

## СЕКЦІЯ 2 СПЕЦІАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ СОЦІОЛОГІЇ

### СОЦІАЛЬНО-АНТРОПОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ЦИФРОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ: ПОЧАТОК XXI СТОЛІТТЯ

### SOCIO-ANTHROPOLOGICAL CONSEQUENCES OF THE MODERN STAGE OF THE DIGITAL REVOLUTION: THE BEGINNING OF THE XXI CENTURY

У статті досліджуються соціально-антропологічні наслідки сучасного етапу інформаційної революції на початку XXI століття. Автори аналізують специфіку впливу на сучасне суспільство соціальних мереж та соціальних платформ, розглядають в чому полягає різниця між цими двома феноменами інформаційного суспільства.

Робиться спроба аналізу наслідків вибухоподібного зростання кількості інформації, що спостерігається в останні два десятиліття. В роботі аналізується зміна когнітивних стратегій, що відбувається під впливом сучасної інформаційної та цифрової революції, досліджується феномен "кліпового" мислення. Наводяться данні емпіричних досліджень, які свідчать що сьогодні процес створення і споживання нової інформації значно прискорився навіть у порівнянні з другою половиною XX століття.

Авторами висувається гіпотеза, щодо того, що інформаційна революція в майбутньому може призвести до деградації логічного мислення, і як наслідок, до серйозних комунікативних проблем, через зниження когнітивної різноманітності контенту який пропонують нам соціальні платформи та сучасні пошукові системи.

В той же час автори відзначають і позитивні наслідки цифрової революції XXI століття, такі як чіткий тренд на неухильний і безперешкодний розвиток технологій і розширення області застосування технологічних новинок. Особливо акцентується увага на зростанні обчислювальних потужностей, що не лише співставні з когнітивними здібностями людини, а й значною мірою можуть їх перевищувати.

Ще один наслідок цифрової революції початку XXI століття, який виділяє автор – відсутність географічно обумовлених бар'єрів для поширення цифрових технологій і знань, зростаюча доступність інформації для всіх представників суспільства.

Автори передбачають, стрімку еволюцію соціальних інститутів та систем комунікації за умови появи відповідного інституційного і технологічного базису.

Висувається гіпотеза, що в майбутньому інформаційна революція, та нове інформаційне середовище породжене нею призведуть до серйозних соціальних та антропологічних змін.

**Ключові слова:** Інтернет, соціальні мережі, соціальні платформи, інформаційна революція, комунікація, "кліпове" мислення.

The article examines the socio-anthropological consequences of the modern stage of the information revolution of the XXI century. The authors analyze the specifics of the impact on the modern society of social networks and social platforms, consider what is the difference between these two phenomena of the information society. An attempt is made to analyze the consequences of the explosive growth in the amount of information that has been observed over the past two decades.

The paper analyzes the change in cognitive strategies that occurs under the influence of the modern information and digital revolution, investigates the phenomenon of "clip" thinking.

The data of empirical studies are presented, which indicate that today the process of creating and consuming new information has significantly accelerated even in comparison with the second half of the twentieth century.

The authors put forward a hypothesis that the information revolution in the future may lead to the degradation of logical thinking, and as a result, to serious communication problems, due to a decrease in the cognitive diversity of content that social platforms and modern search engines offer us.

At the same time, the authors note the positive consequences of the digital revolution of the 21st century, such as a clear trend towards the steady and unhindered development of technologies and the expansion of the field of application of technological innovations.

Attention is especially focused on the growth of computing power, which is not only comparable with the cognitive abilities of a person, but in many respects can exceed them.

Another consequence of the digital revolution at the beginning of the 21st century, which the author highlights, is the absence of geographically determined barriers to the spread of digital technologies and knowledge, and the growing availability of information for all representatives of society.

The authors suggest a rapid evolution of social institutions and communication systems with the emergence of an appropriate institutional and technological basis.

The hypothesis is put forward that in the future the information revolution, and the new information environment generated by it, will lead to serious social and anthropological changes.

