

**ДЗЬОБАНЬ О.П. (DZOVAN O.),** доктор філософських наук, професор, головний науковий співробітник НДІ інформатики і права Національної академії правових наук України;

**РУБАН О.О. (RUBAN O.),** кандидат юридичних наук, асистент кафедри цивільного права № 2 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

## **СВОБОДА Й ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК АКСІОЛОГІЧНІ МАРКЕРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

***Анотація.** У статті зроблена спроба уточнити місце свободи й відповідальності у процесах трансформації аксіосфери інформаційного суспільства. Показано, що інформаційне суспільство – це суспільство, в якому відбуваються інтенсивні світоглядні трансформації, де головними цінностями стають інформація, а також пов'язані з нею симулякризація й віртуалізація, що стимулюють зміни аксіологічних пріоритетів, взаємини і комунікації людей, співвідношення свободи й відповідальності. Доводиться, що етичні трансформації інформаційного суспільства найбільше пов'язані з темою соціальної стійкості особистості, яка часто не усвідомлює меж своєї свободи й відповідальності в інформаційному просторі.*

***Abstract.** The article attempts to clarify the place of freedom and responsibility in the process of transformation axiosphere information society. It is shown that the information society is a society in which there are intense philosophical transformation, where are the main values information, as well as related simulacrisis and virtualization that stimulate changes in axiological priorities, the relationships and communication of people who value freedom and responsibility. Have that ethical transformation of the information society most related to the topic of social sustainability of personality, which often does not realize the limits of their freedom and responsibility in the information space.*

***Аннотация.** В статье предпринята попытка уточнить место свободы и ответственности в процессах трансформации аксиосферы информационного общества. Показано, что информационное общество – это общество, в котором происходят интенсивные мировоззренческие трансформации, где главными ценностями становятся информация, а также связанные с ней симулякризация и виртуализация, стимулирующие изменения аксиологических приоритетов, взаимоотношения и коммуникацию людей, соотношение свободы и ответственности. Доказывается, что этические трансформации информационного общества более всего связаны с темой социальной устойчивости личности, часто не осознающей границ своей свободы и ответственности в информационном пространстве.*

**Постановка проблеми.** Кризу сучасної культурно-цивілізаційної ситуації можна розцінювати, з одного боку, як перехідний період, однак, з іншого – як період, необхідний для вироблення нових ціннісних орієнтирів. У кризовій ситуації можуть виникнути як передумови для виникнення іншої культури, так і передумови, що сприяють загибелі цивілізації в її колишньому вигляді [1, с. 15].

Аксіологічна проблематика, розкриваючи ціннісне ставлення людини до світу, володіє величезною значущістю для розуміння сутності і світогляду людини, а характер цінностей визначається спрямованістю суспільних відносин і самоідентифікації особистості [2]. Проблема цінностей завжди актуальна в перехідні періоди розвитку

соціуму. Аксіологічні трансформації, які відбуваються сьогодні, можна інтерпретувати як багатовимірні й різнопорядкові, оскільки у своїй основі вони мають традиційні установки. Внаслідок цього, усвідомлення й осмислення світоглядних змін включає «переоцінку цінностей», яка може як набувати виду прогресивного заперечення основ попереднього суспільного устрою, так і виражатися в нових формах втілення минулих аксіологічних парадигм.

Звернення до аксіологічних підстав суспільного розвитку набуває виняткової актуальності у наші дні у зв'язку зі зміною світових цивілізацій. Як свідчать результати вітчизняних наукових досліджень історії цивілізацій, зміна світових цивілізацій визначається, насамперед, духовним світом, новими цінностями і новими можливостями людини.

У новому тисячолітті ідея інформаційного суспільства все більш висувається як універсальна ідеологія в умовах глобалізації і наростання комплексу світоглядних проблем, аксіологічних пріоритетів і зростання потреб людей. Формується новий світогляд, в рамках якого значне місце займають віртуальні цінності, зокрема віртуальна свобода й віртуальна відповідальність. Це призводить до трансформації традиційних моральних норм заборонного й дозвільного характеру, до виникнення моральних конфліктів і колізій, що здійснюють суттєвий вплив на духовно-моральний світ людини, її самоідентифікацію.

Результати **аналізу наукових джерел** свідчать про те, що проблемам трансформації інформаційного суспільства і його ключових сфер присвячено велику кількість наукових доробків, у яких достатньо ґрунтовно досліджується сутність і особливості вказаного феномена. Разом з тим, комплексному філософському розумінню трансформативних метаморфоз аксіосфери інформаційного суспільства у когнітивному полі «свобода – відповідальність» у наявних наукових публікаціях приділяється недостатня увага.

**Метою статті** є спроба уточнити місце свободи й відповідальності у процесах трансформації аксіосфери інформаційного суспільства.

**Виклад основного матеріалу.** Як найбільш важливу рису інформаційного суспільства дослідники виділяють його мережевий характер, який прийшов на зміну колишній стратифікованій структурі, де домінуючі функції і процеси «все більше виявляються організованими за принципом мереж» [3]. Інформаційні технології самі стають додатковим каналом соціальної стратифікації й мобільності. В інформаційному суспільстві формується нова якість індивідуального й суспільного буття, яка полягає у забезпеченні кожної особистості будь-якими знаннями, що, у свою чергу, зумовлює радикальні зміни в усій системі суспільних відносин (політичних, правових, духовних та ін.). Тобто, як слушно вважають деякі вітчизняні дослідники, основна ідея інформаційного суспільства у соціогуманітарному вимірі полягає у досягненні нової фази розвитку – «суспільства знань» і забезпечення для всіх рівного доступу до них [4]. Таким чином, поняття інформаційного суспільства відображає об'єктивну тенденцію у соціальній еволюції, коли інформація (знання) стає однією з основних цінностей у житті людей [5], детермінуючи й трансформуючи розуміння свободи й відповідальності людини.

