

УДК 159.923.2:004]:316.324.8

DOI

*Л. А. Усанова*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2346-9122>*кандидат філософських наук,
доцент кафедри філософії**Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка**Г. Г. Супрун*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0256-3117>*аспірант кафедри філософії**Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка*

ЦИФРОВА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Постановка проблеми. Розвиток і активне впровадження цифрового технологічного простору у XXI столітті змінює звичний уклад суспільного життя, тим самим породжуючи нові форми міжособистісної взаємодії і власної репрезентації. В публічному просторі з'являється додаткова платформа для індивідуалізації – віртуальна, яка може підтвердити або доповнити існуюче офлайн-життя, чи навіть сконструювати нову й унікальну реальність, яка буде включати як самого індивіда, так й індивіда-як-Іншого та індивіда мережевої спільноти. Подібна мережева репрезентативність дозволяє реалізувати себе різноманітніше і, можливо, повніше, адже в даному випадку цензуючі соціальні фактори (сила традиційних норм, деанонімність) мають значно менший вплив або взагалі ігноруються. Такі тенденції уможливають конструювання «мобільної» ідентичності безвідносно до пануючих соціальних приписів, стереотипів, моделей поведінки. Аналіз даних процесів є актуальним, оскільки усвідомлення сучасного розвитку сфер суспільної взаємодії дозволяє повніше репрезентувати свою індивідуальність і виокремити тенденції подальшого розвитку міжособистісної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль мережевих технологій у житті людини була досліджена в працях Е. Тоффлера («Третя хвиля»), М. Кастельса («Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура», «Галактика Інтернет»), Н. Лумана («Соціальні системи. Нариси загальної теорії»). З. Бауманом було приділено значну увагу проблематиці процесу глобалізації у модерному і постмодерному світі, зокрема, слід виокремити його роботи «Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства» і «Про постмодерн». У своїй статті «Від паломника до туриста» він сформулював концепцію «людини-кочівника», яка перегукується з ідеєю «номадичного суб'єкта» Ж. Дельоза і Ф. Гваттарі («Тисяча плато: капіталізм і шизофренія»). У праці Ч. Тейлора «Етика автентичності» проаналізовано явище індивідуалізації людини в

соціальному середовищі. Проблему ідентичності було досліджено і рядом вітчизняних науковців, серед яких слід виділити Л. Нагорну, В. Ляха, В. Андрущенко, П. Гнатенка. В їх роботах було акцентовано увагу на проблематиці індивідуальної самопрезентації як актуальної проблеми сучасного розвитку суспільства.

Мета статті – дослідити феномен мережевої ідентичності як модулю самопрезентації особистості в інформаційну епоху.

Об'єкт – інформаційне суспільство.

Предмет – вплив цифрових технологій на формування ідентичності засобами Інтернет-простору.

Завдання:

- 1) розглянути особливості міжособистісної комунікації в інформаційному суспільстві;
- 2) визначити риси цифрової ідентичності та соціалізації в інформаційну епоху.

Виклад основного матеріалу. Якщо на початку свого розвитку мережа Інтернет слугувала, здебільшого, інформаційно-пізнавальною платформою, то з поширенням і доступністю цифрових технологій відбулось трансформування її до соціально-комунікативного простору: з'являються мережеві спільноти різних напрямків, що дозволяє знайти однодумців, подолати внутрішню самотність в повсякденному житті, проявитись в інших формах активності. У доцифровому світі на формування подібного кола спілкування могли витратитися роки (що пояснюється просторово-часовою обмеженістю міжособистісних взаємозв'язків), та у віртуальному світі стати «одним із» цілком посилено за вечір. В додаток до легкості входження в співтовариство, не буде труднощів стосовно виходу і зміни власної позиції через переорієнтацію в умовах інформаційно-комунікативних впливів. Так індивідуалізація особистості набуває динамічного характеру відповідно до нових змінних, які можуть виникати як в інформаційному полі, так і в межах міжособистісної комунікації: «Інформація стає товаром,

але інформація і знання не є тотожними. Все більшу цінність здобувають важливі й ексклюзивні знання. Єдине ж, в чому люди можуть бути впевненими, так це в тому, що будь яке знання є тимчасовим, а істина повинна переглядатися» [1, с. 83].