**Key words:** Internet, social networks, social platforms, information revolution, communication, "clip" thinking.

УДК 316.77:[001.102+004.738.5]«20»  
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2022.34.2>

#### **Бондарець Б.Б.**

викладач кафедри соціології  
Чорноморський національний  
університет імені Петра Могили

#### **Фесенко А.М.**

к.і.н., доцент кафедри соціології  
Чорноморський національний  
університет імені Петра Могили

#### **Чорна В.О.**

к.соц.н., доцент кафедри соціології  
Чорноморський національний  
університет імені Петра Могили

**Постановка проблеми.** Всі ми неодноразово чули словосполучення “інформаційне суспільство”. Приблизно в 40-х роках ХХ ст. воно увійшло до наукового обігу. Десятки вчених, від “батька” кібернетики Норберта Вінера до автора “Третьої хвили” Елвіна Тофлера, давали своє визначення даного феномену, описували його переваги та можливі загрози. Власне суперечки тривають і понині... Але саме сьогодні ми можемо впевнено стверджувати: пересічна людина в 10–20-ті роки ХХІ століття споживає такий обсяг інформації, який покоління наших дідусів та бабусь не могли собі навіть уявити. Сьогодні ми живемо в інформаційному полі в режимі 24/7. Телебачення, Інтернет, соціальні платформи та мережі, рекламні розсилки, флеш-моби, челеджи, Facebook, Instagram, а тепер ще і ТікТок. де закінчується реальність і починається інформаційний потік? І взагалі чи є між ними різниця? Інформаційний потік, потік технологічних і соціальних змін нестримно несе нашу свідомість... от тільки куди?

Ми поки що успішно реагуємо на одномоментні подразники і за рахунок цього більш-менш орієнтуємося в повсякденному житті. Але на головне – стратегічну оцінку того, куди несе нас наше власне життя – часу і сил більше не залишається. Багатимірність й неоднорідність прискороного прогресу (але нерідко й регресу) робить нашу свідомість все більш безпорадною.

До чого всі ці процеси можуть призвести? Наважимося висунути гіпотезу, що цифрова революція в найближчому майбутньому можуть принести всьому людству значні соціальні і навіть антропологічні зміни і нажаль далеко не завжди зі знаком “плюс”.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанню впливу інформації на суспільство і аналізу наслідків цього впливу присвячували свої роботи як класики соціологічної та соціально-філософської думки, так і багато сучасних вчених. Серед класиків, у першу чергу, варто відмітити М. Маклюєна (“Галактика Гутенберга”) [6] та Е. Тофлера (“Третя хвиля”) [11]. Соціокультурний аспект проблеми розглядав А. Моль [8]. Серед сучасних дослідників особливу цікавість в контексті досліджуваної проблеми становить робота російського науковця О. Ларіної “Розуміння алгоритмічних суспільств” [3].

**Мета статті** – дослідити вплив інформаційної революції початку ХХІ століття на сучасне суспільство, здійснити аналіз соціальних змін, до яких вона може призвести у майбутньому.

**Виклад основного матеріалу.** Основний тренд інформаційної революції початку ХХІ століття лаконічно можна позначити одним терміном, який визначає її магістральний напрям, безпосередньо йдеться про діджиталізацію (англ. digitalization дослівно перекладається як процес оцифрування інформації). Тож вже сам термін вказує на те, що, перш за все, це явище, яке несе процесуальний характер. Ми можемо говорити про діджиталізацію суспільства як про низку послідовних трансформацій соціокультурного коду, об’єднаних загальним вектором розвитку. Сьогодні експоненціальне зростання цифрових технологій тягне за собою і експоненціальне зростання кількості й якості інтегративних змін в суспільстві у порівнянні з тою ситуацією, що склалася в індустріальну і доіндустріальну епоху. Поява таких технічних засобів, як Інтернет і смартфони, що дозволяють членам суспільства знаходитися у постійній комунікації один з одним, є першою сходинкою діджиталізації і, відповідно, провісником глобальних модифікацій соціальних інститутів і вектору розвитку суспільства в цілому [7]. “Цифра” та цифрові засоби комунікації з кожним днем посідають все більш важливе значення в житті як окремих індивідів так і цілих суспільств.