Визначні характеристики інформаційного суспільства як моделі, є по суті, ідентичними характеристикам постіндустріального суспільства. Головним чинником суспільних змін стає виробництво та використання інформації; теоретичне знання як вища цінність і основний товар стає чинником формування нової соціальної структури

суспільства, а також нових моделей управління. Якщо в індустріальну епоху в умовах капіталістичної економіки вирішальне значення мали власність і капітал, то в інформаційному суспільстві відбувається перехід до обслуговуючої економіки, коли домінуючу роль починає грати сфера послуг, причому послуг передусім інформаційних [6, с. 5].

Отже, зміни, що відбулися в результаті тотальної комп'ютеризації за останні 30 років виявилися такими глибокими й масштабними, що вони торкнулися серцевини соціального буття, способу життя людей, розуміння ними співвідношення свободи й відповідальності.

В інформаційному суспільстві зміниться уклад життя, система цінностей індивідів і соціальних груп, зростає значущість інформаційних цінностей по відношенню до матеріальних. Це тягне за собою підвищення питомої ваги моральних цінностей і їх віртуальну трансформацію.

Людина техногенної цивілізації розуміється як активно-діяльна істота, перетворювальна діяльність якої є її головним призначенням. При цьому діяльно-активний ідеал ставлення людини до природи поширюється і на сферу соціальних відносин. Для такого суспільства характерним є панування раціонального мислення, націленого на осмислення зовнішнього світу й використання знань для розвитку знарядь виробництва з метою збільшення їх ефективності, а також розуміння природи як об'єктивно існуючої закономірно функціонуючої реальності, пізнавши яку людина як розумна істота може поставити під свій контроль. «Широко відомо, – пише у зв'язку з цим А. Дж. Тойнбі, – що ті індивіди й колективи, зусилля яких повністю зосереджені на перетворенні сировини у світло, тепло, рух і різні предмети споживання, схильні думати, що відкриття й експлуатація природних ресурсів – діяльність, цінна сама по собі, незалежно від того, наскільки цінні для людства результати цих процесів» [7, с. 14]. Виникає машинізована, стандартна, байдужа до національних особливостей і відірвана від спадщини гуманізму масова культура, в якій нівелюються межі свободи й відповідальності, відносини особистої залежності перестають домінувати і підкоряються суспільним зв'язкам, внаслідок чого формуються нові системи цінностей.

В інформаційному суспільстві плюралістичність і мозаїчність життєвих практик і стилів стає визначальною характеристикою. «Все треба спробувати, випробувати: не лише кухню всіх народів, а й культуру, науку, релігію, сексуальність. Число використаних практик може наближатися до нескінченності. Можливі практики нам показують журнали в глянцевиx обкладинках або телекліпи. Цікаво, що виникла потреба може і не проявлятися у формі гострого бажання, специфічної переваги. Найчастіше це – дифузна цікавість» [8, с. 53-54]. Завдяки інформаційній доступності постмодернізм еkleктично поєднує у собі досягнення й цінності всіх культурних епох, вільно оперує ними і комбінує їх, маніпулює такими складними компонентами, як мозаїчність, роздробленість образів, знань і цінностей. Поняття «особистість» сьогодні повністю замінено поняттям «маска» [9], тобто, окремий аспект даного феномена стає самим феноменом.

Кардинальні зміни у ставленні людини до світу визначають тенденції переміщення уваги суб'єкта з духовної, інтелектуальної сфери на матеріальну, тілесно-речову, трансформації культу знання й освіти в культ задоволення і природності, звільнення від прагнення до ідеалу на користь прагматизму і утилітаризму, підміни творчості споживанням, життя – грою, реальних відносин – віртуальними [10-11]. Разом з тим, з

іншого боку, як справедливо зазначає Н. Ситкевич, «у разі, коли акцент зміщений у бік трансформації старих ціннісних пріоритетів, аксіологічні ефекти інформатизації включають усвідомлення таких основоположних принципів комунікації як свобода, відповідальність, права людини; перспективи «узгодження» нормативно-ціннісного різноманіття сучасного суспільства пов'язуються з принципами справедливості, гуманності та толерантності» [8, с. 30].

Традиційна філософія трактувала відносини з приводу інформації як суб'єкт-об'єктні, що є характерним для розвитку суспільства з переважанням матеріального виробництва. Тут основна увага приділялася інформації про природну й технічну реальності. У постіндустріальному суспільстві, яке характеризується домінуванням сфери послуг, відносини з приводу інформації зводяться, перш за все, до суб'єкт-суб'єктних відносин. На цьому етапі інформаційна реальність стає все більш важливою для соціальної реальності. В інформаційному суспільстві, де переважає виробництво інформації, виявляється домінування полісуб'єктних (мережових) відносин. Полісуб'єктність інформаційного суспільства визначається мережевими структурами одночасного обміну інформацією між безліччю різних взаємодіючих суб'єктів. Внаслідок цього формується метаінформаційна реальність другого порядку. Виходячи з цього, інформаційне суспільство можна вважати соціальною формою, що зароджується у постіндустріальній фазі розвитку цивілізації, яка характеризується домінуванням полісуб'єктних (мережових) відносин.

