

УДК 316.614.034

ПЕТРЯЕВ С.Ю., кандидат юридических наук, доцент, заведуючий кафедрой
інформаційного права і права інтелектуальної власності
факультета соціології і права НТУУ “КПІ”

“КИБЕРСОЦІАЛІЗАЦІЯ” – А ≠ А

***Аннотація.** О формировании нового поколения в условиях информационного общества. Обозначены некоторые симптоматические эффекты, связанные с развитием зависимости от информации, унификацией личности, отчуждением от реального мира, искусственным формированием необходимого мировоззрения и мировосприятия, формированием новой цифровой культуры и контркультуры, которые поглощают внимание большинства членов общества и т.д. Главную проблему в решении данной темы автор видит не в поиске правильных решений массовой социализации общества в условиях киберпространства, которые при желании можно решить, а в сложности преодоления устойчивых противоречий между двумя социальными группами общества: меньшинства – осуществляющего управление обществом через СМИ и большинства – бессознательно поглощающего любую информацию.*

***Ключевые слова:** киберсоциализация, СМИ, зависимость от информации, множественность своего “Я”, унификация личности, отчуждение от реального мира, формирование необходимого мировоззрения и мировосприятия, формирование новой цифровой культуры и контркультуры, методы управления массами.*

***Анотація.** Про формування нового покоління в умовах інформаційного суспільства. Позначені деякі симптоматичні новоутворення, які пов'язані з розвитком залежності від інформації, уніфікацією особистості, відчуженням від реального світу, штучного формування необхідного світогляду та світосприйняття, формуванням нової цифрової культури і контркультури, які поглинають увагу більшості членів суспільства і т.д. Головну проблему в рішенні даної теми автор бачить не в пошуку правильних рішень масової соціалізації суспільства в умовах кіберпростору, які при бажанні можна вирішити, а в складності подолання стійких суперечностей між двома соціальними групами суспільства: меншини, яка здійснює управління суспільством через ЗМІ та більшості, яка несвідомо поглинає будь-яку інформацію.*

***Ключові слова:** киберсоціалізація, ЗМІ, залежність від інформації, множинність свого “Я”, уніфікація особистості, відчуження від реального світу, формування необхідного світогляду та світосприйняття, формування нової цифрової культури і контркультури, методи управління масами.*

***Summary.** About forming of a new generation in the conditions of informative society. It highlights some of systematic effects associated with the development of informational dependency alienation from the real world, the artificial formation of the necessary outlook and perception of the world, the formation of the new digital culture and counterculture, which absorbs the attention of most members of society, etc. The main problem in solving the issues the author sees not in mass socialization of society, which can be solved if desired, but in difficulty in overcoming the contradictions between the two stable social groups: minority-which manages society through the media, and the majority- unconsciously absorbing any information.*

***Keywords:** cybersocialization, Mass Media, information dependence, the plurality of the “I”, the unification of personality, alienation from the real world, the formation of the necessary attitudes and perception of the world, the formation of the new digital culture and counterculture, methods of controlling the masses.*

Постановка проблеми. Інформаційні технології, як продукт інформаційного общества, сформували дійсний інструмент управління суспільним свідомістю. Средствами масової інформації (далі – СМІ) відведена ведуча роль в цьому процесі. Формування потоків управляємої інформації, а також вплив їх на суспільне свідомістю в умовах кіберсоціалізації – суть предмета вивчення учених всього світу, в тому числі українських: Баранова А.А., Белякова К.І., Брыжка В.М., Дзьобаня А.П., Ландэ Д.В., Пилипчука В.Г., Савиной Н.А., Фурашева В.Н. і др.

Целью статьи являється вивчення впливу мас-медіа на сучасне покоління молодіжці в умовах інформаційного общества.

Изложение основного материала. Що формує особистість? Напевно, слід погодитися, що кожна епоха, а сьогодні вже і кожне покоління, мали свої об'єктивні і суб'єктивні умови формування свідомості особистості і общества в цілому. Дане явище завжди відражало економічну, політичну і культурну ступінь свого суспільного розвитку. Невольно згадуєш слова Воланда к своєму слугі Коров'єву з твору Михайла Булгакова “Мастер и Маргарита”: “...Як по-твоєму, вель народонаселення значно змінилося?... Вони – люди як люди. Люблять гроші, але вель це завжди було... Людство любить гроші, з чого б ти ні були зроблені, з шкіри лі, з паперу лі, з бронзи або з золота. Ну, легкодумні... ну, що ж... і милосердя іноді стукає в їх серця... звичайні люди... **в цілому, нагадують старіших...** квартирний питання тільки зіпсував їх...” [1].

