Абстрактні об'єкти можуть бути активними, незважаючи на їх ідеальне існування, оскільки апріорна природа Бога є засобом реалізації всіх ідеалів у відповідний період. Нормативні цінності відносяться до сфери абстрактних об'єктів суб'єктивних категорій. Згідно з Уайтхедом, Всесвіт містить джерело ідеалів, а його ефективний аспект - іманентне божество.

Щоб охарактеризувати моральний досвід, філософи повинні формувати свої ідеї в межах теїстичної парадигми, проте це не передбачає повернення до традиційного теїзму з його жорсткими обмеженнями та ієрархією. Крім того, Уайтхед запропонував доктрину нечуттєвого сприйняття, яка стверджує, що ми можемо усвідомлювати та пізнавати божественну реальність безпосередньо. На відміну від деяких інших філософів, які вважали, що моральні норми вимагають спеціальних моральних почуттів чи інтуїції, Уайтхед стверджував, що ми можемо усвідомлювати ці норми через спільний досвід з іншими створіннями, яким ми довіряємо, та за допомогою сприйняття зовнішнього світу, причинно-наслідкових зв'язків, а також минулого та теперішнього, не потребуючи для цього спеціальних моральних почуттів чи інтуїції. Уайтхед вважав, що необхідно відновити гуманістичну платформу ідеалів, які ґрунтуються на повазі до людини, культивувати та пропагувати цю повагу, активно апелюючи до милосердя та співчуття. За його думкою, моральна мотивація ефективна в межах релігійної парадигми. Він зміг знайти баланс між

раннім модерністським теїзмом та пізнім модерністським атеїзмом, запропонувавши оригінальну концепцію божества [51, с. 139-166].

Рашкофф відзначає, що розвиток технологій призводить не лише до трансформацій у соціальних структурах, а й до певних «ментальних» і «моральних» змін. Глобальна культурна динаміка та взаємозв'язок між суб'єктами комунікації нагадує про необхідність турботи про тих, хто знаходиться далеко від нас. Деякі філософи вважають, що ця турбота має стати центральним елементом нової моралі.

Традиційною основою моралі вважаються релігія та філософія, адже моральний кодекс особистості відповідає системі поглядів та переконань відповідної культури. Однак втрата віри часто супроводжується глибокою моральною кризою. Поява сучасних етичних концепцій було зумовлено прийняттям Загальної декларації прав людини та культурними соціальними рухами, що сприяли ідеї рівності всіх людей. Крім того, духовність втратила свій зв'язок з етикою та мораллю, а релігія втратила свою позицію єдиної детермінанти моральних норм [71, с. 128-130].

Постмодернізм, вважаючи себе викликом для інтелектуальних ідеалів епохи Просвітництва та модернізму, руйнує уявлення про об'єктивність, універсальність та трансцендентність, які лежали в основі проектів цих епох. Його основне завдання – не обґрунтування, а критика. Л. Кехун виокремив п'ять ключових тем постмодернізму, включаючи критику присутності, першопричини, єдності, трансцендентності та проблему інобуття.

Оз Гуїнесс вважає, що якщо модернізм був символом впевненості людини, то постмодернізм відображає відчай та стриманість, адже він відкидає ідею єдиної істини чи привілеєваної цивілізації. Замість цього, існує різноманіття культур, вірувань, норм та стилів, які змагаються між собою. Постмодернізм також відкидає великий наратив людського прогресу, наголошуючи на різноманітності історій та культур. Відсутність реальності та об'єктивності універсального, незалежного знання веде до складної

термінології, а критика об'єктивності подається як гіперрелятивізм. Постмодернізм приймає все, що відбувається навколо як «тренд дня», де істина та сила переконання просто химери, створюючи атмосферу комфортного самообману [61, с. 43-45].

Постмодернізм представляє різноманітні філософські концепції та теорії моралі, які підкреслюють індивідуальний вибір людини у визначенні її моральних принципів та цінностей, що відображають її світогляд і задовольняють особисті потреби. Постмодернізм можна уявити як «моральне свавілля»: якщо один аргумент не відповідає, людина відкидає його на користь лише того, що відповідає їй, часто меркантильним, інтересам. Відзначається протистоянням телеологічного та деонтологічного підходів до етики. За телеологічним підходом, мета виправдовує засоби, тоді як за деонтологічним - процес визначає характер вчинку. У телеологічних теоріях цінність вчинку визначається його результатом або очікуваними наслідками. Якщо результат приносить користь суб'єкту, такий вчинок вважається виправданим, незалежно від аксіологічних відхилень, можливих порушень моральних норм та принципів. У деонтології, навпаки, акцентується на процесі прийняття рішення, а не на результаті. Вчинок вважається правильним або неправильним, етичним або неетичним незалежно від переваг, які він може потенційно принести.

У культурі постмодернізму ставлення та цінності суспільства визначають, що є правильним чи неправильним. У зв'язку з цим його етика базується на утилітаризмі, що передбачає радикальну зміну сутності категорій «хороший» та «поганий» у певному соціальному контексті, оскільки з погляду постмодернізму моральних абсолютів не існує. У цьому полягає парадокс постмодернізму, його еклектичність та імпліцитний дуалізм. Сучасні філософи розглядають цей парадокс через призму епістемологічного релятивізму та антифундаменталізму. Проблема полягає в тому, що традиції морального релятивізму можуть відрізнитися як на інтракультурному, так і на

міжкультурному рівнях, ускладнюючи встановлення єдиних етичних стандартів.

У контексті розгляду метанаративу постмодернізму розглянемо поняття морального ресурсу. Р. Медсен ввів термін «моральні ресурси» у своїй роботі «Morality and Power in a Chinese Village» [59]. Це поняття описує різноманітні культурні аспекти, такі як релігійні вірування та специфічні практики, що виникають історично та утворюють єдину систему переконань, на основі якої люди приймають життєво важливі рішення. Поняття моральних ресурсів є одним з основних складників у формуванні моральної культури суспільства.

По-перше, моральні переконання повинні мати підґрунтя. У сучасних суспільствах моральні ресурси можуть мати різні форми, як-от авторитетні думки мислителів, знання, наукові теорії, віртуальні комунікації тощо. Наприклад, рух захисників прав тварин посиляється на наукові та філософські праці, які стверджують, що деякі види тварин мають розумові здібності, тому їх слід захищати правовими нормами та моральними принципами.

По-друге, моральні ресурси можуть об'єднуватися в моральний тезаурус для формування нових моральних норм.

По-третє, складовими морального ресурсу можуть бути різноманітні елементи, такі як традиційні святині, визнані твори літератури, історичні особистості, наукові відкриття тощо, і ці елементи можуть бути різною мірою важливими для різних груп осіб.

Моральний тезаурус є не лише системою конкретних моральних аргументів, але й етосом моральної свідомості та життєвим стилем. Він включає в себе символи, знаки, кодові слова та інші моральні ресурси, що визначаються певним соціальним рухом або субкультурою, але можуть також частково проникати у суспільство в цілому. Моральні тезауруси можуть розташовуватися на континуумі між рестриктивними та експансивними формами. Рестриктивні моральні тезауруси, насамперед, визначають певні моральні правила та заборони, які зазвичай обмежуються конкретною сферою

діяльності і не поширюються на інші. З іншого боку, експансивні моральні тезауруси пропагують певну форму моралі, яка може стати стилем життя. Такий моральний тезаурус значно впливає на прийняття більшості життєвих рішень прибічниками цієї моральної парадигми [57, с. 3-4].

Якщо розглядати метанаративи як соціальні конструкти, то вони можуть бути розглянуті як просто моральні концепції, яким надається універсальний статус. Деякі філософи та теологи сприймають метанаративи як імітацію абсолютної істини, через яку людство намагається нав'язати свій власний порядок Всесвіту та історії. Метанаративи, які виступають домінантами, відкидають тих, хто має інші думки або заперечує панівну історію. Це породжує питання про етичність таких метанаративів, їхню цінність та вплив на суспільний прогрес.

Отже, етичні та моральні основи сучасного інформаційного суспільства базуються на принципах постмодерністського утилітаризму та гіперрелятивізму. Людина, як суспільний суб'єкт, має тенденцію оточувати себе об'єктами та іншими людьми, які можуть найефективніше використовуватися для досягнення своїх цілей з мінімальними витратами ресурсів. Утилітаристський погляд на життя заперечує високі матерії та наміри, зменшуючи роль духовних інтересів соціального суб'єкта. Однак, у інформаційному суспільстві егоїстичний розрахунок слугує способом адаптації до мінливого інформаційного середовища. Утилітаризм загострює у соціального суб'єкта інстинкт самозбереження. Одночасно утилітаристський підхід призводить до дезінтеграції та конфронтації усередині суспільства, у якому відбувається постійна боротьба за кращі ресурси. У зв'язку з цим виникає потреба у новій гуманістичній інтерпретації утилітаризму. Що ж стосується гіперрелятивізму, то він підтримує головну ідею утилітаризму, однак має свої специфічні характеристики. Гіперрелятивізм не визнає можливості існування правди поза сферою людського досвіду, а соціальний суб'єкт конструює реальність на підставі відносних поглядів.

2.2. Гетерогенність аксіосфери інформаційної культури і проблема ідентичності

У структурі аксіосфери інформаційної культури вирізняється особливе культурне аксіополе, де консенсуальні цінності сприяють результативному культурному діалогу та подоланню культурних суперечностей. Це аксіополе є релятивним і синтетичним медіатором між мікросферами аксіосфери. Космополітизація та транскультуризація забезпечують перетин і взаємопроникнення релігійних, етнічних та національних цінностей, що зміцнюють соціальні контексти й збагачують смисли, що поширюються через комунікаційні канали. Під час відбору та узагальнення цінностей соціальні суб'єкти перетворюють їх у консенсуальні культурні цінності. Аксіополе є відкритим середовищем, де головною цінністю є різноманіття думок, ідей, поглядів, толерантність та взаємоприйняття, що дозволяє суб'єктам почуватися захищеними. Універсальне консенсуальне аксіополе активується за допомогою культурної ідентичності, яка виступає його посередником.

Цінності культури інформаційного суспільства постійно піддаються впливу різних інтелектуальних традицій, таких як мультикультуралізм, космополітизм і транскультуралізм. У цьому контексті важливим чинником є культурний плюралізм, який можна розглядати як результат впливу різних форм імперативних інститутів, таких як освіта, релігія, економіка і т. д. Якщо ці інститути охоплюють соціальні та культурні аспекти, то культурно диференційовані блоки можуть виявити відмінності з погляду їх інтрасоціальної організації. З цього приводу, соціальний плюралізм може відповідати культурному, але межі культурно диференційованих одиниць і структурно диференційованих одиниць можуть не повністю збігатися.

Медіативна роль культурної ідентичності визначається транскультуралізмом і культурною гібридизацією. Транскультурація

відноситься до процесу, під час якого культурні форми переміщуються у часі та просторі, взаємодіючи з іншими культурними формами, впливаючи одна на одну, і створюючи нові форми, що змінюють культурне середовище. Ці синтези часто є результатом фізичного переміщення людей з однієї географічної локації до іншої. Проте, транскультурація - це не тільки наслідок своєрідного «переселення народів». Багато культурних кросингів зумовлені медіа- та культурною індустрією. Сучасні технології перетворюють основні параметри «культурної» відстані - часу та простору. ІКТ дозволяють не лише інноваційним чином використовувати культурний час, але й забезпечують циркуляцію інформації з однієї частини світу в іншу, сприяючи появі нових культурних синтезів. Мікс класичного та сучасного в наш час є одним з найпопулярніших трендів. Транскультурація породжує культурні гібриди - злиття культурних форм [38].

У гібридному просторі індивіди переживають культурний мікс, оскільки сучасний інформаційно-комунікативний простір насичений елементами різних культур, що надає майже безмежні можливості впливу на життя кожної людини та її світогляд. Електронний простір, з його різноманітним інформаційним наповненням, складніший у порівнянні з іншими культурними просторами, такими як міфологічний чи релігійний. Він формується в умовах мережевої культури як результат взаємодії багатьох людей, при цьому медіа-середовище майже «поглинає» людину.

У результаті цього впливу змінюється поведінка та діяльність людини як у межах інформаційно-комунікаційного простору, так і в соціокультурному середовищі. Глобалізація перетворює ідентичність в смислову основу існування особистості, а сприйняття навколишнього світу визначається інформаційними просторами ЗМІ, комп'ютерними мережами та іншими засобами комунікації. Оволодіння людиною інформаційно-комунікативними середовищами призводить до змін у структурах свідомості, сприйнятті реальності та поведінці,

а також переосмисленню етичних норм. Це може призвести до психологічних деструкцій та трансформації життєвого світу людини.