Важливим наслідком повсякчасного застосування інформаційних технологій у сучасному суспільстві є формування якісно нового, інформаційного середовища проживання людини, яке стало справжньою “третьою” природою (у термінології О. Ларіної [3]), яка доповнює звичні “першу” (природну) і “другу” (технологічну) (за визначенням С. Лема [4]) природи.

Якщо звичайна природа визначає фізіологічні параметри існування людини, а техносфера розширює її можливості, то інформаційне середовище через емоційний фон і систему цінностей визначає її поведінку. Граничним виразом відображення цього служить соціальна інфраструктура у вигляді соціальних мереж, що еволюціонують в соціальні платформи, які диктують поведінку їх учасника так само неминуче, як, наприклад, параметри температури чи тиску для “першої” природи, наявність/відсутність доріг і електроенергії – для “другої” природи.

Аналізуючи наслідки впливу сучасного етапу інформаційної революції на суспільство в цілому та конкретну особистість зокрема, слід, у першу чергу, визначити спільні і відмінні риси соціальних мереж і соціальних платформ. Соціальні мережі – середовище для спілкування та пошуку інформації. Вони, функціонуючи

незалежно від реальності, підміняючи її, можуть “затягувати”, формувати залежність. Адже, долучаючись до соціальних мереж, людина має принципову (подекуди нереалізовану з технічних причин) можливість скоротити час перебування в них і навіть зовсім покинути їх (заради інших соцмереж або, що набагато рідше, заради реальності, – наприклад, якщо вони набридли). Натомість, соціальні платформи являють собою наступний етап розвитку соцмереж, з огляду на те, що вони призначені, у першу чергу, не для спілкування, але для реалізації діяльності в офлайн, значимої для їх учасників (наприклад, для покупки товарів або послуг, поширення реклами). Відмова від використання соціальних платформ якісно ускладнена зниженням рівня не тільки емоційного (як у випадку з соцмережами), але і побутового, фізичного повсякденного комфорту.

Сьогодні найбільш популярними соцмережами є Youtube, Instagram, а також Facebook, які використовуються все більш зростаючою частиною їх користувачів як платформи (перш за все в якості рекламних майданчиків) і тому поступово трансформуються в них; інші платформи (не тільки торгові, але і консультаційні, – як, наприклад, Tripadvisor) з самого початку створювалися саме в цій якості.

В сучасних умовах індивідуалізоване налаштування соцмереж (яке вже проводиться на основі комп’ютерних алгоритмів постійно, автоматично і в масовому порядку) дозволяє сформувати навколо користувача на основі його поведінки інформаційно-емоційне середовище, що забезпечує абсолютно вільне прийняття переважною більшістю людей, діючих порізно і без всілякого примусу, потрібних керуючій системі (власнику платформи або тим, хто впливає на них).

Зазвичай, цей процес супроводжується непомітним для самої людини прийняттям системи цінностей, яка вигідна керуючій системі, що означає глибоке і комплексне перетворення особистості яке, як правило, не помічається самою цією особистістю або сприймається нею як її власна осмислена еволюція.

Зовнішній вплив через формування емоціонально-інформаційного середовища існування людини в соцмережах нею, за рідкісними винятками, не відчувається: людина сприймає це штучно сконструйоване середовище, “третю” природу як природну, що склалася стихійно, нейтральну по відношенню до неї і, більш того, абсолютно об’єктивну, яка відображає реальний устрій світу і соціуму. Американський

автор Е. Парізер з цього приводу зазначає: “... Інтернет, колись “відкритий” і “вільний”, став контролювати нас і обмежувати... Інтернет-компанії використовують ... численні алгоритми і фільтри для того, щоб показувати нам те, що є для нас найбільш релевантним ... По-перше, через фільтри ми не можемо розгледіти всієї картини. Ми бачимо лише її відредагований варіант. По-друге, ми не помічаємо ... фільтрів ... Навіть не здогадуємось, що з картини щось викинули... І, нарешті, сьогодні не ми визначаємо, що нам важливо і цікаво. За нас це роблять машини” [9].

В решті решт, це багато в чому позбавляє людину розумності, позбавляючи її свободи вибору, і повертає суспільство до соціально автоматизованого стану, жорстко програмованого його ідеологічним керівництвом, у кращому випадку характерне для епохи Середньовіччя, а в гіршому – рівень контролю може перевершити всі класичні індустріальні антиутопії.