З мережовим принципом також пов'язані гнучкість і мінливість інформаційного суспільства. При впровадженні низки науково-технічних, соціальних і культурних програм помітно зростає комфортність людського існування, але виникають і негативні прояви як на глобальному, так і на індивідуальному рівні. Здебільшого неусвідомлене бажання володіти матеріальними і соціальними благами, яке формує зовнішнє середовище соціуму, призводить до стагнації внутрішньої духовної сфери, обумовлює приземленість, агресивність інтересів, загрузання у споживання, орієнтація на речі; відчуття й усвідомлення свободи й відповідальності за власні вчинки притупляється; самість розщеплюється від надлишку інформації й комунікацій, виникає відчуття нестійкості, невстигання за змінами, розтрачування сил, втрати пріоритетної орієнтації.

Вітчизняні дослідники інформаційного суспільства та численні дослідники з країн СНД фокусують увагу на тих труднощах і ризиках, з якими стикається сучасна людина, турбуючись найбільше про збідніння її внутрішнього світу, зменшення у ньому частки духовності.

Так, В. Андрущенко, Л. Горбунова, М. Култаєва, С. Пролєв та інші науковці стверджують, що сучасне суспільство, створюване глобалізацією і глобальним вільним ринком, характеризується переходом від раціональної утилітарної культури до змішаної глобальної культури; від політичної емансипації до політики «життєвого стилю»; від рівності до відмінностей; від організації, ієрархії до реорганізації, мереж; від фіксованої ідентичності до її плюралізації; від кінця ідеологій до варіації життєвих стилів і переконань [12].

У таких умовах відбувається формування нової людини. Тепер потреби людини розмежовуються на соціально опосередковані, де індивід виступає як вільний член соціуму і демонструє соціально значущу відповідальну поведінку [13], та індивідуально опосередковані потреби, які визначаються виключно суб'єктивними устремліннями до

власної реалізації. В. Кремень зазначає, що задоволення індивідуально опосередкованих потреб супроводжується виникненням нових цінностей – довіри, сердечності, щирості, симпатії особистості – тобто цінностей індивідуально-демократичних. Економічні надстатки і ера споживання продовжують проявляти себе як чинник персоналізації та підвищення відповідальності людей, примушуючи до постійної видозміни свого життя. Споживання розглядається як приклад персоналізації. Мета такого споживання – не тільки гедонізм, але й інформація, інтерес – не лише до насолоди життям, а й до внутрішнього оновлення, а результат – поява поінформованого і наділеного відповідальністю індивіда. У даній ситуації людина стає більш вільною – у реалізації повсякденних потреб, у спілкуванні та освіті, у прагненні до розваг, в моді, в мистецтві, мета яких – звільнення особистого "Я". Сьогодні успіх асоціюється не з володінням речами, а з якістю життя. Внаслідок цього, саме по собі матеріальне благополуччя втрачає свою значимість, а на перший план виходять проблеми поєднання безпеки і свободи, справедливості й відповідальності. Одночасно перетворення науки і знання на виробничу силу робить очевидною кореляцію між освітою і достатком, підвищуючи соціальний статус їх носіїв. Це у свою чергу змінює ставлення до інформації, у бік якої зміщується споживання, що стимулює генерацію нових знань. Своєрідність цього періоду становить пріоритет індивідуального начала над загальним, психології над ідеологією, різноманіття над однаковістю, свободи над примушенням [14, с. 3].

А. Тадаєва особливо актуалізує увагу на тому, що невід'ємною складовою процесу соціалізації (з усіма її компонентами: адаптація, інтеграція, індивідуалізація) людини інформаційного суспільства в сучасному інформаційному просторі є «медіасоціалізація», органічною частиною якої є кіберсоціалізація. Остання забезпечує соціальний розвиток людини через інтернет-простір, впливаючи на якісні зміни структури самосвідомості особистості. Люди різного віку мають неоднакові адаптаційні можливості й по-різному адаптуються до сучасного інформаційного простору. Люди похилого віку є носіями загальнолюдських цінностей, але їм складно адаптуватися до сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, повноцінно їх використовувати, що загрожує їх маргіналізацією. Сучасний інформаційний простір розширює професійні можливості дорослих, а відтак – ступінь свободи; молодь є найактивнішою групою, яка використовує нові медіа; діти найлегше використовують всі технічні новинки, вони без труднощів адаптуються до сучасного інформаційного простору, але, не маючи реального соціального досвіду, можуть потрапити в несприятливу ситуацію, втратити органічний зв'язок з системою традиційних цінностей, діяти безвідповідально [15, с. 335].

Практично усі наведені автори сходяться до того, що деградація людини не зупиняється, і цей процес може все інтенсивніше набирати обертів. Звідси виникають проблеми: людина, багато маючи в матеріальному плані, не може досягти внутрішньої гармонії, умиротворення, злагоди з собою. Однією з причин такого стану справ є те, що життя у людини одне і сили її організму не безмежні. Тому, йому рідко вдається однаково активно діяти у багатьох і різних за своїм змістом напрямках і досягати при цьому всюди очікуваного результату. Прийнято вважати, що чим менше хтось розкидається у своїх цілях, думках, контактах, тим більш значущих успіхів він досягає. Наявність свободи волі допомагає людині зробити вибір: або приділяти уваги своєму внутрішньому світу, розвитку духовності, або основні сили спрямовувати у зовнішнє середовище, щоб досягти володіння матеріальними та соціальними благами, настільки активно пропонованими їй у

користування інформаційною цивілізацією. Для людини тепер стає настільки характерною заглибленість у світ «речовий», що її думки обертаються навколо теми придбання товарів, зміцнення фінансової спроможності. А ось усвідомлена необхідність відповідальної життєдіяльності, акти трансценденції, метафізичного здійснення до вищих ідеалів і моральних цінностей зникають з людського буття. Не випадково Ю. Хабермас називає сучасну епоху «постметафізичною» [16, с. 15].