Зміна норм поведінки і життєвих правил, цінностей та ідеалів призводить до формування нового типу ідентичності, який німецький дослідник М. Фасслер називає «електронною». Цей тип ідентичності виникає в нових умовах комунікації і визначає ставлення до інших членів суспільства. Для деяких людей, що беруть участь у мережевій комунікації, це стає основою для формування нових відносин та особливого типу особистості. Ідентичність цих осіб «конструюється» виключно в процесі мережевої взаємодії.

У глобалізованому світі ідентичність стає мобільною і відкритою. Хоча межі сучасного суспільства залишаються за територіальними, культурними та національними ознаками, його функціонування суттєво залежить від кількості комунікаційних мереж. Національна культура, яка спирається на власну систему цінностей, у сучасному світі постійно сплітається з інформатизацією та комп'ютеризацією, що призводить до зміни її характеру та ставлення до неї [50].

У Всезагальній декларації ЮНЕСКО про культурну різноманітність, прийнятій у Парижі в 2001 році, відзначається суперечлива природа глобалізаційного процесу, який визначається швидким розвитком нових інформаційних та комунікаційних технологій.

Ці нові технології, які використовуються у всіх сферах суспільства та людського життя, напряду впливають на розвиток та формування сучасного типу особистості. Інформаційні простори формуються за допомогою засобів масової інформації, електронних та комп'ютерних мереж, створюючи безліч каналів поширення цінностей та смислів. Це невідомо впливає на формування ідентичності та збереження її цілісності й стабільності в нових умовах. Оскільки інтенсивний розвиток науки та техніки автоматично не означає розвиток духовності людини та утвердження її моральних ідеалів, існує реальна загроза індивідуальності особистості. Тому сучасні філософи часто

наголошують на необхідності збереження цінності кожної людини в умовах глобальної інформатизації та комп'ютеризації, оскільки «в людини є те, що залишається не займаним технікою» [48, с. 125].

У соціальному бутті духовність та техніка знаходяться на протилежних полюсах. Комп'ютерні мережі створюють величезну павутину, у якій формуються «квасісвіти» - додаткові соціальні простори, які не є традиційними культурними світами, але складають віртуальну реальність. Процес формування ідентичності, пов'язаний із самовизначенням людини, призводить до внутрішніх конфліктів між віртуальним світом, інформаційно-комунікативним середовищем та особистістю. Будь-який індивід, який взаємодіє з комп'ютером, змушений підкорятися логіці мікросхем, що може призвести до віри в «інтелект» комп'ютера. У процесі такого спілкування люди розвивають риси, що відповідають технічним характеристикам «штучного розуму», а це може призвести до втрати особистісних якостей, які складають основу індивідуальності. М. Фасслер висловлює тривогу стосовно кризи ідентичності в умовах самовизначення особистості. Він зазначає, що індивідуальні відносини користувачів зіткнуться з потенціалом глобальних комунікацій, що впливає на сприйняття того, що ні людина, ні соціальна чи індивідуальна ідентичності не є статичними [50, с. 97]. У сучасному інформаційному суспільстві проблема самовизначення людини не спрощується, а ідентичність виступає як конструкт, що постійно змінюється, адаптуючись до умов нового інформаційно-комп'ютерного простору.

Так, інформаційне середовище, включаючи аксіосферу, є досить різноманітним і неоднорідним. В Інтернеті реалізуються різні форми людської поведінки, які включають пізнавальну, ігрову і комунікаційну діяльність. Це означає, що в мережі люди здійснюють не лише пошук, опрацювання та передачу інформації, а й займаються іншими видами активності. Інтернет в сучасному світі став надзвичайно важливим чинником індивідуального і суспільного розвитку. Це зробило «кіберпростір» привабливим для багатьох

людей, включаючи тих, хто раніше не використовував комп'ютер у своєму повсякденному або професійному житті.

У порівнянні зі звичайною реальністю, спілкування в Інтернеті характеризується більшою соціальною невизначеністю через свою динаміку, безмежність та різноманіття можливостей комунікації. Це означає, що «віртуальне життя» людини в Інтернеті створює нові умови для самовизначення та пошуку ідентичності, оскільки воно не має тих самих рамок, що і реальний соціальний світ.

Розвиток глобалізації супроводжується формуванням нового типу особистості, чия цілісність визначається в процесі мережевої комунікації. Віртуальна особистість може виступати як реалізація «ідеального Я», що відповідає певним нормативним взірцям. Однак, також може існувати «погана» віртуальна особистість, яка формується з метою реалізації агресивних тенденцій, що не можуть бути виявлені в реальному житті через соціальну неприйнятність.

Крім того, культурні трансформації спричиняють переходи в суспільних вимогах і формах спілкування. Засоби масової інформації, які почали впливати на відносини людини і світу задовго до сучасних комунікаційних трансформацій, нині змінюють не лише поведінку людини, але і переносять знання на новий рівень. У постіндустріальному суспільстві засоби масової комунікації відіграють ключову роль у перетворенні способів сприйняття та обробки інформації.

У сучасних публікаціях часто висловлюється занепокоєння щодо проблеми самовизначення людини в новому інформаційно-комунікаційному середовищі. Процес адаптації до глобального комунікативного простору може спричинити кризу національної ідентичності, втрату національної самостійності та кризу національних культур.

У таких умовах багато людей виявляють інтерес до мережевого спілкування, особливо в письмовій формі, через його зручність та переваги, які

неможливо відтворити в усній мові. Однак, головним мотивом використання мережевого спілкування може стати можливість розвитку «мережевої ідентичності». Процес самовизначення в інформаційно-комп'ютерному середовищі може відбуватися не лише через віртуальну реконструкцію власної ідентичності, але й за допомогою осмислення мотиваційних орієнтирів особистості.

Чинник «емоції через рядок» відіграє значну роль у мережевому спілкуванні. Емоції є важливим елементом комунікації між людьми, але в режимі мережевого спілкування вони можуть виявлятися інакше. Ці емоції перебувають в електронному просторі, де вони можуть бути сприйняті іншими учасниками спілкування з різними інтерпретаціями. Кожен індивід створює своє власне емоційне забарвлення на основі власних уявлень. Це може призводити до різниці в сприйнятті та розумінні повідомлень. Як зазначає М. Фасслер, кожна людина розуміє світ по-своєму і відносно себе, і кожна соціальна система розвиває власний механізм «розуміння». Отже, розуміння може бути різним для кожного і відбуватися відносно самого себе, що підкреслює важливість особистого сприйняття світу в контексті комунікації [49, с. 53].

Справді, в інформаційному комунікаційному середовищі може виникати ілюзія розуміння того, що відбувається та сприйняття відчуттів партнера. Це може бути використано для маніпулювання свідомістю користувача за допомогою спеціально створених цілей, які можуть бути задумані державами, великими корпораціями або інформаційною елітою. Проте важливо розуміти, що кожний відправник інформації є в той же час отримувачем, і процес взаємодії є двостороннім.

Сучасне суспільство характеризується плюралізмом інформаційних світів, де різні види діяльності, включаючи віртуальну, взаємопов'язані між собою. Ця взаємодія може викликати зміни в різних сферах життя і суспільства. В такому контексті, пошук ідентичності стає складним процесом, що вимагає

постійної адаптації до нових умов навколишнього середовища. М. Фасслер описує це як «радикальний конструктивізм», який полягає в зміні самосвідомості та пошуку ідентичності в сучасному інформаційному суспільстві [49].

Ідентичність конструюється у процесі соціальних взаємодій та самовизначення в умовах нових форм комунікації. Засоби комунікації дозволяють людям подолати географічні, мовні та інші перешкоди на шляху досягнення своїх цілей, створюючи єдину цілісність, яка об'єднує народи і держави. Такі електронні простори сприяють створенню мереж, які сприяють транскультурній комунікації. У контексті цих змін, питання, пов'язані з національною ідентичністю, стають актуальними. Спілкування може бути безпосереднім або опосередкованим, і вплив посередників комунікації на формування самооцінок, самопрезентацій та сприйняття інших стає все сильнішим. Тому питання про ідентичність в контексті соціальних змін, що виникають внаслідок інформаційної революції, досить актуальні.

Важливо зберігати та розвивати досягнення культури, науки та техніки, які є результатом історичного накопичення досвіду різних поколінь. Досвід людства - це не лише суб'єктивний досвід конкретних індивідів, а й об'єктивний, що базується на суспільних відносинах і культурі.

Розповсюдження цифрових технологій та швидкий розвиток техніки опосередкованої комунікації - з одного боку і активізація суспільних рухів, спрямованих на збереження традиційних форм ідентичності - з іншого, актуалізували проблему збереження національної, етнічної, конфесійної та інших форм ідентичності. Інтернет став основним інструментом формування думок, поглядів та оцінок.

Але деякі західні мислителі вбачають, що нове інформаційне середовище не має етнічних коренів і культурних традицій, тому воно «вимагає» від людини певних форм соціальної поведінки, які сприяють «універсалізації» особистості. Така ситуація призводить до руйнування понять національної

держави і культури, замінюючи їх космополітичними утвореннями. Однак ідентичність сучасної людини є «змішаною» і не може бути однозначною.

Така категоричність у поглядах М. Фасслера може бути спробою відобразити складність і плюралізм ідентичності в сучасному світі, де людина має можливість вибирати та адаптуватися до різноманітних культурних і соціальних контекстів.

Зміна колишніх форм ідентичності, включаючи національну, може призвести до кризи ідентичності, яка проявляється на різних рівнях, як особистісному, так і соціальному. Ця криза може супроводжуватися рядом негативних явищ і тенденцій, таких як втрата зв'язків з соціальним та культурним світом, втрата ідеалів і особистісних сенсів буття.

Криза ідентичності може бути обумовлена конфліктом цінностей або соціальних ролей на сучасному етапі. Кожна соціальна група організується на основі системи уявлень, які повинні бути не хаосом, а упорядкованою системою, що поєднує різні фрагменти і підструктури в єдине ціле. Така система уявлень допомагає забезпечити стабільність і згуртованість соціальної групи. Однак різкі зміни у цій системі можуть порушити її рівновагу, викликаючи кризу ідентичності.

У цьому новому соціальному середовищі, що складається з мереж, люди взаємодіють між собою на нових засадах, де акцент зроблений на взаємодії та самовираженні. Тут формуються нові форми спілкування, такі як віртуальні спільноти, кіберміста, а також виникають нові соціальні ролі, такі як кіберкерівництво та кіберократія. Ці зміни відображають не лише технологічний прогрес, але й зміну самої природи людини [50].

Наслідки цього перетворення можна тільки почати уявляти, оскільки вони з'являються поступово і майже непомітно для нашої свідомості. М. Фасслер описує цей процес як «ринок народів», але він не стверджує, що це означає повну втрату індивідуальності. Відносини між людьми все ще існують в реальному житті, але цифрові медіа задають їм нових форм та можливостей.

Таким чином, створюється нова форма ідентичності, яку М. Фасслер називає «змішаною»[49].

Перехід від традиційних форм ідентичності до її нових форм супроводжується суттєвими змінами у способах взаємодії в сучасному інформаційно-комп'ютерному середовищі. Це стає актуальним завданням через те, що ідентичність людини визначається не лише її зовнішніми обставинами, але й духовними якостями, роллю в суспільстві та збереженням унікальності.

Хоча епоха «інформаційного суспільства» супроводжується протиріччями і критикою через негативні наслідки швидкого розвитку цивілізації, ми не можемо ігнорувати її фундаментальне значення. Це перехід до нового етапу в історії людства, що відкриває шлях до більш високих ступенів розвитку, де інформація виступає ключовим фактором у формуванні ідентичності та спілкуванні.

Сучасна людина знаходиться під постійним тиском загальних правил, які диктуються режимом роботи, субординацією у відносинах, бюрократичними умовами і соціальним середовищем. Інформаційне середовище створює основу для нових взаємин між людьми, які мають свої переваги. Проте сучасне інформаційне суспільство має амбівалентний характер. Індивіди, як члени цього суспільства, підкоряються загальним, уніфікованим правилам, незалежно від їхньої національної та соціальної приналежності. Сьогодні можна спостерігати не лише появу, але й певною мірою домінування індивідів з нестандартними особистісними рисами. Це свідчить про руйнівну трансформацію суспільства, перш за все, руйнування ціннісних орієнтацій та заміну моральних ідеалів на псевдоідеали. Людина, яка інтегрована в інформаційне середовище, платить велику ціну за користування досягненнями технічного прогресу. Виродження традиційного спілкування на основі безпосереднього контакту та перехід до віртуального спілкування є наближеним. Якщо людина взаємодіє переважно через комп'ютерні мережі, вона стає в значно ізольованою від суспільства, що може призвести до

самоізоляції. Таким чином, проблема самовизначення людини в новому комунікативному полі стає закономірною і вимагає глибокого розгляду [70].