Наступна характерна риса сучасності, на яку варто звернути увагу в контексті соціально-антропологічних змін, це вибухоподібне зростання кількості інформації, що спостерігається в останні десятиліття. За оцінками експертів, в епоху Середньовіччя кількість інформації подвоювалося за 100, на початку ХХ століття – за 10 років, а з 1980, коли почалося широке поширення мікропроцесорів – вже щорічно [10, с.287].

Кількість інформації вибухово збільшується. Причина – специфіка інформаційного обміну, в якому не діють принципи збереження, властиві речовині чи енергії: при передачі інформації її кількість зростає.

Це зростання обсягу інформації було викликане дією (зазвичай одночасною) трьох основних механізмів:

- отриманням людством нової інформації, що раніше не існувала за рахунок поліпшення сприйняття ним об’єктивної реальності або зміни останньої;
- підвищенням рівня доступності вже існуючої інформації за рахунок спрощення комунікації на основі сучасних технологій. Першою революційною технологією такого роду після винайдення писемності стало книгодрукування. Паралельно існує ще феномен “примусової комунікації” у вигляді реклами;
- створенням інформації, якої раніше не існувало за рахунок її породження вже існуючою інформацією.

Розглядаючи останній випадок, завдяки якому збільшення кількості інформації і має експотенціальний характер, відзначаємо: інформація – далеко не тільки зміст

комунікації (що представляє процес передачі інформації). Лише з'явившись, інформація одразу стає і предметом комунікації – окремим явищем, що породжує нове сприйняття і нову інформацію.

Як наслідок, відбувається постійне вдосконалення засобів та форм комунікацій, що кардинальним чином спрощує процес як створення нової інформації, так і її отримання, робить пізнання світу менш необхідним і цінним.

Прагнення людини до нової інформації (так званій “інстинкт пізнання”) закладено на біологічному рівні: при її отриманні в мозку людини виробляються “гормони щастя” – ендорфіни. Цей механізм, мабуть, зумовив виняткове місце людини в живій природі. Це дозволяє розглядати отримання нової інформації як одну з первинних людських потреб. Тому переорієнтація предмету пізнання людини з існуючого поза нею фізичного світу на створюваний нею самою світ інформації – фундаментальний злам з точки зору не тільки її розвитку, але і еволюціонування всієї біосфери Землі.

Людина епохи інформаційної революції живе у фізичному світі, але діє на основі уявлень “інформаційного світу”, які все більше віддаляються від світу фізичного. У результаті, інформаційна революція сприяє зниженню ефективності та адекватності людської свідомості. Людина дійсно створила занадто складний для себе світ. Перевищуючи фізичні межі індивідуального сприйняття (а отже, і можливості його пізнання), інформаційна революція робить світ все менше пізнаваним для індивіда, заганняючи його в “інформаційний глухий кут”. Як наслідок, людина втрачає здатність контролювати зростання обсягів і змісту інформації.

Отже, фундаментальний наслідок інформаційної революції – виникнення та загострення протиріччя між зростанням важливості впорядкування інформації та технологічною обмеженістю можливостей реалізації цього процесу. Через велику кількість інформації масштаби її сприйняття перевищують можливості усвідомлення, і звичайні способи пізнання (перш за все, логічне мислення) починають давати систематичні збої.

При цьому ж сам людський організм у відповідь на такий стан речей вмикає компенсаторну реакцію свідомості – відбувається відмова від логіки на користь інтуїції. Інтуїція, звичайно, чудова річ – але проблема полягає у зниженні ролі пізнання за рахунок зростання значення комунікацій. І саме абсолютизація комунікаційних мотивів в поєднанні з поширенням технологій

формування свідомості робить непотрібним процес логічного переконання. Як підсумок – сам процес комунікації стає важливішим за його зміст.

Таким чином, інформаційна революція сприяє зниженню ефективності та адекватності людської свідомості. Людина створила світ, занадто складний для себе. Розширюючи фізичні межі індивідуального сприйняття (а отже, і можливості його пізнання), інформаційна революція робить світ все менше пізнаваним для окремої особистості.