Вот і сьогодні, минуло майже сто років з дня відвідування Дьяволом “наших” місць, народонаселення не змінило свого свідомості. Все також любить гроші во всіх їх проявленнях, включаючи вже і безликі розрахунки, по-старому легкодумні і переживають за глупого щенка, потрапившого під колеса несущогося Мерседеса, звичайні люди..., **в цілому, нагадують старіших...** СМІ тільки зіпсували їх...

Це, звичайно, метафора, але як завжди в таких випадках говорять, в кожній шутці є лише частка шутки...

Інформаційні потоки ведуть к інтеграції всього общества, створюючи єдине простір во всіх областях соціума, починаючи з новин і знайомих, закінчуючи культурою і наукою, утворюючи “ноосферу” – єдину сферу розуму. Крім того, віртуальне життя дозволяє ігнорувати різницю в достатку і інших соціальних нерівностях общества, якими насичена дійсність.

Гідності інформаційним технологіям присвячено багато наукових праць і вони неспірні, це гігантський крок людства, в технічному і технологічному розвитку на основі інформаційної субстанції. Разом з тим, у кожній медалі завжди є зворотна сторона.

Згадаємо, що на даний момент система інформаційного впливу на суспільне свідомістю знаходиться ще на початковому етапі, коли відпрацьовуються методики впливу, регулюються напрямленість і зміст її потоків, вивчаються ефекти впливу і їх наслідки. Але вже сьогодні ми можемо відзначити ряд характеристик і суджень стосовно розуміння впливу даного процесу на соціалізацію общества.

Відкинувши філософське вчення про общество – як зміну суспільно-економічних формацій, впливаючих на розвиток суспільних відносин, зупинимось на простій і модній сьогодні градації перехідного періоду від

індустріального к інформаційному обществу. Она была обозначена и описана английским исследователем Джейн Деверсон [2] и продолжена канадским писателем Дугласом Коуплендом [3].

Так, пользуясь языком условностей, послевоенное поколение стали именовать поколением “беби-бум”, связав его с бурным процессом рождаемости населения. На его смену пришло поколение “X”, для которого характерны пики и спады культурных течений. В конце 1980-х годов формируется поколение “Y”, которое окрестили поколением новых технологий. Самое последнее, сегодняшнее поколение получило статус “Z”, в жизнь которого ворвались информационные технологии в самых разных формах своего выражения, включая Интернет-ресурсы.

Если раньше социализация молодого человека поколений “X” и “Y” осуществлялась через семью, школу, коллектив... от индивида к обществу, то сегодня к этим элементам добавились СМИ. Широко воздействуя на все общество в целом, информация воздействует на каждого индивида, формируя симптоматический эффект, связанный с развитием зависимости от информации, унификации личности, отчуждения от реального мира, искусственного формирования необходимого мировоззрения и мировосприятия, формированием новой цифровой культуры и контркультуры, которые поглощают внимание большинства членов общества и т. д.

Через СМИ изменяются психофизические характеристики людей. Рождение Интернета открыло для них своего рода окно к свободному самовыражению своего “Я”, которое в реальной жизни, по этическим причинам или отсутствия принужденности в поведении (смущении), они боятся или не могут выразить. На этой основе, прежде всего у поколения “Z” развивается диссоциативное расстройство идентичности, связанное с диагнозом раздвоения (или расширения) личности. Другими словами, личность, уходящая в виртуальный мир Интернет пространства, может быть тем, кем ей хочется в данный момент, тем самым формирует множественность своего “Я”. Поэтому, выражаясь символами формальной логики $A \neq A$ или в нашем случае “Я” не будет равно “Я”.

Свобода самовыражения множественности “Я” в виртуальном пространстве и неограниченный доступ к информационному ресурсу приводит к зависимости от Интернета. Социальные сети поглощают все больше и больше свободное время личности, а значит и всего общества, отрывая ее от реальной жизни. Все ярче вырисовывается современная картина общественного бытия, когда не Интернет служит личности как инструмент решения различных социальных задач, а личность (общество) начинает подчиняться Интернету, который как спрут затягивает ее в бездну информации, из которой она уже не в силах выбраться.

Социализация личности и общества происходит через органы чувств – слух, зрение и сознание, соответственно источниками социализации выступают слово и дело (зрелище).

Так, нескончаемый поток информации, который льется через СМИ и Интернета в частности, поглощается сознанием общества, создает у личности эффект “ступора”, замедления и торможения восприятия, так как человеческий мозг уже не способен ее обработать. Происходит обратный эффект, когда вместо восприятия содержания информации, личность удовлетворяется ее поверхностной обработкой, например, в виде заголовка или какого-либо символического изображения. Другими словами человек произвольно начинает формировать для себя информацию в форме символов.