Атомізація сучасного суспільства створює ряд викликів і труднощів для формування єдиної суспільної структури. У своєму розвитку особистість проймає етап індивідуалізації, пошуків сенсу життя та культурного самовдосконалення. Цей процес породжує соціальні групи, особливо серед молоді, які прагнуть відокремитися від традиційних стандартів існування, позбутися контролю авторитетів і домагатися визнання. Свобода вибору та створення сприятливих умов для творчої діяльності стають засобами самовираження, самоутвердження та самореалізації особистості.

Питання про «кризу ідентичності» залишається складним. В умовах інформаційного суспільства виникає нове розуміння ідентичності, що дозволяє абстрагуватися від соціокультурних різниць. Це сприйняття пропонує соціальні правила, які прийнятні для всіх. Така адаптація до вимог інформаційного суспільства може бути визначена як нова форма ідентичності. Вона полягає в спрощенні самоідентифікації та індивідуальності. Інформаційні технології нового покоління та міжнародні комунікаційні мережі перетворюють світ у «глобальну сферу», що може порушити культурні традиції. Це призводить до появи нового підходу до національної ідентичності та зміни стратегій соціальної поведінки. Людина виходить за межі свого етнічного, національного та соціального середовища і виявляється в універсальному інформаційному середовищі, де будь-які цінності та ідеології обмежуються лише межами інформаційного простору, не залежно від етнічних, національних чи соціальних бар'єрів. Людина, як сказав колись Ламетрі, - це машина. Сьогодні ми можемо додати - інформаційна.

Разом з тим, формування єдиної «ойкумени» може допомогти подолати реальні перешкоди на шляху формування культурної особистості. Створення електронних архівів в єдиному просторі відкриває доступ до світової культурної спадщини через Інтернет. Це дозволяє оперативно ознайомлюватися

з «віртуальним» потенціалом культурних фондів у сучасному інформаційному просторі. Проте, у загальному сприйнятті різниця між електронною копією та оригіналом стає невеликою порівняно з можливостями та перевагами, які надають нові технології. Важливо підкреслити, що характер інформації такого типу дозволяє говорити про опосередковане ознайомлення з різними культурними цінностями, що виключає прямий чуттєвий, емоційний, образний, інтуїтивний та естетичний фактори сприйняття. Електронна копія не може повністю замінити процес безпосереднього спілкування зі справжнім шедевром.

Таким чином, М. Фасслер визначає ідентичність як диференційований результат, яким визначається різниця між однією людиною й іншою [70]. Виникає питання: як зберегти цю диференційовану здатність в умовах «людина – комп'ютер – інтерактивність». Чи відноситься до неї тільки безпосередня міжособистісна комунікація або ж тут можна говорити і про неособистісні форми спілкування? Дослідників феномена «мережі» цікавить при цьому не тільки технологічний, а «людський» аспект проблеми - які нові можливості впливу, як змінюється сприйняття партнера у взаємодії, за якими нормами і правилам будується подібне спілкування, що відбувається при цьому з особистісними диспозиціями самого комунікатора.

Зміни в інформаційних технологіях викликали непередбачувану динаміку у формуванні ідентичності. Це відображається у зростаючій потребі переосмислення ідентичності, швидкому темпі змін у ній, появі нових глобальних та локальних рис. Специфіка інформаційних засобів формує уявлення про ідентичність, але також може призвести до недооцінки впливу інформаційного середовища на людину.

Стихійний розвиток інформаційного суспільства та формування інформаційної культури відкривають перспективу глобальної соціальної кризи. Індустріальний прогрес збільшує потужність людини, що без належної корекції

інформаційної культури може стати джерелом руйнівної сили. Стихійний інформаційний потік розмиває моральні, культурні та інші рубежі.

Виникає питання щодо оцінки нової форми ідентичності, яка може сприяти духовній деградації та бездуховності. Це становить реальну загрозу для цивілізації та людства в цілому, тому що ця ідентичність залежить від впливу сучасних засобів масової інформації та може змінити спосіб, якими люди сприймають світ.

Позитивні зміни в ідентичності людини, які відбуваються через взаємодію з новими соціальними мережами та віртуальними світами, полягають у появі нових можливостей для креативності та самовираження. Людина стає більш толерантною і відчуває більшу свободу, оскільки віртуальна навігація допомагає їй переосмислити своє місце у суспільстві.

Термін «змішана ідентичність» стає все більш актуальним у сучасному інформаційно-комп'ютерному світі, оскільки класичні форми ідентичності, пов'язані з національними державами, поступово виходять з ужитку. Цей процес може бути розглянутий як еволюція ідентичності, яка відбувається свідомо та поступово, враховуючи сучасні соціальні та технологічні реалії.

Розглядаючи проблему цінностей інформаційної культури в контексті масових комунікацій, можна визначити, що це стає однією з ключових проблем нашого часу. Важливо розуміти, що розвиток суспільства нового типу визначається не лише технологічними аспектами, але й значною мірою «людським» фактором. Під «людським» аспектом розуміється сама особистість, яка активно впливає на тенденції суспільного розвитку.

Умови віртуальної реальності дозволяють людині будувати свою ідентичність, враховуючи власне уявлення про світ. Отже, «людина реальна» виступає на перший план, адаптуючись до віртуального середовища та впливаючи на нього. Варто зауважити, що віртуальна реальність представляє лише фрагмент гри, і людина, взаємодіючи з нею, повинна враховувати кілька можливих варіантів.

У контексті симулякрів, які не мають чітких меж, ні один варіант не може претендувати на абсолютність. Проте за межами цього фрагментарного світу людина знову опиняється у реальних умовах і соціальному середовищі, що формує її «раціо».

Спроби людини експериментувати з власною ідентичністю можуть бути розглянуті як захисна реакція на інтенсивні соціальні зміни. У сучасному світі, де стабільність стає все меншою константою, експериментування з ідентичністю може стати способом адаптації до постійних змін. Це відбувається в умовах великої соціальної нестабільності, коли нові професії з'являються і зникають з такою ж швидкістю, як розпадаються традиційні соціальні структури, а міжособистісні відносини постійно трансформуються. У цих умовах важливо зберегти цілісність і здатність до самореалізації, щоб успішно адаптуватися до соціальних змін.

Такий експеримент з власною ідентичністю може включати спроби нових ролей, знання нових навичок або навіть зміну цінностей і переконань. Це може бути спробою знайти нові способи самовираження або змінити свій спосіб сприйняття світу. Відтак, експериментування з ідентичністю може виявитися важливим механізмом соціалізації в умовах постійної зміни, допомагаючи людині знайти своє місце в сучасному соціокультурному середовищі.

Віртуальне середовище функціонує як механізм, що дозволяє змінювати ідентичність людини, допомагаючи їй зберегти орієнтацію у реальному світі. У віртуальному середовищі, де зникають географічні кордони, людина шукає способи вирішення проблем, що виникають на міжетнічному та міжнаціональному рівні, шляхом уніфікації мови, культури та інших аспектів. Результатом цього процесу є формування «змішаної» ідентичності, що відображає закономірні зміни у сучасному світі. Проте цей процес повинен бути свідомим, оскільки існує ризик втрати почуття реальності та перенесення відчуття «удаваної» свободи у реальність, де вибір може бути обмежений або ситуація - безвихідною. Також важливо усвідомити, що свобода вибору

віртуального середовища може вплинути на спосіб оцінки ситуацій у реальному житті, що може призвести до їх недооцінки або недооцінки ризиків.

Отже, ключовим є свідомий фактор у формуванні ідентичності, оскільки тільки через усвідомлення та адекватну оцінку суспільних змін людина може інтегруватися в сучасне суспільство та зберегти свою цілісність.

М. Фаслер висвітлює дві ключові концепції ідентичності людини в контексті глобалізації та розвитку інформаційно-комп'ютерного середовища: «переделектронну» і «електронну» ідентичності. «Переделектронна» ідентичність відображає сукупність якостей та властивостей, характерних для людини в епоху до комп'ютеризації. Ця ідентичність базується на національній самосвідомості, що постає особливо важливою в умовах комп'ютерних мереж, що стирають кордони між культурами. З одного боку, це сприяє взаємному збагаченню культур, а з іншого – призводить до небезпеки уніфікації національних культур та втрати їх відмінностей.

«Електронна» ідентичність, у свою чергу, виникає під впливом електронних інформаційних технологій і характеризується відсутністю національних та культурних відмінностей. Вона залежить від умов інформаційно-знакового середовища і може спричинити серйозні соціокультурні зміни та формування нових типів культури й принципів взаємодії людей.

Отже, розвиток інформаційних технологій впливає на переформатування ідентичності, що відображається в появі «електронної» ідентичності, яка відрізняється від традиційної «переделектронної» тим, що вона не залежить від національних та культурних відмінностей. У нових умовах інтерактивного середовища в людини виникає потреба у самовизначенні в процесі комунікації. У зв'язку з цим можна виділити наступні джерела ідентичності «комунікація — самоорганізація — самовизначення».

У конструюванні ідентичності важливу роль відіграє загальний культурний контекст існування спільноти, зокрема цінності. Комунікація у

віртуальному соціальному просторі неможлива без «навігатора», людини, що шукає нове, без перетворення її ідентичності. Людина сама може бути творцем свого власного світу, тому що вона не наділена ідентичністю від природи. Завдяки процесам віртуальної комунікації особистість конструює свій життєвий світ, наповнений відповідною аксіосферою. Вона ніби конструює себе під впливом відповідної інформаційної культури, яку сама ж і створила.

В умовах інформаційного суспільства, зокрема у просторі соціальних віртуальних мереж виникає новий тип ідентичності, відомий як «змішана», яка відрізняється від традиційних форм. Ця ідентичність є гнучкою і змінною, вона не має чітких меж і може виявлятися у різних умовах спілкування. Як і будь-яка інша форма ідентичності, «змішана» ідентичність має об'єктивні та суб'єктивні складові. Об'єктивні фактори включають технологічну базу, таку як інформаційні технології, тоді як суб'єктивні фактори включають творчу силу, яка перетворює ці технології в культурні цінності.

Важливо підтримувати міжкультурні зв'язки і зберігати національну ідентичність, оскільки втрата її елементів може підірвати стабільність суспільства. Роль свідомого регулювання суспільних процесів зростає в умовах швидкого розвитку інформаційно-комунікативних технологій. Важливо створювати інформаційні центри в Інтернеті, які б відповідали за розповсюдження якісної і перевіреної інформації. Глибокі соціальні зміни вимагають як елементів самоорганізації, так і організації для формування нових форм ідентичності та самовизначення. При розгляді еволюційних процесів самоорганізації соціальної реальності важливо враховувати роль національної культури як одного з основних умов стійкого розвитку в сучасних соціокультурних умовах.

2.3. Віртуальні мережі як простір реалізації цінностей інформаційної культури

Сучасні соціальні мережі стали необхідною частиною життя людини та суспільства. За останні роки їх вплив на процеси соціалізації, духовний розвиток та формування цінностей значно зріс. Це породило проблему визначення аксіологічного статусу соціальних мереж і їхньої ролі в соціокультурній динаміці країн та світу в цілому.

Описуючи соціальні мережі як простір цінностей, важливо зазначити їхній амбівалентний вплив на суспільну свідомість та формування індивідуальних духовних характеристик. З одного боку, соціальні мережі є платформою для вираження свободи, креативності та творчих здібностей людини. З іншого боку, вони також стають майданчиком для поширення антицінностей, просування ідей екстремістських та терористичних організацій, а також псевдодуховних спільнот.

Незважаючи на недоліки, соціальні мережі, на думку А. Хлебнікової, мають конструктивний потенціал у динаміці інформаційних потоків і безперечно мають аксіологічне значення в сучасному суспільстві. Основна цінність соціальних мереж полягає в тому, що вони не лише забезпечують засоби комунікації, але і стають механізмом для створення комунікативного простору сучасного суспільства.

Цінність полягає у вільній горизонтальній комунікації та самоорганізації мережі. Учасники мережевої спільноти визнають свободу слова, необмежену статусними рамками, і цінують право вільно формувати організаційні структури для ефективної взаємодії та генерації ідей. Тому аксіологічне значення соціальної мережі у сучасному інформаційно-комунікативному суспільстві проявляється як засіб накопичення інформації та реалізації особистого й соціального капіталу [39, с. 283].

Безперечно, соціальні мережі відіграють особливу роль у соціокультурному розвитку, створюючи умови для вільної комунікації, особистісної самореалізації та плідної співпраці для здійснення наукових, творчих та духовних проєктів. Завдяки соціальним мережам людина отримує нові знання та інформацію, що змінюють її світогляд. Регулярне користування соціальними мережами сприяє розвитку навичок роботи з інформаційними потоками, таких як критичне мислення, відбір інформації та створення інформаційних повідомлень.

Як правильно вказує Л. Піддубна, інтенсивне використання інформації змінює характер мислення, свідомість, діяльність, взаємодію та поведінку людей, формуючи їхню інформаційну картину світу. Створення нових смислів як основи соціального конструювання реальності пронизує всі сфери сучасного суспільного життя на всіх рівнях. Новітні інформаційно-комунікаційні технології, зокрема технології зміни свідомості людини (високоінформаційні технології), значно змінюють спосіб життя індивіда, суспільства та культури [31, с. 11].