Наступний феномен про який варто сказати у контексті інформаційної революції – розповсюдження кліпового мислення та сприйняття. Деякі вчені наголошують на необхідності вивчення нового когнітивного стилю, характерного для інформаційної епохи [1].

Англійське слово “clip” в перекладі на українську має наступні значення: “відрізок”, “фрагмент тексту”, “вирізка з газети” або “уринок з фільму”. Кліп стає логічним завершенням і найбільш ефектною реалізацією принципу “монтажу атракціонів”, який, згідно з ідеями С. Ейзенштейна, полягає в підборі агресивних засобів, що чинять на глядача чуттєвий або психологічний вплив [1, с. 170].

Кожен кадр відеокліпу миттєво схоплюється і засвоюється людиною. При цьому інформація що подається з високою швидкістю впливає напряму на підсвідомість, миттєво долаючи бар'єр усвідомленого сприйняття. Іншими словами, кліпи актуалізують ірраціональне, нерелексивне засвоєння інформації.

Вперше феномен кліпового контенту був представлений людству в авангардистському сюрреалістичному фільмі іспанського режисера Луїса Бунюеля та іспанського художника Сальвадора Далі “Андалузський пес”, що вийшов на екрани в 1929 році. Для фільму характерна повна відсутність сюжету, адже в ньому одна сцена ніяк не пов'язана з іншою, що фактично унеможливорює його раціональне сприйняття.

Про феномен “кліпової свідомості” як принципово нове культурне явище, характерне для інформаційної епохи, науковці заговорили в 1960-ті роки. Одним з перших феномен кліпового мислення досліджував французький соціолог А. Моль, в роботі “Соціодинаміка культури”, в якій відзначив характерні риси культури постіндустріального суспільства, що отримала названу “мозаїчною”. На думку А. Моля, культура дає людині “екран понять”, на який вона проектує і з яким зіставляє своє сприйняття зовнішнього світу. В умовах

традиційної культури “екран понять” мав раціональну і цілісну структуру, завдяки чому для індивіда не становило жодних проблем простежити причинно-наслідкові зв’язки, вибудувати логічні умовиводи і співвіднести нові і старі уявлення [8].

Раціональна система пізнання формувалася завдяки класичній системі освіти, в той час як сучасна система пізнання складається переважно під впливом безперервного і неупорядкованого потоку інформації, поширюваного ЗМІ. При цьому вплив системи освіти на формування когнітивного стилю індивіда знижується. Через це в сучасній культурі “екран понять” більше не володіє логічною структурою, він більше “схожий на масу волокон, скріплених абияк, – довгих, коротких, товстих, тонких, розміщених майже в повному безладі” [6]. Через те, що індивіди занурені в потік розрізнених і ієрархічно неупорядкованих повідомлень, структурованість мислення виявляється вкрай обмеженою. Кліпова свідомість породжує розрив між образом і концептуальною схемою. Низка емоційно насичених образів не дає можливості скласти цілісну картину світу. Таким чином, в уявленні А. Моля, сучасна культура постмодерну формує індивідів з розщепленою свідомістю, не здатних до системного мислення.

Американський футуролог Е. Тоффлер в роботі “Третя хвиля” описав феномен “кліпової культури” як явище, характерне для епохи інформаційного суспільства. Він вважає, що в насиченому інформаційними спалахами соціумі кліпове мислення стає основною формою сприйняття оточуючої дійсності [11].

При цьому Е. Тоффлер не оцінює кліпову культуру так само негативно як А. Моль. На думку американського футуролога, кліпове мислення – закономірна захисна реакція організму на велику кількість інформації, яку людина змушена споживати в інформаційному суспільстві. Однак це не вирішує головну проблему – кліпова культура та кліпове мислення це фактично відмова від раціонального і логічного пізнання світу.

Сучасний тип цивілізації швидше за все можна назвати “цивілізацією емоційною”, адже створені кліповим мисленням образи оцінюються ні з раціональних і логічних, а з емоційних і чуттєвих позицій, в термінах “подобається/не подобається”.