З поширенням ролі інтернет-ідентичності як суспільного явища, власна соціальна презентація стає важливою умовою онлайн і офлайн життя. Так подія, яка не була зафіксована за допомогою цифрових гаджетів, вважається малозначимою чи взагалі знеціненою, адже поділитись в соціальних мережах власною розповіддю чи згадкою (без підкріплення аудіо-відео-фото матеріалів) є не так статусно. Відбувається активна симуляція реальності з допомогою цифрових технологій, де віртуальність стає все більш важливою за існування офлайн: «Перемогу здобула інша стадія цінності, стадія повної відносності, всезагального підлаштування, комбінаторики і симуляції. Симуляції в тому сенсі, що всі знаки обмінюються один на одного, але не обмінюються більше ні на що реальне» [1, с. 4].

У процесі впровадження і розвитку цифрових технологій користувачі Інтернету отримали можливість самостійно створювати і поширювати контент, чим раніше займалися переважно офіційні ЗМІ. Так звана «громадянська журналістика» дозволяє скорочувати час від фіксування події до її донесення до аудиторії. Відтак, інформаційне поле переповнюється інсайдами, достовірність яких дуже часто не відповідає дійсності або ж є маніпулятивними (вигідні факти вирвані з цілісного контексту). Так, прикладом може слугувати розповсюдження інформації під час пандемії COVID-19. В силу відсутності на початкових етапах достовірних фактів симптоматики, поширення і лікування інфекції, інформаційне поле було переповнене «сенсаційними» повідомленнями різного характеру як від рядових користувачів Інтернету, так і офіційних представників держав [6]. На проведення якісних досліджень особливостей пандемії потрібен був час, і, відповідно, через певний період більшість оприлюдненої інформації стала неактуальною в силу своєї недостовірності, а поширення суб'єктивних повідомлень на основі вирваних з контексту фактів можна класифікувати як дезінформацію і маніпулятивну поведінку в корисливих цілях. Якщо раніше поширювана ЗМІ інформація передбачала авторство і відповідальність, то в даному випадку оприлюднені матеріали можуть бути без запиту взяті в іншого користувача, стати фрагментом гіпертексту без авторства чи встановлення першоджерела. Інформаційний простір переповнюється фейковими дописами – інформація навмисно або випадково подається спотвореною, емоційно забарвленою, що впливає на формування відповідних суспільних настроїв.

Ми очевидці й учасники епохи «постправди», де об'єктивні й перевірені факти поєднуються чи навіть поступаються своїм місцем повідомленням, які спрямовані безпосередньо на емоційну реакцію як окремих індивідів, так і широких соціальних груп в цілому: «Постправа пов'яже чи вказує на обставини, в яких об'єктивні факти менш впливові у процесі формування суспільної позиції, ніж звернення до емоцій і персональних переконань» [9, с. 593]. Шокуюча інформація (незалежно від її позитивної чи негативної спрямованості) сприймається набагато краще, аніж доконані й перевірені повідомлення, проте позбавлені «пристрасті», а тому не актуальні. Явище «постправди» слід розглядати як інформацію (ствердження) з багатогранними можливостями інтерпретації без претензії на об'єктивність. Як наслідок – маніпуляція і дезінформація в інформаційному полі.

В Інтернет-мережі поширеною є практика слактивізму (від англ. slacker – ледащо і activism – активність). Вона полягає у прагненні користувачів здійснити блага соціальну дію, проте яка не потребує від особи ніяких зусиль і на практиці не вирішує саму проблему: «На відміну від реального активізму, який потребує часових зусиль і, зазвичай, пов'язаний з ризиком, слактивізм імітує участь і приносить виключно моральне задоволення» [3, с. 21]. До таких форм активності можна віднести репости в соціальних мережах, підписи петицій, вступ до тематичних груп в Інтернет-просторі, тощо.