Інше роз'яснення аксіологічного статусу соціальних мереж подає О. Шапаренко. Згідно з його поглядом, цей статус обумовлений тим, що соціальні мережі є, з одного боку, вимушеним, компенсаційним механізмом, що формується умовами неефективності держави та інших соціальних інститутів. З іншого боку, вони є універсальним соціальним механізмом, що здійснює свої функції в умовах відносної соціальної групової солідарності й доповнює інші соціальні інститути в цій якості. Значення мережевої комунікації полягає також у сприянні дифузії інновацій, що охоплює освітню, науково-інноваційну, політичну та економічну сфери сучасного суспільства [41, с. 64].

Справді, у сучасному світі соціальні мережі стали ефективним засобом забезпечення соціальної солідарності, духовно-ціннісної інтеграції та відтворення соціального капіталу. У них поступово сформувалися різноманітні

дискурсивні практики та норми «поведінки» їх учасників, які визначають спосіб існування певних мережевих спільнот.

Взаємодії у віртуальних мережах значно впливають на спосіб сприйняття та взаємодії людей у реальному світі. Вони створюють нові можливості для комунікації, розвитку та співпраці, а також впливають на формування ідентичності та цінностей особистості. Соціально-культурна інтеграція в соціальних мережах дає змогу розширити особисте життя, зблизити людей з різних частин світу та різних культурних середовищ, а також розкрити нові можливості для самовираження та творчості. Взаємодія з іншими користувачами дозволяє особистості відчувати себе частиною спільноти, знайти підтримку та взаєморозуміння [29, с. 453-454].

Проте, важливо враховувати, що використання соціальних мереж також може вносити певні ризики, зокрема, впливати на формування ідеалів та цінностей особистості. Недостовірна інформація, негативний контент або вплив певних груп можуть призвести до спотворення реальності та втрати моральних принципів.

Таким чином, у сучасному інформаційному середовищі виникає низка викликів для формування духовності та етичних норм у віртуальних спільнотах. Негативний вплив комунікативних засобів та інформаційного середовища може призвести до втрати орієнтирів у житті, а також до появи соціальної апатії й зниження значущості загальнокультурних і загальнолюдських цінностей. Розмитість соціальних орієнтацій і посилення соціального розшарування можуть призвести до подальшого розчленування суспільства та збільшення міжособистісної відстані. Це може впливати на рівень довіри до влади та загальне відчуття стабільності в суспільстві.

Щоб протистояти цим тенденціям, важливо активно просувати поняття «мережевого етикету» та сприяти формуванню позитивного діалогу й взаєморозуміння у віртуальних середовищах. Крім того, розвиток освіти і підвищення медійної грамотності можуть допомогти людям краще розуміти та

критично оцінювати інформацію, що їм подається у мережі. Тільки шляхом виховання свідомих та етичних користувачів ми зможемо зберегти стабільність та духовні цінності у сучасному інформаційному суспільстві.

Відтак, важливо розвивати «аксіологічно-когнітивний імунітет» проти негативного впливу соціальних мереж, що включає усвідомлення власних цінностей, критичне мислення та уміння розрізняти дійсність від маніпуляційного впливу. Тільки таким чином можна зберегти особистісний духовний розвиток і відчувати себе комфортно в цифровому середовищі.

Враховання національних особливостей та культурного контексту є надзвичайно важливим для розуміння впливу соціальних мереж на суспільство. Національні цінності, система освіти та виховання дійсно можуть виступати запобіжниками перед розповсюдженням антицінностей у віртуальному просторі. Розуміння аксіологічного статусу соціальних мереж у конкретній країні відображається у їхній здатності впливати на формування цінностей, ідеалів та поглядів громадян. При цьому розвиток інформаційно-комунікаційної сфери та рівень розвиненості духовної та інформаційної культури громадян відіграють важливу роль у цьому процесі [12, с. 130].

Тому важливо проводити аналіз впливу соціальних мереж на конкретну національну культуру, розробляти стратегії збереження та захисту національних цінностей у віртуальному просторі, а також активно залучати громадян до участі у формуванні позитивних та етичних практик використання соціальних мереж.

Отже, аксіосфера інформаційної культури є складною матрицею цінностей, яка об'єднує історично детерміновані соціальними інститутами цінності та гіперрелятивну сконструйовану ціннісну систему у процесі віртуальної комунікації. Це взаємодія аксіосфер кіберреальності та суспільства, що дозволяє їм взаємодіяти, вбирати одна одну та перетинатися у певних аспектах.

Аксіологічний статус соціальних мереж можна розглядати на різних рівнях - глобальному, цивілізаційно-культурному або національному просторі. Важливо зазначити, що соціальна мережа, як така, є ціннісно-нейтральним феноменом, але її аксіологічний статус та духовна сутність визначається діяльністю її суб'єктів. Це включає процеси створення, популяризації та визнання важливими певних духовно-ціннісних смислів, ідеалів, принципів та пріоритетів. Таким чином, важливо розуміти, що соціальні мережі можуть відображати і сприяти формуванню різних цінностей залежно від активності їх користувачів та культурного контексту, в якому вони функціонують.

Висновки до розділу 2

Враховуючи вищезазначене, можемо констатувати, що етичні та моральні основи сучасного інформаційного суспільства базуються на принципах постмодерністського утилітаризму та гіперрелятивізму. Людина, як суспільний суб'єкт, має тенденцію оточувати себе об'єктами та іншими людьми, які можуть найефективніше використовуватися для досягнення своїх цілей з мінімальними витратами ресурсів. Утилітаристський погляд на життя заперечує високі матерії та наміри, зменшуючи роль духовних інтересів соціального суб'єкта. Однак, у інформаційному суспільстві егоїстичний розрахунок слугує способом адаптації до мінливого інформаційного середовища. Утилітаризм загострює у соціального суб'єкта інстинкт самозбереження. Одночасно утилітаристський підхід призводить до дезінтеграції та конфронтації усередині суспільства, у якому відбувається постійна боротьба за кращі ресурси. У зв'язку з цим виникає потреба у новій гуманістичній інтерпретації утилітаризму. Що ж стосується гіперрелятивізму, то він підтримує головну ідею утилітаризму, однак має свої специфічні характеристики. Гіперрелятивізм не визнає можливості існування правди поза сферою людського досвіду, а соціальний суб'єкт конструює реальність на підставі відносних поглядів.

У конструюванні ідентичності важливу роль відіграє загальний культурний контекст існування спільноти, зокрема цінності. Комунікація у віртуальному соціальному просторі неможлива без «навігатора», людини, що шукає нове, без перетворення її ідентичності. Людина сама може бути творцем свого власного світу, тому що вона не наділена ідентичністю від природи. Завдяки процесам віртуальної комунікації особистість конструює свій життєвий світ, наповнений відповідною аксіосферою. Вона ніби конструює себе під впливом відповідної інформаційної культури, яку сама ж і створила.

В умовах інформаційного суспільства, зокрема у просторі соціальних віртуальних мереж виникає новий тип ідентичності, відомий як «змішана», яка відрізняється від традиційних форм. Ця ідентичність є гнучкою і змінною, вона не має чітких меж і може виявлятися у різних умовах спілкування. Як і будь-яка інша форма ідентичності, «змішана» ідентичність має об'єктивні та суб'єктивні складові. Об'єктивні фактори включають технологічну базу, таку як інформаційні технології, тоді як суб'єктивні фактори включають творчу силу, яка перетворює ці технології в культурні цінності.

Важливо підтримувати міжкультурні зв'язки і зберігати національну ідентичність, оскільки втрата її елементів може підірвати стабільність суспільства. Роль свідомого регулювання суспільних процесів зростає в умовах швидкого розвитку інформаційно-комунікативних технологій. Важливо створювати інформаційні центри в Інтернеті, які б відповідали за розповсюдження якісної і перевіреної інформації. Глибокі соціальні зміни вимагають як елементів самоорганізації, так і організації для формування нових форм ідентичності та самовизначення. При розгляді еволюційних процесів самоорганізації соціальної реальності важливо враховувати роль національної культури як одного з основних умов стійкого розвитку в сучасних соціокультурних умовах.

Таким чином, аксіосфера інформаційної культури є складною матрицею цінностей, яка об'єднує історично детерміновані соціальними інститутами

цінності та гіперрелятивну сконструйовану ціннісну систему у процесі віртуальної комунікації. Це взаємодія аксіосфер кіберреальності та суспільства, що дозволяє їм взаємодіяти, вбирати одна одну та перетинатися у певних аспектах. Аксіологічний статус соціальних мереж можна розглядати на різних рівнях - глобальному, цивілізаційно-культурному або національному просторі. Важливо зазначити, що соціальна мережа, як така, є ціннісно-нейтральним феноменом, але її аксіологічний статус та духовна сутність визначається діяльністю її суб'єктів. Це включає процеси створення, популяризації та визнання важливими певних духовно-ціннісних смислів, ідеалів, принципів та пріоритетів. Важливо розуміти, що соціальні мережі можуть відображати і сприяти формуванню різних цінностей залежно від активності їх користувачів та культурного контексту, в якому вони функціонують.

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ОСОБИСТІТЬ

3.1. Особливості соціалізації індивіда у просторі віртуальної реальності

В сучасному суспільстві людина використовує віртуальний простір як спосіб втечі від реальності, як простір для реалізації своїх мрій і бажань для створення псевдо реальності, симуляції можливих варіантів поведінки. Поняття «віртуальна реальність» було введено у другій половині ХХ ст. Дж. Ланье, відомим дослідником кіберкультури. Однак становлення поняття «віртуальне» має глибокі корені, що сягають античності і походять від латинського «virtus», що спочатку використовувалося для опису моральних чеснот. В епоху Відродження «virtus» розглядалося як активна сила і творчий потенціал. Наприклад, Н. Кузанський вважав, що «virtus» є прихованою енергією, що породжує процес мислення. Це поняття виражало внутрішню силу, потенцію та можливості, які сприяли виникненню, розвитку та існуванню різних явищ і речей. Узагальнюючи ці розуміння, можна констатувати, що поняття «virtus» для того часу означало мужність, енергію, силу, героїчні дії, талант, моральну досконалість та інші важливі якості людини [33, с. 63].

У період від ХІХ до ХХ ст.. поняття «віртуальне» почало використовуватися в різних наукових галузях, протиставляючись «реальному». Але до кінця 70-х років минулого століття обидва ці терміни не вживалися спільно у понятті «віртуальна реальність». Сформувалось нове поняття «штучна реальність», що відображало взаємодію людина-комп'ютер. Поняття «віртуальна реальність» стало актуальним лише з появою комп'ютерів, які здатні створювати стереоскопічні зображення. Отже, термін «віртуальна реальність» найчастіше вживається у контексті комп'ютерних систем, що створюють відчуття присутності у світі комп'ютерних ігор, мереж і систем.

Сьогодні етимологію терміну «віртуальний» переважно відносять до англійського слова «virtual», що означає «можливий», «такий, що може або

повинен з'явитися за певних умов». Так само цей термін використовується, для опису чогось, що має всі характеристики певного предмету, хоча формально не може бути розглянуте як реальна річ. Отже, «віртуальність» розуміється як штучність, псевдореальність.

У рамках кібернетичного підходу, віртуальна реальність розглядається як результат взаємодії інформації між людиною та комп'ютером, що створюється за допомогою складних мультимедійних інструментів. Це формує ілюзію присутності людини у штучному (вигаданому) світі в умовах реального часу. Таким чином, віртуальна реальність розглядається як окремий кібернетичний простір, де за допомогою комп'ютерів та різних технічних засобів створюється відповідна ілюзія реального світу.

У філософії поняття «віртуальна реальність» має два сенси: «традиційний, що походить від «virtus» і асоціюється з можливим, та сучасний, що розуміється як вид пізнання реальності, заснований на концепції симулякрів (зокрема, за Бодрійяром та іншими вченими). Віртуальна реальність визначається як особливий тип взаємодії між різними об'єктами на різних рівнях, а також специфічні відносини між ними - породження та інтерактивність. Об'єкти віртуального рівня породжуються об'єктами нижчого рівня, але вони взаємодіють з реальними об'єктами як онтологічно рівноправні. Сукупність віртуальних об'єктів відносно реальності утворює віртуальну реальність. Також варто зазначити, що віртуальна реальність має свої «закони природи», характеристики часу і простору, які не обмежуються законами реального світу» [4].