Крім того, пасивне споживання інформації, причому, в цифровому вигляді, все більше витісняє активні форми дозвілля, творчості, пізнання, формує жорсткість мислення, позбавляє людей безпосереднього спілкування один з одним. Звуження персонального простору, відчуження від живої природи викликає мимовільне прагнення до спрощення картини світу, боязнь прийняття рішень, страх відповідальності [17].

Інформаційна цивілізація, до якої дійшло людство, змінює не просто статус інформації, тобто роль її позитивних наслідків, а й різко розширює негативні можливості. Ми отримали сильнодіючий засіб, для якого немає меж. Звідси, з одного боку, роль інформаційних систем і мереж посилює суспільство й державу, з другого — ослабляє, оскільки такі системи і мережі стають основною метою супротивника або опонента. Інформація починає нести в собі як творчу, так і руйнівну силу, що значно посилюється [18, с. 148].

Перетворення в останні десятиліття XX ст. соціальної реальності в нестабільну, фрагментарну, еkleктичну через посилення інформаційних потоків явно корелює зі зростанням у житті людей ролі різного роду симулякрів – образів реальності, що заміщають саму реальність.

Категорію «симулякр» можна визначити як «вислизаючу» від ясного й однозначного тлумачення. Тому її ретельне дослідження, а також вивчення змін в аксіосфері, що відбуваються під впливом процесів симуляції, стає важливим науковим завданням, що має світоглядне й методологічне значення. Виявлення фундаментальних цінностей класичної культури, що зазнають певних труднощів у зв'язку з процесами симуляції, віртуалізації, мережевізації в умовах постійної соціокультурної модернізації, також набуває особливої актуальності [19, с. 67].

Симулякр – це образ відсутньої дійсності, правдоподібна подоба, позбавлена оригіналу, поверхневий, гіперреалістичний об'єкт, за яким не стоїть будь-яка реальність. Це марна форма, автореферентний знак, артефакт, заснований лише на власній реальності.

З часів епохи Відродження, пише Ж. Бодрійяр, разом зі змінами закону цінності, послідовно змінилися три порядки симулякрів: *підробка* становить панівний тип «класичної» епохи, від Відродження до промислової революції; *виробництво* становить панівний тип промислової епохи; *симуляція* становить домінуючий тип нинішньої фази, регульованої кодом. Симулякр першого порядку діє на основі природного закону цінності, симулякр другого порядку – на основі ринкового закону вартості, симулякр третього порядку – на основі структурного закону цінності [20, с. 113].

Ці три порядки надані у його роботі «Символічний обмін і смерть». У праці «Симулякри і симуляція» Бодрійяр наводить вже п'ять стадій розвитку феномена симуляції, що прагне до завершеності: він є відображенням базової реальності; він маскує й спотворює базову реальність; він маскує відсутність базової реальності; він не має ніякого відношення до будь-якої якої реальності: він є своїм власним чистим симулякром [21]. Навіть і більше: самі поняття свободи й відповідальності стають симулякрами.

У контексті репрезентативної моделі симулякри як образи, відірвані від дійсності, є невід'ємною стороною комунікативного середовища сучасного соціуму. Як і інші образи, створювані численними інформаційно-комунікативними технологіями кінця ХХ – початку ХХІ ст., у тому числі й віртуальної реальності, вони утворюють досить ефективну мотиваційну сферу ціннісної свідомості людини постіндустріальної епохи [22-23].

В історичній системі симулякрів, розглянутій Ж. Бодрійяром, панівним типом нинішньої фази розвитку соціуму стає «симуляція», яка спирається на «структурний закон цінності», а споживання вивільняється від його звичного значення як «процесу задоволення потреб», навпаки – сам процес виробництва і споживання активно формує потреби. Споживання, як вважає Ж. Бодрійяр, аж ніяк не є пасивним станом поглинання і присвоєння, який протистоїть стану виробництва, але виступає як активний модус відносин – і «не лише до речей, а й ... до всього світу», саме в ньому «здійснюється систематична діяльність і універсальний відгук на зовнішні впливи, ... на ньому ґрунтується вся система нашої культури» [21]. Сучасна людина виступає як активна відносно вільна особистість, що проявляє свої особливі, індивідуальні якості у процесі споживання. Поняття «споживання» Бодрійяр звужує до діяльності систематичного маніпулювання знаками, але не сприймає як матеріальний процес. Зміст речі, ступінь її корисності визначається не споживчою вартістю, досить універсальною, а його високоіндивідуалізованою символічною цінністю. Речі у такій системі відносин не можуть бути порівнянні одна з одною за ознакою еквівалентності, більше того, цінність кожної окремої речі не є закріпленою, але довільно встановлюється в рамках індивідуальної системи потреб.

Досліджуючи цей аспект, філософи розмежували потреби людини на соціально опосередковані (потребу), де індивід виступає як член соціуму і демонструє соціально значуща поведінка, і індивідуально опосередковані (хочу), які визначаються виключно суб'єктивними устремліннями до власної реалізації у споживанні. Задоволення індивідуально опосередкованих потреб супроводжується індивідуалізацією особистості, яка проявляє себе в бажанні людини бути самою собою, виступати «оператором», який має можливість вільного вибору, бути відмінним від інших індивідів і поведінкою, і смаками, звільнитися від приписуваних суспільством ролей і соціальних правил, нести відповідальність за своє життя і оптимальним чином розпоряджатися своїм естетичним, емоційним, фізичним, емоційним та іншим досвідом, тобто, бути самостійною особистістю. Інтенсифікація подібного прагнення може призвести до надмірного, крайнього індивідуалізму, абсолютизації індивідуальної свободи і виступати смисложиттєвою позицією людини в інформаційній світоглядній парадигмі.