Данный эффект означает, что увеличение потока информации ведет к ее упрощению, унификации. Человек, начинает мыслить символами. И чем проще и короче

символ, тем быстрее происходит его восприятие, и в то же время, глубинное содержание уже не имеет значения. Например, долго объяснять собеседнику, что представляет собой поколение 1990-х – начала 2000-х годов. Проще сказать поколение “Y”. Или какой смысл писать долгие речи своего уважения или благодарности, проще послать соответствующий “смайлик”. Это конечно простейшие примеры, но они наиболее ярко демонстрируют суть явления.

Унификация информации – объективный процесс. Вместе с тем она ведет к торможению процесса ее анализа, и, в конечном итоге, прекращению критического мышления. Начинает работать “эффект Павлова”. Подмена реальной информации рефлексам на условные символы упрощает процесс восприятия и ускоряет реакцию к действию. Глубокомыслие само по себе отпадает. Образуется доминирование информации над знанием.

Массы традиционно более активно и бессознательно реагируют на короткие символы и лозунги в частности. Только теперь, в отличие от прошлого, СМИ формируют всемирную аудиторию.

На это явление наслаиваются и другие информационные технологии, прежде всего влияющие на когнитивные нарушения человеческого мозга. Например, фильмы ужасов, боевики, открытое демонстрирование откровенных натуралистических сцен секса или насилия влекут за собой неврологические и патологические расстройства не только у молодых людей, но и старшего поколения. Особая роль в этом процессе отводится к современным видеоиграм, охватывающим миллионные аудитории подростков [4, 5].

Через СМИ вбрасываются политические проекты, формирующие массовое общественное мнение. Одним из наиболее действенных сегодняшних проектов является “Окно Овертона”. Казалось бы, немислимое вчера, сегодня становится нормой для всего общества. Ярким его воплощением выступает проект, связанный с изменением сексуальной морали общества в виде борьбы за права сексуальных меньшинств [6].

Другим примером может служить проект всемирной борьбы за легализацию легких наркотиков, в том числе через всемирную Организацию Объединенных Наций под лозунгом борьбы с ростом криминализации наркомании и благоприятного воздействия на здоровье [7].

И совсем не важно, кто или что, или через кого до потребителя необходимая информация, формирующая сознание, главное, что она должна соответствовать потребности правящей элиты общества, дабы управлять этим обществом, влиять на его сознание и подсознание, формируя тем самым эмоциональную и поведенческую его функцию.

Семья, школа, коллектив... все больше и больше нивелируют, как доминанты социализации, так как тоже становятся объектами воздействия на них информационного потока и информационных технологий. Под флагом свободы информационного пространства уничтожаются традиционные институты социализации личности путем дискредитации роли религии, норм морали, этики и культурных традиций, подменяя их свободой поведения, возведения аморальности и бескультурья в “эталон морали”, а если встречается отпор, то объявляется наступление на демократию и дискриминация свободы выбора личности. Технократизация начинает доминировать над гуманитарностью, символ над мыслью. И самое парадоксальное – **“народу это нравится”**.

Являясь одним из современных социальных факторов, воздействующих на формирование сознания личности, СМИ параллельно осуществляют и его деформацию. Львиная доля в этом процессе осуществляется через социальные сети Интернета, воздействуя на психологическое и социальное состояние молодых людей, которые отличаются от поколения “X” и “Y” еще несформировавшимся самосознанием.

Осознает ли все это поколение “Z”?

Для выяснения данного и других вопросов молодым студентам поколения “Z” (в возрасте от 16 до 21 года) были поставлены вопросы: “Сколько времени в сутки они пользуются социальными сетями? Видят ли они необходимость в углублении правового регулирования Интернет социума? Если да, то какие именно правоотношения нуждаются в правовом регулировании? Если нет, то почему?”

Согласно результатам соцопроса 54 % опрошенных молодых людей проводят свое личное время в социальных сетях Интернета до трех часов в день, 34 % – до шести часов, 12 % – более шести часов. Из общего количества опрошенных респондентов, 37 % выступают категорически против какого-либо правового регулирования социальных отношений в Интернет. Точно такое же количество респондентов, наоборот, за процесс регулирования и 27 % – определиться не смогли.

Заслуживает внимание и позиция комментариев к суждениям. Их оказалось мнение 53 %, т. е. половина опрошенных респондентов, вторая половина – либо не смогла объяснить причину своего выбора, либо проигнорировала. Анализ мнений не многообразен и не отличается глубиной понимания поставленных вопросов. Их можно свести к нескольким позициям. Одну группу респондентов раздражает избыток реклам, в области продажи сигарет, алкоголя и интим услуг, избыточный объем ненужной информации (мы сознательно упустили несколько суждений о защите авторского права и персональных данных), другую – посягательство на свободу доступа к информации. И только один респондент указал, что в социальной сети Интернет пространства много лжи.