Однією з ключових характеристик віртуальної реальності є потужний зворотний зв'язок та інтерактивність. Глядач, слухач або читач стає співтворцем тексту, що відтворюється. Це відображає базові принципи постструктуралізму про рівноправність інтерпретації та оригіналу, так і про «смерть автора» як фігури, необхідної й незмінної у тексті. Перед очима аудиторії відбуваються масові деконструкції культурних ієрархій, а естетичні об'єкти стають

вразливими для втручання та тлумачення. Традиційні просторові й часові межі також зникають: будь-який візуально-звуковий образ, будь-яка інформація переноситься миттєво в будь-яку точку Мережі [13].

Німецький вчений Г. Рейнгольд описує віртуальну реальність як потенційно новий світ, що існує паралельно до реальності. Він розглядає віртуальну реальність як магічне вікно, що відкриває доступ до інших світів, чи то світу молекул, чи то світу наших фантазій [65].

Розвиток нових технологій безконтактної інформаційної взаємодії породив нові види відносин і зв'язків у суспільстві. Ці відносини тепер реалізуються за допомогою «складних мультимедійних засобів, що створюють ілюзію безпосередньої присутності у стереоскопічно представленому «екранному світі». Основним аспектом розуміння віртуальної реальності стає її «метатехнічне джерело». Тепер віртуальність розглядається як феномен нової інформаційної епохи, що виражає дію нових комунікативних зв'язків між людьми. Механізм інтеграції людини в інформаційно-знакове середовище полягає в динамічній симуляції. У філософській літературі поняття «симуляція» вживається для позначення явища тотальної семіотизації буття до того рівня, коли знакова сфера набуває статусу єдиної та самодостатньої реальності» [4, с. 210].

Згідно з поглядами французького філософа Ж. Бодрійяра, у сучасному суспільстві усі товари та соціальні явища мають своє існування в медіа-просторі, при цьому вони позбавлені фіксованої сутності і смислу. Таким чином, він пропонує вживати термін «гіперреальність», що відображає зростаючу кількість бажань і потреб, а також інтегрує самих членів суспільства, які втрачають свою індивідуальність під впливом символічного коду. За цим підходом, віртуальна реальність представляє собою симулювання реальності, яка створюється за допомогою міфологічних моделей, не маючи реального зв'язку з реальністю. Гіперреальність охоплює справжню реальність [42].

У сучасному науковому дискурсі наявні щонайменше дві основні позиції щодо віртуальної реальності як соціокультурного феномену. Одна з них вважає, що віртуалізація полягає у заміні реальності її симуляцією або образом, не обов'язково з використанням комп'ютерної техніки [26].

У сучасному житті симуляція означає перетворення відносин між людьми на відносини між образами, що призводить до втрати розрізнення між знаком-образом і референтом-реальністю. Ця симуляція є первинною в порівнянні з комп'ютерною симуляцією. Таким чином, віртуалізація є процесом трансформації суспільства в цілому. У цьому контексті вважається, що відтворення соціальних норм і виконання особистістю інституціональних ролей може бути віртуальним. «Подібні явища, у вигляді образів, що створюються для досягнення успіху, виникають у всіх сферах суспільного життя, включаючи політику. Симуляція інституційних форм громадського життя стає основою для поширення через Інтернет симуляцій, які демонструють практику неінституціоналізованих відносин між людьми і втілюють постмодерністське бачення цінностей. На думку вчених, не комп'ютеризація життя віртуалізує суспільство, а віртуалізація суспільства комп'ютеризує життя. Хоча існує і протилежна точка зору, що віртуальна реальність неможлива без «інформаційної структури», «комп'ютера» і «відеоряду». Життя в віртуальній реальності стає можливим лише за умови масштабного розширення інформаційно-комп'ютерної сфери. Індивіди, що постійно взаємодіють з комп'ютером, стають творцями віртуального інформаційного світу і знаходять у ньому сенс свого життя. Цей сенс полягає в формуванні віртуальних аспектів буття, які відповідають фундаментальному завданню ефективної соціальної взаємодії між людьми» [4, с. 216].

Така постановка вченими питання про характер і перспективи віртуальної реальності є дійсно важливою. Адже звертається увага на тісний зв'язок феномену віртуальної реальності з комп'ютеризацією суспільства, що допомагає нам краще зрозуміти сучасну епоху. Крім того, автор розглядає

проблему відношення людини до віртуальної реальності в контексті визначення своєї ідентичності. Очевидно, що сучасні комп'ютери, завдяки спеціальним програмам, здатні створювати на екрані майже будь-який уявний віртуальний світ у всій його різноманітності і динаміці. Навіть більше, спеціальні механічні пристрої, які керуються комп'ютером, можуть створити повну ілюзію життя людини-оператора у цьому віртуальному світі. Перспектива перебувати в такому середовищі є дуже привабливою, оскільки вона охоплює всі аспекти нашої реальності.

Однак, кожен індивід, знаходячись у цьому інформаційно-знаковому середовищі, розуміє, що це лише імітація реальності, і тому відповідальність за будь-які дії тут має інше значення, ніж у реальному житті. Таким чином, віртуальна реальність розглядається як альтернатива буття, доступна кожному індивіду, який може користуватися нею на власний розсуд.

У штучному світі, створеному за допомогою віртуальної реальності, люди відчувають, ніби вони живуть у реальному житті. Цей світ наповнений штучними об'єктами, які зроблені таким чином, щоб полегшити життя людини у багатьох аспектах. Проте, важливо зауважити, що цей «штучний» світ створює свою власну «штучну історію». При втечі у віртуальну реальність відбувається переідентифікація, формування так званої віртуальної особистості, яка візуально втілюється у вибраному «аватарі» - образі, який людина обирає, занурюючись у віртуальний світ.

Виникає проблема ідентифікації особистості з її віртуальним двійником. Дослідники вказують на небезпеку такої ситуації, оскільки таке ототожнення може призвести до втрати здатності людини розрізняти реальне від віртуального. З цього приводу вчений М. Козловець зауважує, що «суспільство «*homo virtualis*» може стати знеособленою і відміненою від теоретичного мислення сукупністю споживачів і носіїв інформації. Звичка до мовних ігор і швидких інформаційних потоків може призвести до деструкції в мисленні і свідомості, а віртуальний простір може порушити фізичні закони часу та

культурні звички. Ця реальність формує новий тип людини, якій складно переходити між віртуальною та повсякденною реальністю, що може створити проблему вибору між цими двома світами» [15, с. 182].

Так, віртуальна реальність може стати привабливим вибором для багатьох людей у майбутньому, оскільки вона дає можливість отримати задоволення без спроби досягти його у реальному житті. Це пояснюється тим, що віртуальна взаємодія дозволяє замінити уявне сприйняття реальності на активну взаємодію в умовах віртуального середовища. Така взаємодія перетворює спостерігача чи читача на активного учасника, який має можливість впливати на події, регулювати їх і відчувати ефект від цього. Цей «зворотній зв'язок» дозволяє автономізувати та звільнити суб'єктів віртуальної комунікації від соціального тиску. Відтак, віртуальна реальність має свою структуру, яка характеризується прагненням до упорядкування і структурування, спрямованої на подолання хаосу. Інтерактивність і можливість коригування структури віртуального середовища з урахуванням дій учасників комунікації сприяє конструюванню бажаних взаємодій у віртуальному світі.

Індивідуальна свобода користувачів є вирішальним фактором у віртуальній реальності. В усіх підходах до неї, людина займає центральне місце, оскільки її внутрішній потенціал, уявлення про реальність і бажане, здатність адаптуватися і трансформувати свою ідентичність мають велике значення. Віртуальна реальність сприяє розвитку нових форм комунікації, формуванню нових світоглядів і реалізації творчих здібностей людей. Проте існують і побоювання відносно можливих негативних наслідків віртуальної реальності. Деякі дослідники вважають, що вона може стати ґрунтом для поширення невірної інформації і сприяти дезорганізації суспільства. Багато людей можуть надавати перевагу віртуальному світові перед реальним, що може призвести до відчуття відсутності зв'язку з реальністю. Крім того, віртуальна реальність може бути використана для маніпулювання свідомістю

людей. Такі побоювання підкреслюють важливість усвідомлення і регулювання впливу віртуальної реальності на суспільство та індивідів.

Так, розуміння віртуальної реальності може стосуватися двох її вимірів: матеріально-технологічного і соціокультурного.

На матеріально-технологічному рівні віртуальна реальність представляє собою ігрові або інші віртуальні світи, що створюються завдяки впливові комп'ютера на свідомість користувача. Це включає в себе використання спеціальних технологій для створення візуальних та аудіоефектів, що надають користувачеві відчуття присутності в іншому, вигаданому світі.

На соціокультурному рівні віртуальна реальність впливає на зміну свідомості людини через використання електронних засобів комунікації. Вона може включати в себе не лише створення віртуальних світів, але й зміни у сприйнятті оточуючого середовища та комунікаційних практиках. Люди можуть створювати віртуальні спільності або ситуації, що дозволяють їм компенсувати недоліки реального життя чи експериментувати зі своєю ідентичністю та соціальними ролями.

Обидва ці виміри показують, що віртуальна реальність може бути не лише технологічним явищем, але й соціокультурним феноменом, що впливає на сприйняття та поведінку людей.

Вітчизняні дослідники віртуальної реальності зазначають, «ми вже наближаємося до появи «віртуального світосприйняття» і людини, орієнтованої на віртуальність – орієнтованої на всіх рівнях своєї організації, починаючи з тілесного» [16, с. 143]. Такі аспекти віртуальної реальності як «включеність тіла в інтерфейс, інтенсивність і динаміка взаємодій, репрезентація тіла в штучному середовищі та високий рівень достовірності, який може призвести до психологічної залежності, по-новому ставлять проблему тілесності людино-комп'ютерної взаємодії. Інтерактивність є найважливішою властивістю віртуального оточення. Істотно, що взаємодія у віртуальному середовищі відбувається не на вербальному рівні, а на рівні аудіовізуальних образів і

моторних реакцій у відповідь. Інтерактивність та динаміка віртуальної реальності вимагають надзвичайно інтенсивної моторики. Хоча у випадку використання економічного набору (монітор, клавіатура, «мишка») контраст зберігається: судомні рухи пальців, можливо, підстрибування на стільці й інстинктивні ухилення від ударів або куль – у реальному житті – і багатокілометрові забіги в «задзеркаллі». Масові програми кіберреальності – комп'ютерні ігри – ще раз продемонстрували, наскільки значними є адаптаційні можливості мозку, як легко «переписується» функціональна розмітка тіла. Ігровий кіберпростір сприймається користувачами цілком достовірно (порівняно з реальним життям), незважаючи на те, що поворотам голови там відповідають переміщення миші, рухам рук і ніг – натискання на клавіші» [56, 53-54].

На жаль існують життєві факти травматичної взаємодії людини і віртуальної реальності. «Справжність», достовірність кіберреальності може сприяти появі серйозної психологічної залежності. Надмірне захоплення комп'ютерними іграми може бути причиною серцевих нападів через нестачу сну і нездорового способу життя, а також психосоматичних розладів, пов'язаних з потрясіннями, випробуваними у віртуальному світі. Так, двадцятирічний американець Шон Воллі застрелився з дрібнокаліберної гвинтівки після безперервної дев'ятиденної гри в EverQuest. Мати Шона подала в суд на розробника – Sony/Verant; серед її вимог – розмішувати на коробках із грою попередження: «Занадто тривале перебування в світі цієї гри небезпечно для вашого здоров'я».

Постмодерністи, аналізуючи взаємодію людини із сучасними технологіями, як граничний випадок розглядають ситуацію появи «шизосуб'єкта, що виникає при розмиванні кордону між внутрішнім і зовнішнім, між «моїм» і «чужим». Цей стан можна розглядати як термінальну точку злиття тіла і техніки: Я-почуття відділяється від власного тілесного образу, «мое тіло» не тільки перестає бути моїм, воно перестає бути органічною

та психофізичною єдністю... Втрачається здатність відчувати межі власного тіла, омертвлюється відчуття шкіри, без якого неможливе почуття «Я», не існує межі, яка відділяє та зв'язує внутрішні процеси життя із зовнішніми факторами» [20, с. 175].

На думку М. Фасслера, віртуальні спільноти та віртуальні світи є важливими структурами, які формуються в інформаційному просторі. Вони включають в себе різні форми міжіндивідуальних, соціальних і економічних відносин, утворюючи цілі співтовариства. Віртуальні підприємства та ринки також стають складовою частиною цього простору, а їх професійна діяльність активно інтегрується в процес віртуалізації. Відтак, віртуальні спільноти виконують важливу соціалізаційну роль для індивіда, надаючи йому відчуття довіри та близькості до інших людей. Ці спільноти об'єднують людей за спільними інтересами, смаками та поглядами, що дозволяє знайти швидше потрібну інформацію та спілкуватися з людьми, які мають подібні інтереси. Він підкреслює, що ці спільноти можуть сприяти творчості людини, реалізації її особистості та розширенню можливостей для соціальної поведінки в сучасних реаліях [48].