Занепад реальності, описаний Бодрійяром, означає, що замість «старої» реальності виникає «нова». В результаті розречевлення суспільство набуває рис, описання яких дає можливість використовувати поняття віртуальної реальності, в яку занурюється людина інформаційного суспільства. Вона починає сприймати світ як ігрове середовище, усвідомлюючи його умовність, керованість його параметрів і можливість виходу з нього. Розрізнення старого і нового типів соціальної організації за допомогою дихотомії «реальне / віртуальне» дозволяє ввести поняття віртуалізації як процесу заміщення інституалізованих практик симуляціями [10, 24-25]. Таким чином, термін «віртуалізація» не тільки виявляється адекватним феноменам, описуваним як інформатизація та

розречевлення, але навіть постає як більш евристичне, ніж два останніх концепти, оскільки відкриває перспективу концептуалізації не «кінця» або «зникнення» попереднього суспільства, а процесу формування нового. З цього можна припустити, що віртуалізується не тільки соціум, у якому віртуалізуються свобода й відповідальність, а й породжена цим соціумом особистість [11, 19, 26].

Отже, інформаційне суспільство стає схожим на віртуальну реальність і може описуватися за допомогою її характеристик [27]. Віртуалізація у даному випадку – це будь-яке заміщення реальності її симуляцією із застосуванням логіки віртуальної реальності. Результатом подібного ретушування меж діяльнісного ареалу людини стає емоційна нестабільність, прагнення прикритися грою, запереченням ієрархій, безтурботними веселощами. Крім того, відбувається зміщення центру внутрішнього духовного світу в бік культу тіла як найбільш очевидної й непереборної цінності. Для тілоцентризму виявляється характерним перехід від слова до тіла, від інтелектуальності й духовності до тілесності, від вербальності до зорового образу, від раціональності до «нової архаїки», коли в центрі ментальності виявляється тіло, плоть. Також виникає підвищена увага до катастроф, апокаліптичних сюжетів – усього того, що може зруйнувати тіло і до того, що забезпечує тілесне задоволення (сексуальна свобода, наркотики, розваги, що ведуть до зміни відчуттів). Сучасні рекламні технології лише підсилюють такі інтенції, активно експлуатуючи й культивуючи зображення і практики тіла [28-29].

У сучасному світі найважливішою об'єктивною обставиною становлення людини виявляється інформаційна доступність, яка трактується як загальна інформаційна прозорість, максимальна інформаційна насиченість, інтенсивність інформаційних потоків і фантастично швидкоплинна їх зміна. В інформаційному суспільстві всі люди виступають споживачами масової інформації – зараз практично кожен підключений до інформаційних мереж так само, як до житлово-господарських комунікацій; радіо, телебачення, газети, телефон, персональні комп'ютери несуть масу інформації кожній родині. Споживач інформації перетворюється на ненаситного поглинача інформації.

Індивідуальна, групова й масова свідомість в усе більшій мірі піддається агресивним інформаційним впливам, що завдає шкоди психологічному і моральному здоров'ю населення, руйнує моральні норми життя і призводять до дестабілізації соціальної ситуації. Для розуміння механізмів інформаційного впливу на масову, групову та індивідуальну свідомість доцільно звернутися до категорії «інфологема» (*термін В. Когана*) – неякісна або помилкова інформація, створювана для заміщення базових фактів артефактами. Інфологеми з'являються як результат неусвідомлених помилок або свідомих, цілеспрямованих маніпулятивних впливів. Вони мають здатність до розширеного відтворення, самопримноження і об'єднання в системи. Інфологеми впливають на людину протягом практично необмеженого часу, оскільки легко потрапляють в інформаційний фонд та тезауруси, стають їх елементами і як такі беруть участь у формуванні спотвореної картини світу. Засоби й методи маніпулятивних впливів на людину стають все більш витонченими і застосовуються повсюдно. У людини – об'єкта маніпулювання – формується почуття практично безмежної свободи, створюється враження, що вона сама керує своєю поведінкою, здійснюючи усвідомлений вибір на основі раціонального аналізу ситуації. Інфологеми формують стійкі стереотипи індивідуальної та соціальної поведінки і здатні дезорієнтувати цілі покоління, призвести

до нівелювання ціннісних систем. Значна частина соціально-психологічних інфологем має у своїй основі єдність двох властивих людині особливостей: ксенофобії, ненависті до іншого (чужинця) і прагнення знайти ворога – винуватця всіх негараздів.

В інформаційному просторі у величезних кількостях і з небаченою швидкістю продукуються соціальні, політичні, художні, релігійні міфи, і, як факти соціального життя, незважаючи на свій ілюзорний характер, здійснюють цілком реальний вплив на суспільство. Новий міф перетворився на засіб соціальної мобілізації та маніпуляції суспільною свідомістю. Сучасна культура продовжує інтенсивно продукувати міфи, покликані зв'язувати й каналізувати суспільну енергію, задовольняти запити суспільства хибними цінностями масового споживання, наприклад, простимулювати споживання продуктів, як це робить реклама, створити за допомогою телебачення привабливий імідж політичного діяча або естрадної «зірки», зайняти увагу глядача черговим бойовиком або «мильною оперою» за допомогою кінематографа й телебачення.