У зв’язку з цим виникає закономірне питання: яким чином людина зможе виділити найважливіші елементи дійсності, коли її сприйняття через кліпову свідомість виявляється нелогічним і некритичним? У зв’язку з цим цікава думка американського футуролога, бізнесмена і консультанта Д. Мартіна,

який стверджує, що, за великим рахунком, всіх людей можна розділити на дві групи: “люди книги” і “люди екрану”. Відмінною рисою першого типу особистостей стає великою обсяг уваги і вміння концентруватися на основному питанні. Для “людей екрану” характерна розмита увага, перескакування з питання на питання. “Зростає покоління людей, які звикли до того, що на екрані відбувається кілька речей одночасно, і хочуть, щоб оточуюче середовище негайно реагувало на їх запити”, – говорить Д. Мартін. Виступаючи в опозиції до adeptів кліпового мислення, футуролог навіть називає мозаїчний тип мислення “всезагальним помутнінням розуму” [5].

Російський соціолог С. Кара-Мурза, який займався вивченням маніпулятивних технік і підкреслював особливу роль кліпового мислення в процесі маніпуляції, відзначив, що чим більший тиск на людину здійснює мозаїчна культура, тим меншу роль грає логіка, і тим більше сприйнятливою до маніпуляції виявляється свідомість. Таким чином, для того, щоб прищепити людині інформаційної епохи певні коди і цінності, зовсім не потрібно ґрунтуватися на раціональних позиціях, досить образного і емоційного впливу [2].

В контексті змін, що відбуваються з політичними інститутами, варто згадати американського соціолога Н. Постмана, який у своїй роботі “Розважаючи себе до смерті” розмірковує про політичну грамотність і з прикрістю відзначає, що сама конструкція новинних програм (нарізка з коротких сюжетів-кліпів) не передбачає вникання в сутність теми. Таким чином, на телеглядача буквально звалюється величезний обсяг інформації, найчастіше зовсім йому не потрібної, яку він не може осмислити і критично оцінити [14, с. 44].

Сьогодні процес споживання інформації значно прискорився у порівнянні не тільки з “телевізійною епохою”, але навіть у порівнянні з першими роками ХХІ століття. Красномовні дані наводить О. Ларіна, зауважуючи, що “... ключовим є параметр часу перебування на ресурсі. Якщо в середині нульових років він становив понад 3,5 хвилини, то зараз не перевищує 17 секунд...” [3, с. 11]. І дійсно, сьогодні базовою стратегією поведінки в інтернеті є так званий серфінг, тобто швидкий рух по сайтах за допомогою гіперпосилань. Зміст не прочитаного, а переглянутого формується самим користувачем в залежності від того, що він встиг зафіксувати. Це кардинально відрізняється від сприйняття інформації в добу друкованого тексту, важливість якого для розвитку сучасної цивілізації підкреслював

М. Маклюен в роботі “Галалактика Гутенберга”: “друкований текст навчив людей організовувати всі інші види власної діяльності на основі принципу систематичної лінійності” [6, с. 248]. Саме завдяки цьому принципу людству вдалося всього за кілька століть зробити колосальний науково-технологічний прорив і потрапити з епохи Середньовіччя в Новий час. Крім того в даній роботі М. Маклюен зазначає, що саме книжкова культура дозволила систематично використовувати принцип сегментації, в результаті чого з’явилося “прикладне” знання, а за ним і практичні технології. Кліпове ж сприйняття інформації в мережі не передбачає застосування “принципу систематичної лінійності”, що в підсумку може призвести до серйозних антропологічних наслідків, зокрема до деградації логічного мислення. В свою чергу деградація логічного мислення в майбутньому може призвести до серйозних комунікативних проблем і причина їх доволі проста: позалогічне (нелогічне) мислення не здатне продукувати єдину, універсальну мову для взаємодії різних типів свідомості, яке дає логіка. Воно оперує образами, а образи у кожного свої.

Таким чином в добу найвищого розквіту інформаційно-комунікаційних технологій через деградацію логічного мислення, а іноді і свідому відмову від нього на користь образів та емоцій руйнується єдине комунікативне та когнітивне поле.