Отже, віртуальні спільноти не лише зближують людей, але й створюють сприятливе середовище для взаємодії, розвитку та самовираження. Людина отримує не лише можливість сприймати інформацію, а й активно взаємодіяти з іншими користувачами, висловлювати свої думки та будувати свою індивідуальну присутність в мережі. Тому сучасні дослідження віртуальної реальності також акцентують увагу на тому, як використання інформаційних технологій впливає на соціальні відносини. Віртуальна реальність є різноманітним середовищем, де кожен індивід може знаходити способи самовираження та прояву своєї індивідуальності. Це середовище дозволяє індивідуумам реалізувати свої прагнення, які можуть відрізнитися від їхньої поведінки в реальному житті.

Хоча віртуальні середовища можуть значно відрізнятись одне від одного, вони мають спільні властивості, які визначаються специфічним способом спілкування в цифровому просторі. Ці властивості роблять віртуальні світи додатковими соціальними просторами буття особистості.

Один з ключових аспектів полягає у тому, що соціальна система, що існує у віртуальному середовищі, має свої власні унікальні особливості, такі як мовні норми, комунікативні стандарти та ієрархія учасників. Ці характеристики створюють базу для розгляду віртуального середовища як окремого поля соціалізації для індивіда. Штучне інформаційно-символічне середовище має великий вплив на формування особистісної системи цінностей і норм, яка в свою чергу визначає поведінку людини. Соціалізація, що відбувається через різноманітну віртуальну взаємодію, сприяє розвитку особистості, враховуючи вимоги сучасного технологічного світу. Активна участь користувачів у віртуальному середовищі пов'язана з їхнім прагненням виражати власну ідентичність та розвивати творчий потенціал. Також важливо відзначити, що прагнення компенсувати відсутність цілісної соціальної реальності стає основною причиною поширення технологій віртуальної реальності. Підхід до соціалізації як набору значень, які відображають певні аспекти соціальної реальності, є обмеженим, оскільки віртуальне середовище соціалізує індивіда відповідно до власних умов, перетворюючи реальність у символи і формули.

Процес соціалізації індивіда у певній системі цінностей та норм включає в себе два аспекти: відносну самостійність у сприйнятті світу та вплив масових уявлень про нього. У віртуальному середовищі соціалізація включає перетворення колишніх, застарілих нормативних систем попередніх поколінь. Головна мета цього процесу полягає у тому, щоб індивід знайшов свободу у відношенні до світу та мав можливість для індивідуального, творчого виявлення себе в суспільстві, що відповідає вимогам інформаційної епохи.

На думку вчених, «вимоги сучасного інформаційного суспільства вимагають розвитку таких якостей особистості, як:

- Професіоналізм у використанні сучасних технологій;
- Духовність як перевага духовно-моральних та інтелектуальних цінностей над матеріальними;
- Соціальна відповідальність, що виражена у відповідності дій соціальних суб'єктів вимогам взаємної поваги, правових та інших соціальних норм і правил;
- Здатність до творчості та реалізації власного життєвого проекту на основі загальносупільних норм» [4, с. 216].

Таким чином, у віртуальній реальності соціалізація індивіда має свою власну специфіку, оскільки вона відбувається через взаємодію двох процесів: усвідомлення особистістю норм та прикладів поведінки, які вона відчуває у реальному житті, і інтеріоризацію норм, цінностей та настанов віртуального середовища. Це може створити проблему пошуку власної ідентичності для індивіда, коли він повертається до реального світу. Тому одним з головних завдань соціалізації в інформаційному суспільстві є оптимізація процесів ідентифікації.

3.2. Інформаційна культура як сфера самореалізації сучасної особистості

Інформаційна культура, яка розглядається як простір для буття сучасної особистості, встановлює важливі норми та зразки її поведінки, регулює інформаційні взаємини і має регулятивний або нормативний вимір. Аксиологічні засади інформаційної культури, яка служить простором для соціалізації особистості, полягає у розумінні культури як цінності, що зберігає, регулює і поширює відповідні типи поведінки серед її членів. Інформаційна цінність в широкому розумінні - це будь-який об'єкт або явище, що має певний зміст і значення для відповідної групи людей. З аксіологічної точки зору, інформаційне буття культури виступає як процес активної творчої діяльності

людини, через який вона осмислює інформаційний світ та інформаційні взаємини, що представляють собою гносеологічний аспект культури.

В різних наукових галузях культура може мати різні визначення: умовно-термінологічне, соціально-філософське, етнографічне, загальнотеоретичне, прикладне, суспільно-правове. Світ людини - це не лише об'єкт, а й результат її праці та соціокультурної активності, спрямованої на задоволення матеріальних і духовних потреб. Ця діяльність має двояку природу: вона не лише перетворює природу на матеріальні блага, але й може призводити до її відчуження через природні катастрофи. Культурні досягнення стають реальними лише тоді, коли вони використовуються людьми і стають частиною їхнього життя. Останні дослідження розглядають інформаційну культуру як інтелектуальне надбання людини, механізм організації та передачі соціально важливої інформації через «культуру персональної відповідальності».

Такий підхід до аналізу культурної сфери буття людини передбачає використання даних не лише біології, але й соціогуманітарних наук, таких як історія, соціологія, теологія та мистецтвознавство. У 20 столітті успішні дослідження культури проводилися представниками американської школи культурної антропології, починаючи з Франца Боаса, а також британської соціальної антропології, зокрема Броніславом Малиновським. Дослідження культури передбачає необхідність звернення до «археології культури», яка дозволяє розкрити її генезис, функціонування та розвиток, а також розкрити методи культурного дослідження, засади культурного розвитку.

Питання аксіологічного змісту інформаційної культури як простору для самореалізації особистості передбачає розуміння культури як цінності, що не лише зберігає і регулює певні типи поведінки серед її учасників, але й виражає якісну складову їхнього існування. Як ми вже раніше зазначали, в широкому розумінні, цінність включає в себе будь-який об'єкт або явище, яке має певний зміст і значення для конкретної групи людей. Згідно з Т. Парсонсом, соціальний порядок ґрунтується на існуванні загальних цінностей, які є прийнятними і

обов'язковими, і виступають як стандарт, за допомогою якого визначаються цілі соціальної дії.

Зв'язок між соціальною системою і системою особистості встановлюється через інтеріоризацію цінностей під час процесу соціалізації. Цінності не можна зводити до простих інтересів, біологічних потреб або соціального становища, оскільки вони виходять за межі цих категорій. Разом з тим, важливо відзначити, що: 1) суспільства існують, незважаючи на значні розбіжності в цінностях; 2) цінності можуть прийматися прагматично, а не лише як норми; 3) ця інтерпретація не враховує обмежуючого впливу соціальних структур. З погляду аксіології, культура виступає як процес активної творчої діяльності, за допомогою якої людина осмислює світ навколо себе, суспільні відносини та створює відповідні цінності культури. Культура як простір самореалізації особистості формує необхідні зразки і норми поведінки, сприяє регулюванню суспільних відносин, що виражається у регулятивному чи нормативному аспекті.

Культура відтворюється на трьох рівнях: збереження основних принципів, її оновлення та трансляція цінностей у матеріальний світ, який служить простором для соціалізації людини. Всі ці рівні, що охоплюють науку, техніку, мистецтво, релігію, філософію, політику, економіку та інші сфери, дозволяють виявити структуру та цілісність культури в інформаційному суспільстві.

Сучасний інформаційний світ повний небезпек, ризиків, конфліктів і суперечностей, що ускладнює адаптацію людини та викликає культурну, соціальну та політичну локалізацію.

Глобалізація сприяє формуванню нового типу особистості, що є однією з ключових основ сучасних соціо-онтологічних процесів [5].

Буття особистості є ключовою проблемою для аналізу сучасного світу, що вимагає детального вивчення впливу на людину і суспільство процесів глобалізації. Культура, у свою чергу, представляє собою особливий аспект

соціального простору, яка створює сферу для виявлення специфіки людського життя та спілкування, що є ключовим аспектом соціальної взаємодії. Протягом усього свого життя людина існує у культурному середовищі, де вона формується та має можливість зрозуміти принципи організації навколишнього світу і своє місце в ньому. Культура виступає не лише як спосіб буття людини у світі, але й самим буттям. Це не просто середовище, у якому мешкає людина, але і активний фактор, що впливає на формування психіки, свідомості та мислення і важливою мірою сприяє формуванню ідентичності.

Особистості формуються у середовищі своєї культури, і до тих пір, поки культура не сформована, не формується й особистість. Культурні досягнення стають реальністю лише тоді, коли вони відображаються у повсякденному житті людей та в їх соціокультурній активності. Таким чином, культура є системою форм взаємодії, що сприяють становленню людини та формуванню її духовності.

Інформаційна культура складається з різноманітних форм, які формують світогляд особистості. Такі форми включають мову, міфологію, релігію, право, мораль, науку, філософію та різні види мистецтва. Ці елементи є не лише засобами вираження культурних цінностей, але й стимуляторами для розвитку людської індивідуальності.

Інформаційну культуру як сучасний соціокультурний феномен необхідно досліджувати у наступних основних аспектах.

В антропологічному контексті, де буття культури визначається як набір умовностей, що роблять людину унікальною, здатною відрізнитися від інших приматів завдяки мові, звичаям та іншим аспектам культури. Це передбачає, що людська поведінка є культурно зумовленою, а не лише генетичною або біологічною.

У соціологічному розумінні культурне буття представляється як сукупність норм, цінностей та ідеалів, що існують поза межами першого

(природного) та другого (соціального) світу. Ця сукупність створює традиції, що впливають на індивідуальну і колективну свідомість.

У психологічному розумінні буття культури є індивідуальним та соціальним конструктом, який впливає на формування характеру особистості, її світосприйняття.

В аксіологічному аспекті культурне буття визначається системою цінностей, вірувань та традицій, які забезпечують інтеграцію й постановку цілей у культурному просторі для самореалізації особистості.

У контексті аксіологічних засад буття інформаційної культури як простору для самореалізації сучасної особистості важливою є думка вітчизняної дослідниці В. Воронкової, що «сучасна культура представляє собою оптимальний спосіб для зустрічі (а не зіткнення) цивілізацій, що покликане об'єднати, а не роз'єднувати народи на основі традицій. Культуру слід розуміти, як:

1) сукупність штучно створених людиною предметів, знань, які створюють «другу природу» людського існування;

2) культура представляє собою специфічну систему адаптації людини до середовища, перш за все, технологій, створених людиною для задоволення самих різноманітних потреб;

3) особливу форму суспільного життя і сукупність специфічних культурних видів соціальної діяльності (перш всього, «високу культуру»), а також відповідні інституціональні форми її організації і розповсюдження результатів» [6, с.30].

Отже, аксіологічні засади культурного буття, як простору для самореалізації особистості, полягають у розумінні культури як цінності, що зберігає, регулює і поширює певні типи поведінки серед її членів, виходячи з соціальної системи цінностей, яка є загальною складовою буття. У широкому контексті, цінність охоплює будь-який предмет або явище, яке має певний зміст і значення для певної групи людей. З аксіологічної точки зору, сучасне

культурне буття виступає як процес активної творчої діяльності людини, що дозволяє їй пізнати оточуючий світ та суспільні відносини через взаємодію у віртуальному просторі з великим об'ємом інформації.

Інформаційна культура, як простір для самореалізації особистості, створює необхідні зразки і норми поведінки, сприяє регулюванню суспільних відносин через посередництво сучасних інформаційно-комунікативних технологій. Згідно з І. Рижовою, «тотожність «Я» і світу визначається не естетично, а актом творчого відкриття життя в його істинності, що сприймається як онтологічний факт і краса» [34, с.153]. Таким чином, системно-синергетична методологія може бути найбільш продуктивною для опису буття інформаційної культури у неklasичному розумінні. Вона є частиною неklasичної методології та дозволяє надати конкретну змістовність сучасному дослідженню культури.

Згідно з синергетичним підходом до культурних процесів, дослідження культури має базуватися на принципі нелінійного розвитку складних і надскладних систем, а також на ідеї плюралістичності та інваріантності розвитку суспільства і культури. З цієї перспективи, розвиток культури можна описати як «поліфуркацію», що означає постійне підвищення рівня складності на кожному етапі її розвитку. Це відображається у зростанні різноманітності та варіативності альтернативних шляхів розвитку.

У синергетичному розумінні культура представляє собою складну, самоорганізовану систему, траєкторія руху якої неможлива для опису або розуміння за допомогою лінійного мислення чи релятивістської свідомості. Згідно з висловлюванням М. Кагана, релятивізм призводить до локалізації та плюралізації культур, що не мають об'єднувальних зв'язків між собою. Ось чому системно-синергетична методологія виступає як нова методологія, що замінює класичний підхід до вивчення культури. Основу системно-синергетичної парадигми покладено на принципи постмодернізму, який розглядає культуру як децентровану і гетерогенну реальність. Цей принцип

проявляється у відомому понятті «ризومي», запропонованому Ж. Делезом та Ф. Гваттарі. В рамках цього підходу важливою є елімінація або деконструкція суб'єкта, яка реалізується шляхом відкидання традиційного уявлення про центральність індивіда як джерела смислу. Постмодернізм не тільки розглядає деконструкцію людини як суб'єкта, але й аналізує деконструкцію людини як тілесної істоти [25].