Так, у 2014 році при визначенні найбільш згадуваного у цей період слова, у перелік претендентів, по версії Оксфордського словника, потрапив і термін слактивізм, який визначався як участь в інтернет-акції, що не потребує часу або великого рівня залученості [4]. В тому ж році влітку у мережі інтернет пройшла масштабна акція Ice Bucket Challenge, яка полягала у тому, що учасник повинен облити себе холодною водою і кинути виклик іншим трьом учасникам, які мають виконати те ж саме завдання і продовжити ланцюгову реакцію привернення уваги до важкої хвороби. Завдяки тому, що акцію підтримали знаменитості, вона активно знайшла своїх послідовників у різних країнах світу, адже Інтернет-мережа стерла кордони комунікації [8]. Безумовно, не можна нехтувати тим фактом, що флешмоб дозволив зібрати значні кошти пожертвувань, але мало хто і в 2014 році, і зараз озвучить назву тієї хвороби, до якої намагались привернути увагу (можна перевірити на собі або ж опитавши увечері членів своєї сім'ї).

Популяризація обізнаності щодо аміотрофічного бічного склерозу була однією з декількох цілей. Щодо інших, так це те, що в правилах були необхідні умови челенджу: у випадку виконання пожертвувати 10\$, у разі відмови – 100\$. Проте

вищезгаданої лінії поведінки мало хто дотримувався, а з часом і взагалі поширилась хибна позиція, що обливання водою знімає необхідність пожежертви. Так, першопочаткова мета у більшості учасників розмилась і залишилась лише ціль бути частиною модних віянь, адже флешмобу піддались як зірки спорту і поп-культури, так і політичні діячі вищих рангів влади різних країн. То чи не є це прикладом слактивізму, де кожен виконував нескладну маніпуляцію (хіба що температура води дозволяла самозаспокійливо відчувати себе героєм), переносивши відповідальність (за пожежертви) на іншого, не знаючи при цьому назви або ж клінічних проявів хвороби і подальшої ситуації з порушеної флешмобом проблематики, але бути самовдоволеним, адже впевненість, що ти зробив щось хороше – невід'ємне почуття в моменти єднання з іншими як підтвердження вірності власної індивідуалізованої позиції.

Варто зауважити, що соціальні мережі виступають тими платформами, які надають користувачу можливість особистісної реалізації і породжують оманливе відчуття причетності до включення в масово значимі процеси, адже клік не потребує ніяких зусиль (ні матеріальних, а ні втрати часу), але для оточуючих власна ідентичність репрезентована: «Я співпереживаюча особистість і включений до процесу вирішення суспільно важливих проблем». Беручи за приклад вищезазначений Ice Bucket Challenge необхідно вказати, що ті, хто відмовлявся брати участь у світовому флешмобі, міг піддатись булінгу по принципу «хто не з нами, той проти нас».

Мережа Інтернет дозволяє конструювати образ дещо відмінний чи взагалі далекий від реального, і сьогодні це не обов'язково зміщення до позитивних якостей, все поширенішою стає практика епатажу: «Самовизначення означає пошук того, що є важливим у моїй відмінності від інших» [7, с. 35]. Слактивізм і слугує тим інструментом, який дозволяє підкреслити власну ідентичність, компенсуючи, тим самим, бажання здійснення суспільно важливих дій, які, проте, вдаються не так часто через обмеження в часі чи можливостей для втілення задуманого. Американський соціолог Говард Рейнгольд зазначає, що явище флешмобу характеризується тим, що учасники бажать не стільки поділитись початково закладеною важливою інформацією, стільки мають на меті поділити своє життя з іншими і відчувати свою співучасть у колективно проживаючому моменті, адже людина потребує власного визнання і відчуття правильності своїх дій [5, с. 21].

Можна стверджувати, що цифрова ідентичність проявляється через міжособистісну комунікацію і власну репрезентативність в цифровому середовищі. Так, активна позиція щодо суспільно важливих проблем дозволяє заявити про себе як про особистість, яка відповідає викликам сучасного світу.