Ще одним фактором, що є перешкодою для розвитку особистості, і в майбутньому може призвести до серйозних соціальних, а можливо навіть антропологічних змін є так званий “кокон комфорту” [3], який формується соціальними мережами і платформами. Заради утримання уваги користувача стандартні маркетингові технології забезпечують автоматизоване формування в них найбільш комфортною соціального середовища. Користуючись “своєю” соціальною платформою, Ви бачите лише те, що Вам подобається, спілкуєтеся лише з тими, кого потребуєте, у випереджаючому Ваші бажання форматі отримуєте інформацію що забезпечує Вас комфортними емоціями інформацію (при цьому інформація не обов’язково є позитивною, але вона підкріплює Вашу систему поглядів), – і цей комфорт позбавляє Вас стимулів до розвитку, так як у Вас і так все чудово, і Вам просто нема чого, як кажуть психологи, “виходити з зони комфорту”. Розвиток Вашої особистості блокується комфортом надійніше, ніж будь-якими заборонами, – і Ви починаєте деградувати.

Крім того, деградації “людини сприяє його нейропсихологія Мозок витрачає більше енергії, ніж будь-який орган ...,

близько 20% енергії, ... хоча становить лише 2% ... ваги тіла. При ... інтенсивному мисленні енерговитрати зростають до 25-27%” [15]. Думати інтенсивно – значить витрачати багато енергії, а тому з еволюційної точки зору часто не вигідно. Якщо соціум не пред’являє до своїх членів підвищених інтелектуальних вимог, люди схильні мінімізувати складні розумові процеси і заміщувати усвідомлену поведінку психофізіологічними і соціальними автоматизмами » [3, с. 18].

О. Ларіна зазначає в роботі “Розуміння алгоритмічних суспільств”: «Примусове звуження когнітивної різноманітності користувачів пошуковими системами та платформами в гонитві за [їх] увагою... веде до соціальної інстинктизації, виробляє автоматизм і підсилює стереотипи поведінки [3].

Для суспільства деградація особистості – класичний прояв закону збереження ризиків: мінімізація індивідуальних ризиків (в даному випадку дискомфортного стану) веде до деградації і руйнації системи. Крім того, фокусування особистості на безпосередньому споживанні емоцій, які в готовому вигляді постачаються інформаційними технологіями, різко знижує рівень рефлексії, самопізнання і пізнання навколишнього світу. Поведінкою людини починають керувати емоції і неусвідомлені відчуття, які змінюються з калейдоскопічною швидкістю, а не роздуми, що закріплюються на основі багатократного повторення емоцій.

Безпосереднім наслідком руйнування самоусвідомлення особистості є втрата психічної стійкості, яка часто виглядає як безневинна підвищена емоційність. Як наслідок, залежність від емоцій набуває наркотичного характеру (звідси широке поширення ігроманії і залежності від соцмереж, платформ), причому поверхневий, неглибокий характер емоцій, що постачаються в готовому вигляді створює потребу в їх постійному оновленні, адже вникає свого роду емоційний голод. Цей голод породжує потребу в постійній приналежності до інформаційного поля, як надійно ізолюючий від реальності наркотик, перехід від “кліпової” свідомості до “клікової” (від англ. click), яку характеризує швидкість неусвідомленої реакції і постійна потреба в новій короткостроковій взаємодії. У результаті те, що в 1990-ті рр. сприймалося як “інтернет-залежність”, в середині 2010-х рр. стало нормою буття – коли американці віком 18–35 років звертаються до гаджетів кожні 10 хвилин (причому проміжки між зверненнями скорочуються в геометричній прогресії) [13], що набуває характеру

“переселення молоді в цифровий світ” [12], – ймовірно, на півдорозі до переселення в світ віртуальний. Специфічні риси “кліпової” свідомості – неузгодженість (або навіть повна відсутність) причинно-наслідкових зв’язків, нездатність і небажання їх вибудовувати, фрагментарність і обмеженість сприйняття, породжені цим відсутність критичного мислення, сугестивність і рабська залежність від авторитетів – доповнюються в “кліповій” постійною потребою в отриманні нових емоцій.

Одна з характерних для “кліпового мислення” ознак – нездатність фокусуватися на вирішенні тієї чи іншої задачі, (або навіть просто концентрувати увагу) і докладати систематичних зусиль для досягнення цілей, не кажучи вже про довгострокове цілеполагання, суттєво посилюється в “кліповому”.