Теорії постмодернізму надають визначального значення культурним чинникам, що включають зростання ролі культурних індустрій та естетизації повсякденного життя. Життя в цьому контексті розглядається як своєрідний культурний або естетичний проект. Також важливою є конструкція ідентичності на основі індивідуального вибору, а не традиційної аскрипції, а також фрагментація індивідуальної ідентичності, яка змінюється протягом життя та в різних соціальних середовищах.

Постмодернізм розглядається як період, що характеризується низкою рис, які можна поділити на чотири групи: соціальні, культурні, економічні та політичні. У суспільствах постмодерну соціальні класи втрачають свою важливість, оскільки соціальна структура стає фрагментованою та складною через різноманітні джерела диференціації, які включають не лише клас, а й гендер, етнічність та вік. У таких суспільствах розвиваються тенденції до самостійності, конкурентоспроможності, ринкових відносин та підприємництва.

Дослідження інформаційної культури найбільше представлені в межах постмодерніської методології, де виокремити якийсь один загальний підхід неможливо, але можна виділити декілька загальних характеристик, які часто використовуються:

- Пастиш (поєднання елементів з різних стилів та епох в одному контексті).
- Рефлексивність (здатність до самосвідомості та самопроекції, часто супроводжується почуттям іронії та відсутністю певності).

- Релятивізм (відсутність об'єктивних критеріїв істини, що веде до розуміння культури як суб'єктивної конструкції).
- Неприйняття класичних прийомів (відхід від традиційних форм та стильових характеристик, таких як наративна послідовність).
- Неповага до традиційних меж в мистецтві (відмова від розрізнення між різними формами мистецтва чи рівнями культурних проявів).
- Вирішення проблеми новизни постмодернізму (обговорення того, чи є постмодерн новою культурною формою чи лише наслідком швидких соціальних змін).

Ці характеристики допомагають зрозуміти особливості аналізу інформаційної культури.

Інформаційна культура сьогодні постає специфічним комунікативним простором буття людини, де вона через посередництво сучасних інформаційно-комунікативних технологій конституює свій життєвий світ, намагається зрозуміти принципи будови світу та її місце в ньому, ставлячи комунікацію в центр людської життєдіяльності. Останнім часом інформаційна культура охоплює реальність людського буття, постає простором для соціалізації і самореалізації сучасної особистості.

Висновки до розділу 3

Таким чином, у віртуальній реальності соціалізація індивіда має свою власну специфіку, оскільки вона відбувається через взаємодію двох процесів: усвідомлення особистістю норм та прикладів поведінки, які вона відчуває у реальному житті, і інтеріоризацію норм, цінностей та настанов віртуального середовища. Це може створити проблему пошуку власної ідентичності для індивіда, коли він повертається до реального світу. Тому одним з головних завдань соціалізації в інформаційному суспільстві є оптимізація процесів ідентифікації.

Дослідження інформаційної культури найбільше представлені в межах постмодерніської методології, де виокремити якийсь один загальний підхід неможливо, але можна виділити декілька загальних характеристик функціонування інформаційної культури: пастиш (поєднання елементів з різних стилів та епох в одному контексті); рефлексивність (здатність до самосвідомості та самопроекції, часто супроводжується почуттям іронії та відсутністю певності); релятивізм (відсутність об'єктивних критеріїв істини, що веде до розуміння культури як суб'єктивної конструкції); неприйняття класичних прийомів (відхід від традиційних форм та стильових характеристик, таких як наративна послідовність); неповага до традиційних меж в мистецтві (відмова від розрізнення між різними формами мистецтва чи рівнями культурних проявів); вирішення проблеми новизни постмодернізму (обговорення того, чи є постмодерн новою культурною формою чи лише наслідком швидких соціальних змін).

Ці характеристики допомагають зрозуміти особливості функціонування інформаційної культури, яка сьогодні постає специфічним комунікативним простором буття людини, де остання через посередництво сучасних інформаційно-комунікативних технологій конституює свій життєвий світ, намагається зрозуміти принципи будови світу та своє місце в ньому, ставлячи комунікацію в центр людської життєдіяльності. Останнім часом інформаційна культура охоплює реальність людського буття, постає простором для соціалізації і самореалізації сучасної особистості.

ВИСНОВКИ

Розглянувши різноманітні філософські концепції інформаційного суспільства, можемо констатувати, що аналіз аксіосфери інформаційної культури характеризується певною складністю. Це пов'язано з неоднозначністю тлумачення різними філософами поняття цінностей. Від кантіанського раціоналізму до феноменологічного аналізу Гуссерля та ірраціоналізму Гартмана, від соціологічних підходів Дюркгейма та Вебера до релігійно-теологічних концепцій Марселя, Марітена та Лоського — ці різні школи відображають багатогранність та багатоаспектність дослідження ціннісного світу людини. Кожен із цих підходів доповнює один одного, створюючи багатогранну картину ціннісного світу та його впливу на суспільні процеси. Також вони сприяють розширенню розуміння ціннісного світу та спонукають до дослідження його різноманітних аспектів в інформаційному суспільстві.

Особливу увагу варто звернути на стриманість та об'єктивність українських дослідників, які досліджують цю тему. Це важливо для збереження різноманітності поглядів і забезпечення об'єктивності дослідження. Але динамічний характер аксіосфери вимагає постійного оновлення та реформування підходів до її аналізу та розуміння, щоб враховувати нові тенденції та розвиток інформаційної цивілізації.

Використання принципів системності, актуальності та повноти у дослідженні цінностей інформаційної культури дозволяє побудувати комплексний підхід та забезпечити обґрунтованість результатів. Застосування різних методів дослідження, включаючи філософські та соціологічні, допомагає отримати більш повне та глибоке розуміння аксіосфери культури інформаційного суспільства.

Моральні основи сучасного інформаційного суспільства базуються на принципах постмодерністського утилітаризму та гіперрелятивізму. Людина, як

суспільний суб'єкт, має тенденцію оточувати себе об'єктами та іншими людьми, які можуть найефективніше використовуватися для досягнення своїх цілей з мінімальними витратами ресурсів. Утилітаристський погляд на життя заперечує високі матерії та наміри, зменшуючи роль духовних інтересів соціального суб'єкта. Однак, у інформаційному суспільстві егоїстичний розрахунок слугує способом адаптації до мінливого інформаційного середовища. Утилітаризм загострює у соціального суб'єкта інстинкт самозбереження. Одночасно утилітаристський підхід призводить до дезінтеграції та конфронтації усередині суспільства, у якому відбувається постійна боротьба за кращі ресурси. У зв'язку з цим виникає потреба у новій гуманістичній інтерпретації утилітаризму. Що ж стосується гіперрелятивізму, то він підтримує головну ідею утилітаризму, однак має свої специфічні характеристики. Гіперрелятивізм не визнає можливості існування правди поза сферою людського досвіду, а соціальний суб'єкт конструює реальність на підставі відносних поглядів.

У конструюванні ідентичності важливу роль відіграє загальний культурний контекст існування спільноти, зокрема цінності. Комунікація у віртуальному соціальному просторі неможлива без «навігатора», людини, що шукає нове, без перетворення її ідентичності. Людина сама може бути творцем свого власного світу, тому що вона не наділена ідентичністю від природи. Завдяки процесам віртуальної комунікації особистість конструює свій життєвий світ, наповнений відповідною аксіосферою. Вона ніби конструює себе під впливом відповідної інформаційної культури, яку сама ж і створила.

В умовах інформаційного суспільства, зокрема у просторі соціальних віртуальних мереж виникає новий тип ідентичності, відомий як «змішана», яка відрізняється від традиційних форм. Ця ідентичність є гнучкою і змінною, вона не має чітких меж і може виявлятися у різних умовах спілкування. Як і будь-яка інша форма ідентичності, «змішана» ідентичність має об'єктивні та суб'єктивні складові. Об'єктивні фактори включають технологічну базу, таку як

інформаційні технології, тоді як суб'єктивні фактори включають творчу силу, яка перетворює ці технології в культурні цінності.

Важливо підтримувати міжкультурні зв'язки і зберігати національну ідентичність, оскільки втрата її елементів може підірвати стабільність суспільства. Роль свідомого регулювання суспільних процесів зростає в умовах швидкого розвитку інформаційно-комунікативних технологій. Важливо створювати інформаційні центри в Інтернеті, які б відповідали за розповсюдження якісної і перевіреної інформації. Глибокі соціальні зміни вимагають як елементів самоорганізації, так і організації для формування нових форм ідентичності та самовизначення. При розгляді еволюційних процесів самоорганізації соціальної реальності важливо враховувати роль національної культури як одного з основних умов стійкого розвитку в сучасних соціокультурних умовах.

Таким чином, аксіосфера інформаційної культури є складною матрицею цінностей, яка об'єднує історично детерміновані соціальними інститутами цінності та гіперрелятивну сконструйовану ціннісну систему у процесі віртуальної комунікації. Це взаємодія аксіосфер кіберреальності та суспільства, що дозволяє їм взаємодіяти, вбирати одна одну та перетинатися у певних аспектах. Аксіологічний статус соціальних мереж можна розглядати на різних рівнях - глобальному, цивілізаційно-культурному або національному просторі. Важливо зазначити, що соціальна мережа, як така, є ціннісно-нейтральним феноменом, але її аксіологічний статус та духовна сутність визначається діяльністю її суб'єктів. Це включає процеси створення, популяризації та визнання важливими певних духовно-ціннісних смислів, ідеалів, принципів та пріоритетів. Відтак, важливо розуміти, що соціальні мережі можуть відображати і сприяти формуванню різних цінностей залежно від активності їх користувачів та культурного контексту, в якому вони функціонують.

На сьогодні віртуальні соціальні мережі постають впливовим інститутом соціалізації індивіда. Соціалізаційний процес у віртуальній реальності має свою

специфіку, оскільки він відбувається через взаємодію двох процесів: усвідомлення особистістю норм та прикладів поведінки, які вона відчуває у реальному житті, і інтеріоризацію норм, цінностей та настанов віртуального середовища. Це може створити проблему пошуку власної ідентичності для індивіда, коли він повертається до реального світу. Тому одним з головних завдань соціалізації в інформаційному суспільстві є оптимізація процесів ідентифікації.

Дослідження інформаційної культури найбільше представлені в межах постмодерністської методології, де виокремити якийсь один загальний підхід неможливо, але можна виділити декілька загальних характеристик функціонування інформаційної культури: пастиш (поєднання елементів з різних стилів та епох в одному контексті); рефлексивність (здатність до самосвідомості та самопроекції, часто супроводжується почуттям іронії та відсутністю певності); релятивізм (відсутність об'єктивних критеріїв істини, що веде до розуміння культури як суб'єктивної конструкції); неприйняття класичних прийомів (відхід від традиційних форм та стильових характеристик, таких як наративна послідовність); неповага до традиційних меж в мистецтві (відмова від розрізнення між різними формами мистецтва чи рівнями культурних проявів); вирішення проблеми новизни постмодернізму (обговорення того, чи є постмодерн новою культурною формою чи лише наслідком швидких соціальних змін).

Ці характеристики допомагають зрозуміти особливості функціонування інформаційної культури, яка сьогодні постає специфічним комунікативним простором буття людини, де остання через посередництво сучасних інформаційно-комунікативних технологій конституює свій життєвий світ, намагається зрозуміти принципи будови світу та своє місце в ньому, ставлячи комунікацію в центр людської життєдіяльності. Останнім часом інформаційна культура охоплює реальність людського буття, постає простором для соціалізації і самореалізації сучасної особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богера Х. І. Аксіологічний вимір людського буття в українській філософській традиції: дисертація канд. філос. наук: 09.00.03 / Богера Христина Ігорівна. – Л., 2012. – 160 с.
2. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 232 с.
3. Бодріяр Ж. Символічний обмін і смерть / Жан Бодріяр ; [пер. з фр. Л. Кононович]. – Львів: Кальварія, 2004. – 376 с.
4. Власенко Ф. П. Віртуальна реальність як простір соціалізації індивіда / Ф. П. Власенко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – Вип. 56. – С. 208–217. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpqgzdia_2014_56_24
5. Воронкова В. Г. Метафізичні виміри людського буття (проблеми людини на зламі тисячоліть): [Монографія] / В. Г. Воронкова. – Запоріжжя : Павел, 2000. - 176 с.
6. Воронкова В. Г. Місце і роль України в глобалізаційних процесах сучасності / В. Г. Воронкова // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [збірник наукових праць] / голов.ред. В. Г. Воронкова – Запоріжжя : РВВ ЗДІА. – Вип. № 37. – 2009. – С.16-32.
7. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник культурної адаптації і соціалізації. / О. П Гаврилюк // Культурологічний альманах – 2023. – 2. – С. 225–231. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.2.31>
8. Гірц К. Інтерпретація культур: Вибрані есе / К. Гірц ; [пер. з англ. Н. Комарової]. – К.: Дух і Літера, 2001. – 542 с.
9. Гордієнко-Митрофанова І. В. Інваріанти аксіосфери маргінального: дисертація канд. філос. наук: 09.00.03 / І. В. Гордієнко-Митрофанова. – Х., 1999. – 178 с.