Новий міф виступає у вигляді неправдивої мобілізуючої структури, здатної безболісно вписувати людину й маси у соціальну реальність, створюючи при цьому у своїх adeptів враження істинності і стану психологічного комфорту. Так, наприклад, настільки широко впроваджена в масову свідомість телевізійна реклама здійснює значний вплив на культурно-інформаційний простір, що створюється нею, багато в чому за принципом міфологізації дійсності. Інформація, оформлена в оболонку міфу, набуває чуттєво-виразної конкретності, легко запам'ятовується, естетизує життєвий світ сучасної людини і кидає її, в кращому випадку, в обійми ілюзій, а в гіршому – робить об'єктом різних маніпуляцій, у тому числі й політичних [30].

Варто зазначити, що інформаційне суспільство – саме по собі у деякій мірі є соціальним міфом, привабливість якого в тому, що він експлуатує таке найбільше науково-технічне досягнення, як інформаційно-комп'ютерні комунікації. Чарівність міфу інформаційного суспільства така, що проти нього не встояли не тільки кібернетики та інформатики (нерозумно відмовлятися від такої розкішної реклами), але й гуманітарії, почесне місце яким у цьому гіпотетичному суспільстві зовсім не гарантоване. Справа в тому, що в інформаційному суспільстві знецінюються усталені традиційні освітні, пізнавальні та інші цінності і дедалі більшим попитом користуються не інтелігенти, а інтелектуали-технократи, які зорієнтовані на особистий успіх. Інформаційні потреби інтелектуалів будуть задовольняти глобальні електронні павутини, а не книги.

Втрата приватності, характерна для активної діяльності інформаційних мереж, створює основу для процесу уніфікації особистості й деперсоналізації. Інформаційна відкритість не тільки не перешкоджає індивідуалізації, але також сприяє впровадженню у свідомість безпрецедентно масових стандартів, які часто на узгоджуються з традиційними уявленнями про свободу людини і її відповідальність за результати своєї діяльності.

Людина у усі часи у своїй діяльності надихалася певним колом ідей та цінностей, що генеруються загальноновизнаними героями. Дослідники констатують, що сьогодні місце героїв зайняли так звані квазісуб'єкти – віртуальні збірні стереотипи, які активно культивуються, найчастіше, політичною та торговою рекламою. Як справедливо стверджує Д. Іванов, у рекламних кліпах конструюється квазісуб'єкт, який нібито й робить правильний вибір [27]. Таким чином, формуються ціннісні стереотипи, починаючи від рівня здорового способу життя до соціальної спрямованості й мотивації, а сучасні герої-квазісуб'єкти проповідують головну сучасну цінність – споживання.

У традиційному та індустріальному суспільствах переважною формою комунікацій була аксіальна комунікація (що з'єднує тих, хто відправляє й отримує точно адресоване повідомлення), і, відповідно, сфера спілкування була, перш за все, сферою циркуляції сигналів особистої спрямованості. У постіндустріальному суспільстві ситуація змінюється: сигнали колективної спрямованості визначають сферу спілкування кожної конкретної людини. Індивід постмодерну – це людина, що існує в системі ретиальної комунікацій (яка не має строго визначених суб'єктів спілкування). Це нове середовище спілкування формує сучасна масова культура, ЗМІ, реклама тощо. Сьогодні практично знецінилося живе індивідуальне спілкування: майже ніхто не звертається до людини індивідуально. Прийнято звертатися до цілих груп, субкультур, носіїв єдиного стилю («шановні телеглядачі», «радіослухачі», «панове»). Людина все більше спілкується не з реальними людьми, а з квазісуб'єктом – віртуальним усередненим типом, який синтезує у собі характерні риси безлічі людей [31]. Звідси – відчуття повної свободи, неконтрольованості, безвідповідальності сучасної людини.

Теоретики постіндустріалізму виходять з того, що у повсякденній свідомості в силу об'єктивних обставин смисложиттєві питання вже не перебувають у конкретно-практичній площині (людина позбавлена необхідності постійно працювати, щоб підтримувати життя тіла, продовження роду також перестає бути незаперечною домінантою). Дійсна унікальність сучасної ситуації полягає в тому, що питання про сенс життя прирівняли до питання: «Як витратити величезну масу вільного часу?» [8, с. 64].

Якщо «звільнені» від роботи люди отримують від суспільства необхідні їм засоби для життя, явище це в принципі можна оцінювати позитивно. Але це лише одна сторона медалі, є й інша. Людина, добровільно або недобровільно втрачаючи роботу, втрачає тим самим і своє основне, притаманне більшості людей уявлення про сенс життя як постійної трудової діяльності для підтримки свого власного існування і забезпечення своїх близьких. Вихід з цієї скрутною ситуації теоретики постіндустріалізму вбачають у зміні провідного типу діяльності: навчання замість праці. Безперервне становлення, саморозвиток особистості – все це має стати головною ідеєю людини постіндустріального суспільства. Так, А. Шафф пропонує докласти зусиль для цілеспрямованого формування нових типів людини – *Homo Studiosus* і *Homo Universalis*. Людина Універсальна розуміється ним як всебічно освічена, спроможна до зміни професії і тим самим – позиції в суспільному розподілі праці. Крім того, він зауважує, що людина інформаційного суспільства знаходиться у стані цейтноту, в стані гравця, якому загрожує програш, оскільки йому залишилося занадто мало часу для того, щоб зробити необхідну кількість ходів, необхідних для зміни природи людини. Усе це вимагає величезної підготовчої роботи й осмислення, які ще й не почалися, а «час не чекає, якщо ми не хочемо створити соціальну патологію» [32, с. 319-320]. Цим А. Шафф визнає існування певної загрози внутрішнього стану особистості в нових умовах.