Слактивіст нерідко може шаблонно на своїй сторінці в мережі висловлювати невдоволення екологічною ситуацією в світі, яка з кожним роком погіршується, зокрема, через наслідки науково-технічного прогресу та бездумне використання природних ресурсів. Еко-активістом здійснюється регулярний перепост записів, в яких акцентуються проблеми навколишнього середовища. Разом із тим порушена проблема може вирішуватись власним прикладом: відмова від тих буденних речей, які надають нам комфорт, але негативно впливають на екологію. До таких можна віднести переважну більшість того, чим кожен в сучасному суспільстві користується: засоби гігієни і медичні препарати (які перед використанням на людях тестуються на тваринах), електронна техніка (під час конструювання якої викидається в атмосферу велика частка небезпечних відходів), тощо. Безумовно, необхідно вказати, що поширення публікацій про відповідальне ставлення до природи привертають увагу щодо порушеної проблеми і в останні роки проявляється тенденція свідомої відмови чи обмеження споживання м'ясної продукції і мода на еко-матеріали щоденного використання. Проте слактивізм, як суспільне явище, породжене мережевим середовищем, залишається способом власного самовираження, за ширмою якого відсутні справжні дії, а тільки привертається увага до власної репрезентації і перекладається на іншого відповідальність за дії і результати.

Висновки. Підводячи підсумок, слід зауважити, що цифрова ідентичність є важливим компонентом самопрезентації особистості в епоху інформаційного суспільства. У ході дослідження були визначені риси ідентичності та соціалізації в цифрову епоху: динамічність, гнучкість відповідно до нових змінних, важливість конструювання онлайн-іміджу в мережевому полі. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що особиста цифрова презентація, з одного боку, є продовженням індивідуального образу в реальному житті, а з іншого, може бути й альтернативним варіантом представлення себе іншим. Цифровий імідж може бути як відносно сталим, так і видозміненим внаслідок ціннісної переорієнтації. У ході дослідження було розглянуто особливості міжособистісної комунікації в інформаційному суспільстві і визначено, що інтернет-середовище, сформоване людьми, є динамічним, адже відповідно до зміни суспільних настроїв змінюється і вектор міжособистісної взаємодії. Користувачі мереж часто віддзеркалюють ті процеси, які відбуваються в культурному, соціальному і політичному просторах. Ідентичність особистості завжди балансує на межі «бути таким, як всі» і, одночасно з цим, важливо заявити про власну особливість і відмінність. Явище слактивізму є поширеним продуктом розвитку цифрового поля і являє собою спосіб реакції на суспільні тенденції через бажання самоствердитись як особистості, що відповідає на виклики

і тенденції сьогодення. Таким чином, сучасні способи цифрової міжособистісної комунікації і репрезентації стають невід'ємною умовою формування офлайн-ідентичності.

Література

1. Бард А., Зодерквист. Нетократия. Новейшая правящая элита и жизнь после капитализма. Стокгольмская школа экономики, 2004. 252 с.
2. Бодриар Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодриар. Москва : Добросвет, 2000. 389 с.
3. Мартынов К. От slackтивизма к республике: почему интернет революции становятся реальностью. *Философско-литературный журнал Логос*. 2012. № 2(86). С. 19–27.
4. Оксфордський словник вибрав слово 2014 року. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-society/1729734-oksfordskiy_slovník_vibrav_slovo_2014_roku_1992496.html (дата звернення: 1.06. 2021).
5. Рейнгольд Г. Умная толпа : новая социальная революция. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2006. 416 с.
6. Симонов Д. 7 опасных фейков о коронавирусе. URL : <https://hromadske.ua/ru/posts/nevozmozno-роверит-7-opasnyh-fejkov-o-koronaviruse> (дата звернення: 1.06. 2021).
7. Тейлор Ч. Этика автентичності. 2-ге вид. Київ : Дух і літера, 2002. 128 с.
8. Ice bucket challenge: чого досяг флешмоб із обливанням. URL : https://www.bbc.com/ukrainian/health/2014/09/140902_ice_bucket_hk (дата звернення: 1.06. 2021).
9. Lynch M. STS, symmetry and post-truth. *Social studies of science*, 2017, vol. 47, no. 4. P. 593–599.