10. Данильян О. Г. «Симулякр»: концептуалізація феномена у постнеокласичній філософії / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань // Інформація і право. – 2016. – №2. – С. 66-76. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Infpr_2016_2_9
11. Данілі'ян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально- філософський аналіз): дисертація канд. філос. наук: 09.00.03 / Данілі'ян Вадим Олегович. – Х., 2006. – 200 с.
12. Денисюк Ж. З. Вплив інформаційно-комунікативного середовища на аксіосферу суспільства. / Ж. З. Денисюк // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2018. – № 4. – С. 127 – 131.
13. Десятерик Д. Віртуальна реальність [Електронний ресурс] / Д. Десятерик. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/cuspilstvo/virtualna-realnist>
14. Кант І. Критика практичного розуму/ І. Кант. – К. : Юніверс, 2004. – 240 с.
15. Козловець М.А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації: Монографія. / М.А. Козловець. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 558 с.
16. Корабльова В. М. Віртуальна реальність і покоління: феноменологія взаємоімплікацій / В. М. Корабльова // Вісник Донецького університету. Серія Б. Гуманітарні науки. – № 1-2/2006. – Донецьк, 2006. – С. 141-146
17. Корабльова В. М. Віртуальна тілесність як зникнення поколінневої ідентичності / В. М. Корабльова // Корабльова В. М. Покоління в полі культури: множинність репрезентацій [Монографія]. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – С. 118-127.
18. Корабльова В. М. Людина як віртуальний конструктор / В. М. Корабльова // Філософська думка. – 2007. – № 6. – К., 2007. – С. 25-33.
19. Корабльова В. М. Соціальні смисли ідеології: Монографія / В. М. Корабльова. – К.: ВАДЕКС, 2014. – 351 с.
20. Корабльова В. М. Трансформації тілесного ландшафту: тіло-аватар, тіло-інтерфейс і шизосуб'єкт / В. М. Корабльова // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2012. – № 1012. – С. 173-179.

- 21.Кримський С. Б. Запити філософських смислів / С. Б. Кримський. – К.: ПАРАПАН, 2003. – 240 с.
22. Левченко Є. В. Постлюдина та постлюдство: особливості прояву / Є. В. Левченко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2015. - Вип. 60. - С. 152-161
- 23.Луценко Н. Ю. Мережевий простір: соціально-філософський аналіз: дисертація канд. філос. наук: 09.00.03 / Луценко Наталія Юріївна. – К., 2013. – 200 с.
- 24.Масуда Й. Гіпотеза про генезис Homo intelligens. / Й. Масуда // Сучасна зарубіжна філософія. Хрестоматія: Навч. посібник / Упоряд. В. Лях. – К.:Либідь, 1996. – С. 335-361.
- 25.Мельник В. В. Соціально-філософський аналіз взаємовпливу і взаємодії особистості і глобалізованого соціуму / В. В.Мельник // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб.наук.пр.] – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2011. – Вип.46. – С.96– 108.
- 26.Мелков Ю.О. Віртуальна реальність як сфера самореалізації особистості /Ю.О.Мелков // людина в лабіринті перспектив / А.В. Толстоухов, О.Є. Перова, О.М. Рубанець та ін. – К.: Видавець ПАРАПАН, 2004. – С. 140-166.
- 27.Муляр В.І. Проблема становлення особистості в системі “індивід-суспільство” (філософсько- культурологічний аналіз): Автореф. дис... д-ра філос. наук: 09.00.03 / В.І. Муляр. Дніпропетровський держ. ун-т. – Дніпропетровськ, 1999. – 30 с.
- 28.Муляр В.І. Самореалізація особистості як соціальна проблема. (Філософсько-культурологічний аналіз) / В.І. Муляр. Інститут змісту і методів навчання; Житомирський інженерно- технологічний ін-т. – Житомир, 1997. – 214 с.
- 29.Немеш О. М. Вплив спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості підлітка / О.М.Немеш // Проблеми сучасної психології. – 2014. – Вип. 26. С. 442 –456.

- 30.Пиголенко І. В. Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі НТУУ «КПІ»): дисертація канд. філос. наук: 09.00.10 / Пиголенко Ігор Вікторович. – К., 2006. – 192 с.
- 31.Піддубна Л.В. Інформаційна діяльність як засіб формування образу соціальної реальності / Л.В. Піддубна: автореф. дис. канд. філос. наук. Житомир, 2013. 20 с.
- 32.Підлісний М. М., Шубін В. І. Цінності та буття особистості : [монографія] / М. М. Підлісний, В. І. Шубін. – Дніпропетровськ: ДДФА, 2005. – 128 с.
- 33.Пустовіт Н. В. Природа аксіосфери інформаційного суспільства / Н.В. Пустовіт: дис. канд. філос. наук. Харків, 2015. 179 с.
- 34.Рижова І. С. Теоретико-методологічні засади індустріального дихзайнгу / І.С.Рижова // Культурологічний вісник: Науково-теоретичний щорічник Нижньої Надніпрянщини. – Запоріжжя. – 2005. – №15. – С. 148-155.
- 35.Свящук А. Л. Феномен маргінальності у генезисі сітьового суспільства: дисертація канд. наук: 09.00.03 / Свящук Андрій Леонідович. – Х., 2006. – 200 с.
- 36.Сулятицька Т. В. Міжкультурна взаємодія в інформаційному суспільстві: комунікативний аспект: дисертація канд. філос. наук: 09.00.04 / Сулятицька Тетяна Василівна. – К., 2012. – 200 с.
- 37.Сухина І. Г. Про релігійні засади культури: аксіологічна інтерпретація / І. Г. Сухина // Наукові записки. – 2012. – Вип. 11. – С. 3-17.
- 38.Тоффлер О. Особистість майбутнього /О. Тоффлер // Генеза. – 1996. – №4. – С. 114-117.
- 39.Хлебнікова А. А. Соціальна мережа як засіб розвитку соціального капіталу в умовах формування глобального інформаційно-комунікативного суспільства/ А. А. Хлебнікова // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – Вип.59. – С. 278 – 285.

40. Чмихун С. Є. Соціальне знання в інформаційно-комунікативному просторі сучасного суспільства: дисертація канд. філос. наук: 09.00.03 / Чмихун Світлана Євгенівна. – Х., 2008. – 188 с.
41. Шапаренко О. В. Деліберативна функція соціальних мереж / О. В. Шапаренко // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. – Філософія. – 2013. – Вип. 41(1). – С. 58-68.
42. Baudrillard J. The Consumer Society: Myths and Structures / J. Baudrillard. London: Sage, 1998. – 208 p.
43. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society / D. Bell // The Public Interest. — №7. – 1967. 455 p.
44. Berger P. L., Luckmann Th. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge / P. L. Berger, Th. Luckmann. – Anchor, 1967. – 219 p.
45. Castells M. The Power of Identity / M. Castells. – 2nd. ed. – Oxford: Malden, MA: Blackwell, 2004. – 584 p.
46. Castells, M. The Information Age: Economy, Society, and Culture. 1, The Rise of the Network Society/ M. Castells. – Wiley-Blackwell, 2010.
47. Durkheim E. Sociology and Philosophy / E. Durkheim. Translated by Pocock DF. – New York, NY: Routledge, 2010. – 51 p.
48. Faßler M. Mediale Zukünfte / M. Faßler. – München, 1997. – 210 s.
49. Faßler M. Was ist Kommunikation / M. Faßler. – München, 1997. – 310 s,
50. Faßler M. Netzwerke der Kulturen. Orte der Zivilisation / M. Faßler. – München, 1997. – 154 s.
51. Griffin D. R. Whitehead's Radically Different Postmodern Philosophy: an Argument for its Contemporary Relevance / D. R. Griffin. – State University of New York Press, 2007. – 303 p.
52. Haken H. Information and Self-Organization: A Macroscopic Approach to Complex Systems / H. Haken, 3rd ed. – Springer, 2006. – 257 p.

53. Hartmann N. *Ethic* / N. Hartmann. Berlin: De Gruyter, 1962. – 821 p.
54. Kant, I. *Grounding for the Metaphysics of Morals*. Third edition. Trans. James W. Ellington / I. Kant. Indianapolis: Hackett Publishing Company, 1993. – 224 p.
55. Kluckhohn F. R., Strodtbeck F. L. *Variations in Value Orientations* / F. R. Kluckhohn, F. L. Strodtbeck. – IL 1961.
56. Korablyova V. *The Virtuality of Communities: A Methodological Shift in Modern Social Theories* / V. Korablyova // *Topos: The Idea of Community: Theories and Practices*. 2013. – No 2. – p. 42-57.
57. Lowe B. M. *Emerging Moral Vocabularies: The Creation and Establishment of New Forms of Moral and Ethical Meanings* / B. M. Lowe. – Lexington Books, 2006. – 241 p.
58. Mackay H. *Investigating the Information Society* / H. Mackay – London: Routledge, 2001.
59. Madsen R. *Morality and Power in a Chinese Village* / R. Madsen. – University of California Press, 1986. – 283 p.
60. McDonald H. P. *Radical axiology* / H. P. McDonald. – Amsterdam-New York: Editions Rodopi B. V., 2004. – 401 p.
61. Michener R. T. *Engaging Deconstructive Theology* / R. T. Michener. – Ashgate Publishing, Ltd., 2007. – 264 p.
62. Münsterberg H. *The Eternal Values* / H. Münsterberg. – Boston: Houghton Mifflin, 1909. – 436 p.
63. Parsons T. *The Structure of Social Action. A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers. I.* / T. Parsons. The Free Press, 1968. – 470 p.
64. Popper K. *The Logic of Scientific Discovery* / K. Popper. – Routledge, 2002. – 513 p.
65. Rheingold H. *Virtuelle Welten und Reisen im Cyberspace* / H. Rheingold. -New York, 1991.- 196 p.

66. Rokeach M. *The nature of human values* / M. Rokeach. – New York : Free Press, 1973. – 438 p
67. Sagi A. *Religion and Morality* / A. Sagi, D. Statman. – Editions Rodopi 82. B. V., 1995. – 193 p.
68. Scheler M. *Formalism in Ethics and Non-formal Ethics of Values* / M. Scheler. – Northwestern University Press, 1973. - 620 p.
69. Schwartz S. H., Bilsky W. *Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications* / S. H. Schwartz, W. Bilsky. // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1990. – № 58. – P. 878-891.
70. Stern, W. *On the nature and structure of character* / W. Stern // *Character and Personality*. 1935. – № 3. – p. 270-289.
71. Taylor B. *Entertainment Theology (Cultural Exegesis): New-Edge Spirituality in a Digital Democracy* / B. Taylor. – Baker Academic, 2008. – 256 p,
72. *The Ethnicity Reader: Nationalism, Multiculturalism and Migration* / eds. Maria Montserrat Guibernau Berdun, Montserrat Guibernau, John Rex. – Polity, 2010. – 392 p.
73. *The Globalization of Human Rights* / eds. Jean-Marc Coicaud, Michael W. Doyle, Anne-Marie Gardner. – United Nations University Press, 2003. – 208 p.
74. Toffler A. *Creating a New Civilization: The Politics of the Third Wave* / A. Toffler. – Turner Publications Inc., 1995. – 112 p.
75. Toffler A. *The Eco-Spasm Report* / A. Toffler. – Bantam Books, 1975. – 116 p.
76. Toffler A. *The Third Wave* / A. Toffler. – Bantam, 1984. - 517 p.
77. Touraine A. *Modernity and Cultural Specificities* / A. Touraine // *International Social Science Journal*. P. – 1988. – № 118. – 451 p.
78. *Transnational Identities: Becoming European in the EU* / eds. Richard K. Herrmann, Thomas Risse-Kappen, Marilyn B. Brewer. – Rowman & Littlefield, 2004. – 305 p.
79. Warwick K. I, *Cyborg* / K. Warwick. – London: Century, 2002. – 312 p.

80. Weber M. *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre* / M. Weber. Tübingen: J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), 1922. – 579 p.
81. Webster F. *Theories of the Information Society* / F. Webster. – London: Routledge, 2006. – 314 p.
82. Žižek S. *The Plague of Fantasies* / S. Žižek. – London: Verso, 1997. – 248 p.