Наявність у людини засвоєного нею сенсу життя є позитивною цінністю, оскільки визначає навіть її психічне здоров'я. Сучасна економіка споживання несе в собі елементи, що представляють загрозу цій цінності і психічному життю людей. Загроза ця пов'язана з іманентно властивим постіндустріальному суспільству структурним безробіттям в результаті автоматизації та роботизації. Робота завжди виступала символом самостійності, соціальної повноцінності, інструменту соціальної самоідентифікації, шляхом до відповідного соціального статусу, без чого зникає стимул і в життя

закрадається нудьга – в сенсі повної відсутності інтересу до всього, чим живе суспільство. Оскільки головним «інстинктом» сучасної людини є споживання, то й порожнечу, яка виникла внаслідок відмирання звичного уявлення про сенс життя, вона заповнює споживанням – споживанням продукції індустрії розваг. Цей яскравий калейдоскоп ілюзорних ігор спроможний повністю або частково дезорієнтувати свідомість «розмити» усвідомлення цінності того чи іншого феномена, тієї чи іншої речі. Без серйозної та відповідальної роботи людина поступово втрачає розуміння реальності. Світ навколо настільки мозаїчний і в той же час привабливий, що увага постійно розщеплюється, а особистісний світогляд вже більше не представляє собою цілісну гармонійну систему.

Засоби масової комунікації (як відображення, провідник інформації) на рівні віртуальної реальності стали відтворювати складні структури і порядки і впливати на світ об'єктивної реальності, не тільки відображаючи, а й конструюючи його на свій розсуд. Вони повсюдно занурюють людину не в об'єктивну інформацію, тобто в незалежні за змістом від бажання і волі людей зв'язки і відносини [33], а у віртуальну реальність, у віртуальні об'єктивовані зв'язки й відносини, у віртуальну інформацію, що представляє собою «вторинну інформацію» – опредметнені матеріалізовані людські знання, цінності, ідеали, інтереси тощо. У цих, віртуальних об'єктивних зв'язках і відносинах є інше – нове, багато в чому нами ще не зрозуміле звучання (поняття, зміст) і цілей, і ідеалів, і обов'язків, і справедливості і інших суб'єктивних проявів. У принципі, суспільство інформаційних комунікацій – це прорив людини в царину багато в чому для нас невідомого, але вже і зараз очевидно – багато в чому й небезпечного [8, с. 38].

Поява комунікацій створила чимало можливостей для інформаційно-пізнавального розвитку людини, але разом з тим, електронні комунікації саме цією «вторинною» віртуальною інформацією сковують розум людини. Вона, як справедливо зазначає В. Кутирєв, може (прагнути) замикатися в горизонті віртуальної реальності, і важко її покидає, аж до божевілля [34]. У цьому сенсі віртуальна реальність втягує людину у світ ілюзорної інформації та реальності, в якій вона шукає порятунку, але яка таїть у собі небезпеку, спричинену стійкою залежністю. Але небезпека занурення у таку реальність полягає ще й у тому, що в такій ситуації людина не прагне до осмислення потоків інформації, які часто не мають ціннісної наповненості, глибокого аналізу і не вимагають від неї зробити свідомий інформаційний вибір з етичної точки зору. Це, у свою чергу, обумовлює і віртуальну (ілюзорну за змістом) поведінку суб'єкта – активність без можливості відповідальності за прийняте рішення.

**Висновки.** Отже, підсумовуючи сказане, зазначимо, що причиною віртуалізації інформаційного суспільства є об'єктивна потреба у переході інформаційних технологій на новий якісний рівень, а також, іманентна людині ціннісно наповнена потреба у творчості, у створенні нової реальності, таких світів, по відношенню до яких вона була б творцем, відчувала максимальну свободу. Подібні діяльні інтенції, що базуються на віртуалізації інформації, визначають її ціннісну рефлексію і відбір з позицій людиновимірності. Ведучи мову про структурні складові суспільства, слід зазначити, що суспільство, це, перш за все, люди, кожна людина зокрема, яку завжди цікавила і буде цікавити вона сама. Для того, щоб людина могла самовизначитися у суспільстві, бути вільною, їй необхідні внутрішні критерії, тобто система цінностей, ціннісних орієнтацій. Остання визначає змістовну сторону спрямованості особистості і складає основу її ставлення до навколишнього світу,

до інших людей, до себе самої, основу світогляду і ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції і філософії життя.

Етичні трансформації інформаційного суспільства найбільше пов'язані з темою соціальної стійкості особистості, яка часто не усвідомлює межі своєї свободи й відповідальності в інформаційному просторі, оскільки: а) не готова до цієї свободи і, тим більше, до відповідальності емоційно та інтелектуально; б) не сформувала на сьогодні відповідні алгоритми структурування та критичного осмислення інформації, які, знов-таки, мають співвідноситися зі сформованими аксіологічними комплексами.

Інформаційне суспільство – це суспільство, в якому відбуваються інтенсивні світоглядні трансформації, де головними цінностями стають інформація, а також пов'язані з нею симулякризація й віртуалізація, що стимулюють зміни аксіологічних пріоритетів, взаємини і комунікації людей, співвідношення свободи й відповідальності. При цьому, сама цінність людської особистості знижується за рахунок превалювання аспектів утилітарності і прагматичності, як в контактах, так і в тій інформації, якою людина оперує.