Анотація

Усанова Л. А., Супрун Г. Г. Цифрова ідентичність як відображення інформаційного суспільства. – Стаття.

У статті досліджуються проблеми цифрової ідентичності як відповіді на виклики сучасного інформаційного суспільства. Здійснено аналіз процесів індивідуалізації і самопрезентації індивіда в мережевому просторі. З поширенням ролі інтернет-ідентичності як суспільного явища власна соціальна презентація стає важливою умовою онлайн- і офлайн-життя. Виділено особливості й методи створення цифрового образу через міжособистісну комунікативну діяльність. Проаналізовані феномени цифрового середовища «slackтивізм» і «постправа». Slackтивізм є поширеним продуктом розвитку цифрового поля і являє собою спосіб реакції на суспільні тенденції через бажання самоствердитись як особистості, що відповідає на виклики і тенденції сьогодення. Явище «постправа» розглянуто як інформацію (ствердження) з багатогранними можливостями інтерпретації без претензії на об'єктивність. Наслідком є маніпуляція і дезінформація в інформаційному полі. Вказано на те, що об'єктивні й перевірені факти поєднуються чи навіть поступаються своїм місцем повідомленням, які спрямовані безпосередньо на емоційну реакцію як окремих індивідів, так і широких

соціальних груп в цілому. У статті також акцентовано увагу на тому, що на початку свого розвитку мережа Інтернет слугувала, здебільшого, інформаційно-пізнавальною платформою, але з поширенням і доступністю цифрових технологій відбулось трансформування її до соціально-комунікативного простору. Акцентовано увагу на тому, що явище цифрової ідентичності здійснюється шляхом міжособистісної комунікації і власної репрезентативності в цифровому середовищі. Індивідуалізація особистості набуває динамічного характеру відповідно до нових змінних, які можуть виникати як в інформаційному полі, так і в межах міжособистісної комунікації. Соціальні мережі виступають тими платформами, які надають користувачу можливість особистісної реалізації і породжують оманливе відчуття причетності до включення в масово значимі процеси.

Ключові слова: цифрова ідентичність, slackтивізм, постправа, інформаційне суспільство.

Summary

Usanova L. A., Suprun H. H. Digital identity as a reflection of information society. – Article.

The article investigates issues of digital identity as a response to challenges of the contemporary information society. The analysis of individualization and self-presentation processes of an individual on the internet is conducted. With the spread of the role of internet identity as a modern phenomenon, personal social presentation becomes an important condition of online and offline life. The article highlights specific aspects and methods of digital image creation through interpersonal communicative activity. «Slacktivism» and «post-truth» phenomena of the digital environment are analyzed. Slacktivism is a common product of digital field development and it is a way of reacting to societal tendencies due to the wish of building self-esteem as an individual that responds to challenges and trends of the present time. The phenomenon of post-truth is considered as information (a statement) with multifaceted interpretation possibilities without claiming objectivity. The consequence of that is manipulation and misinformation in the information field. It is pointed out that verified and objective facts combine or even give way to messages that are aimed directly at the emotional reaction of both individuals and broad social groups as a whole. The article also emphasizes that at the beginning of its development, the Internet served mostly as an information and educational platform, but with the spread and availability of digital technologies it was transformed into a social and communicative space. Emphasis is placed on the fact that the phenomenon of digital identity is carried out through interpersonal communication and self-representation in the digital environment. Individualization of personality becomes dynamic in line with new variables that may arise both in the information field and within interpersonal communication. Social networks are the platforms that give users the opportunity for personal realization and generate a deceptive sense of involvement in significant processes on a mass scale.

Key words: digital identity, slacktivism, post-truth, information society.