**Висновки.** Таким чином, бурхливий розвиток інформаційних технологій з другої половини ХХ ст. (а особливо з початку ХХІ ст.) приводить не тільки до трансформації засобів комунікації, а й до виникнення принципово нових видів розумової діяльності, когнітивних та соціальних практик. Внаслідок експоненціального збільшення кількості інформації людям доводиться трансформувати свої когнітивні стратегії і встигати обробляти більшу кількість повідомлень за менший проміжок часу. В майбутньому це може призвести до серйозних соціальних та навіть антропологічних змін.

Це не означає, що сучасна інформаційна революція несе для людини лише виклики та загрози, серед іншого в неї є і очевидні переваги:

По-перше, це чіткий тренд неухильного і безперешкодного розвитку інформаційних технологій і розширення області застосування інформаційно-технологічних інновацій. Причому зростання обчислювальних потужностей не лише співставне з когнітивними здібностями людини, а й значною мірою може їх перевершувати.

По-друге, відсутність географічно обумовлених бар’єрів для поширення цифрових технологій і знань, зростаюча доступність інформації для всіх представників суспільства.

По-третє, еволюція соціальних інститутів та систем комунікації за умови появи відповідного інституційного і технологічного базису.

На завершення хотілося б відзначити, що інформаційна революція (та діджиталізація суспільства, як її прояв) сприймається багатьма інтуїтивно, як само собою зрозуміле явище, головним чином тому, що люди настільки швидко і сильно звикли до цифрових пристроїв, що здійснення майже будь-якої діяльності в рамках сучасного суспільства передбачає звернення до цих

пристроїв. Однак, зміни, пов’язані з останньою (на сьогодні) інформаційною революцією, при найближчому розгляді даного процесу, значні і помітні. Це має змусити соціологів, філософів, істориків і вчених з інших дисциплін аналізувати зміни, з нею пов’язані, і критичного їх осмислювати. В практичному ж вимірі перед соціологами, педагогами, соціальними психологами, філософами, стоїть нова і безпрецедентна за масштабом і складністю задача – створити освітні соціально-комунікативні технології які з одного боку, використовують всі переваги інтернету та соціальних мереж і платформ, з іншого боку утримують особистість від можливих негативних наслідків сучасної інформаційної революції.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Доука С.В. Клиповое мышление как феномен информационного общества. *Общественные науки и современность*. 2013. № 2. С. 169-176.
2. Кара- Мурза С. Г. Манипуляция сознанием – Москва: Изд-во: Эксмо, 2005. – 832 с.
3. Ларина Е. С. Понимание алгоритмических обществ : гибридный интеллект и его зомби / Е. С. Ларина. *Свободная Мысль*. 2017. № 5 (1665). С. 526.
4. Лем С. Сумма технологии. Москва : АСТ, 2020. 736 с.
5. Лисицин Д. Джеймс Мартин: тенденции, которые мы наблюдаем, могут угрожать человеческому разуму. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/849133> (дата звернення: 20.05.2021).
6. Мкалюэн М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего. Москва : Академический проект: фонд “Мир”, 2005. 495 с.
7. Моисеева А. А. Условия и последствия диджитализации современного общества: социально-экономический анализ. *Вестник томского государственного университета*. 2017. № 39. С. 216–226.
8. Моль А. Социодинамика культуры. Москва : Прогресс, 1973. 408 с.
9. Паризер Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2012. 294 с.
10. Сокольникова В. А. Информация и информационно-коммуникативные технологии (ИТ) в эпоху современной глобализации. *Проблемы в российском законодательстве*. 2014. № 6. С. 286–291.
11. Тоффлер Э. Третья волна. Москва : АСТ, 2010. 784 с.
12. Шмидт Э., Коэн Дж. Новый цифровой мир. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. 357 с.
13. Goodman M. *Future Crimes: Inside the Digital Underground and the Battle of Our Connected World*. NY : Random House, 2015.
14. Postman N. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business USA*. Penguin Books, 1985.
15. Schwartz J., Begley S. *The Mind and the Brain: Neuroplasticity and the Power of Mental Force*. NY : HarperCollins, 2009.