### Використана література

1. Сучасне суспільство: філософсько-правове дослідження актуальних проблем: монографія / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань, С. Б. Жданенко та ін.; за ред. О. Г. Данильяна. Харків: Право, 2016. 488 с.
2. Dzeban O., Aleksandrova O., Vinnikova N. Axiological portrait of information society. *Схід. Аналітично-інформаційний журнал*. 2019. № 5 (163). С. 13-19.
3. Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций. URL: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/kostina\\_information\\_society](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/kostina_information_society) (дата звернення 12.10.19).
4. Інформаційне суспільство в світі та Україні: проблеми становлення та закономірності розвитку: колективна монографія / за ред. д. філософ. н., проф. В. Г. Воронкової. Запоріжжя: Вид-во ЗДА, 2017. 292 с.
5. Дзьобань О. П., Кальницький Е. А. Зародження концептуальних підходів до розуміння сутності і специфіки інформаційного суспільства. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2013. Вип. 5 (19). С. 3-15.
6. Дубов Д. В., Ожеван М. А., Гнатюк С. Л. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості. Київ: НІСД, 2010. 29 с.
7. Тойнби А. Дж. Постижение истории: сборник. Москва: Прогресс: Культура, 1996. 606 с.
8. Ситкевич Н. В. Особенности трансформации нравственных ценностей в условиях информационного общества: этико-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук. Новомосковск, 2011. 139 с.
9. Савченко А. А. Постмодернизм як соціокультурне явище. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2011. Вип. 33. С. 196-202.
10. Дзьобань О. П., Мелякова Ю. В. Раціональні засади віртуальної реальності. *Політологічний вісник. Збірник наукових праць*. 2012. Вип. 59. С. 8-15;

11. Дзьобань О. П., Соснін О. В. Віртуальна реальність суспільства постмодерну як соціокультурне тло соціалізації «людини інформаційної». *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць*. 2017. Випуск 69 (1). С. 69-76.
12. Філософія і методологія розвитку вищої освіти України в контексті євроінтеграційних процесів / В. Андрущенко, Л. Горбунова, М. Култаєва, С. Пролев та ін. Київ: Педагогічна думка, 2011. 320 с.
13. Дзьобань О. П., Рубан О. О. Відповідальність: до проблеми концептуалізації категорії. *Інформація і право*. 2019. № 4 (31). С. 9-19.
14. Кремень В. Г. Інноваційна людина і сучасна освіта. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки*. 2013. Вип. 110. С. 3-5.
15. Тадаєва А. В. Особливості соціалізації людини в сучасному інформаційному просторі. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2013. Вип. 17 (2). С. 329-337.
16. Хабермас Ю. Будущее человеческой природы. На пути к либеральной евгенике? / пер. с нем. М. Л. Хорькова. Москва: Весь Мир, 2002. 143 с.
17. Дзьобань О. П., Пилипчук В. Г. Інформаційне насильство та безпека: світоглядно-правові аспекти: монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Пилипчука. Харків: Майдан, 2011. 244 с.
18. Дзьобань О. П., Панфілов О. Ю., Соболева С. М. Інформаційне насильство: змістовний аспект. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія. 2016. № 1 (28). С. 136-151.
19. Данильян О. Г., Дзьобань О. П. «Симулякр»: концептуалізація феномена у постнеокласичній філософії. *Інформація і право*. 2016. № 2 (17). С. 66-76.
20. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / пер. с фр. С. Н. Зенкина. 3-е изд. Москва: Добросвет; КДУ, 2009. 389 с.
21. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. URL: [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml) (дата звернення 07.03.2020).
22. Дзьобань О. П. Філософія інформаційних комунікацій: монографія. Харків: Майдан, 2012. 224 с.
23. Дзьобань О. П. Філософія інформаційного права: світоглядні й загальнотеоретичні засади: монографія. Харків: Майдан, 2013. 360 с.
24. Дзьобань О. П., Жданенко С. Б. Віртуальна реальність: метафізичний сенс. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2012. Вип. 2 (12). С. 97-104.
25. Дзьобань О. П., Жданенко С. Б. Віртуальні комунікації: роль і місце у сучасному світі. *Правова інформатика*. № 2 (46). 2015. С. 9-16.
26. Дзьобань О. П. Діалектика глобалізації віртуальної реальності й суспільного розвитку. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць*. 2012. Випуск 63 (№ 8). С. 254-260.
27. Иванов Д. В. Виртуализация общества: Версия 2.0. Санкт-Петербург: ПВ, 2002. С. 29-34.
28. Карповець М. Тіло, мода, ідентичність: постмодерні конфігурації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Філософія. 2013. Вип. 14. С. 156-160.
29. Шкіль Л. Л. Тілоцентризм як нове явище Постмодерну. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип. 94. С. 169-172.
30. Дзьобань О. П. Сучасний віртуальний простір: конгеніальність віртуальності й міфу. *Стратегічні пріоритети*. Серія «Філософія». 2017. № 3. С. 163-170.

31. Ігнатенко В. Самотній квазісуб'єкт у епоху постмодерну: критика глобалізованого суспільства. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*. 2011. № 2. С. 88-93.
32. Шафф А. Куда ведет дорога? *Философия истории. Антология*. Москва: Аспект-Пресс, 1995. С. 311-321.
33. Никитин Л. Н. Виртуальность – этап или тупик ноосферы? *Творческое наследие В. И. Вернадского и современность: сборник трудов Международной конференции 10-12 апреля 2001 г.* Донецк: «Донбасс», 2001. С. 373-377.
34. Кутырев В. А. Оправдание бытия. URL: <http://www.elcom.ru/~human/kutyrev/opravdanie.html> (дата звернення 07.03.2020).