Результаты ответов, надо сказать, вполне ожидаемы, они лежат на поверхности повседневной поведенческой функции современных молодых людей, завязанных на СМИ и интернет информацию в частности. Они говорят о том, о чем говорит масс-медиа, они ведут себя так, как говорит масс-медиа, они думают, так как заложено масс-медиа, как и тысячи лет назад, от хутора к селу, от села к городу, от города к стране, а теперь и ко всему миру, методы только другие.

Из анализа видно, что сегодня СМИ играют не то, что особую роль, а архи важнейшую роль в процессе формирования нового “необходимого” правящим кругам общественного сознания. Поэтому, не сложно было вывести характеристику следующего поколения, которому уже присвоили название “A” (Альфа). Родившиеся после 2010 года, в период активного распространения Интернет-сети и информационных технологий, воздействующих на подсознание нового поколения, которому уже предписано стать полноправным движением в цифровом веке, в обязательном порядке будет фигурировать принцип массового сознания без сознания. И если отнести к этому критически, то данный процесс абсолютно объективный, ибо так было всегда, ибо “Ваши дети – не дети вам. Они – сыновья и дочери тоски жизни по самой себе. Они пришли от вас, но не принадлежат вам. Вы можете дать им ваши слова, но не ваши мысли, ибо у них есть свои мысли. Вы можете учиться у них, но не учить их, ибо их души обитают в долине Завтрашнего дня, где вы не можете побывать даже во снах...” – отметил поэт, философ, писатель конца XIX столетия Джебран Халиль в книге “Пророк” [2].

Сужает ли, расширяет ли Интернет и СМИ в целом реальное жизненное пространство или социализацию личности в обществе не суть важно. Они меняют суть его содержания, а главное – остается. А что же главное? А главное – биологический материал, который остается неизменным и податливым, как и во все эпохи цивилизации. Все то самое, как и раньше, только на более высоком техническом и технологическом уровне.

Наверное, звучит цинично, но подсознательно здравомыслящие люди с этим согласятся. В открытую осудят, а подсознательно согласятся.

Из этого следует, что народонаселение не изменяет своего сознания, меняются лишь технологии управления его сознанием. Они становятся более изощренными и модифицированными. А народонаселение все также любит деньги, по-прежнему легкомысленно, обыкновенные люди..., **в общем, напоминают прежних...**, как и ту толпу, которая кричала – **“распни его”**.

Мы обозначили проблему, но не указали ее решения. Решение всегда есть, только реализация его для меньшинства не выгодна, а для большинства – вне сферы их прагматичных интересов.

Использованная литература

1. М. Булгаков. Мастер и Маргарита. – Режим доступа : [//www.loveread.ws/read_book.php?id=1527&p=38](http://www.loveread.ws/read_book.php?id=1527&p=38)
2. Джебран Халиль. Пророк. – Режим доступа : [//www.royallib.ru/book/dgebran_halil/prorok.html](http://www.royallib.ru/book/dgebran_halil/prorok.html)
3. Дуглас Коупленд. Поколение А. – Режим доступа : [//www.loveread.ws/read_book.php?id=9870&p=1](http://www.loveread.ws/read_book.php?id=9870&p=1)
4. Влияние СМИ на сознание современной молодежи. – Режим доступа : [//www.sibac.infoindex.php/2009-07-01-10-21-16/7852-2013-05-18-04-11-39](http://www.sibac.infoindex.php/2009-07-01-10-21-16/7852-2013-05-18-04-11-39)
5. Баева Л.В. Электронная культура : опыт философского анализа. – Режим доступа : [//www.vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=753&Itemid=52](http://www.vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=753&Itemid=52)
6. Юрий Баранчик. “Окно Овертона”. Как работают информационные технологии по дегуманизации человека и общества. – Режим доступа : [//www.stoletie.ru/versia/_okno_overtona_603.htm](http://www.stoletie.ru/versia/_okno_overtona_603.htm)
7. Мировые лидеры призвали ООН частично легализовать наркотики. – Режим доступа : [//www.snob.ru/selected/entry/80856](http://www.snob.ru/selected/entry/80856)
8. Тоффлер Э. Метаморфозы власти : знание, богатство и сила на пороге XXI века / Э. Тоффлер ; [пер. с англ.]. – М. : ООО “Издательство АСТ”, 2003. – 669 с.
9. Beadoin T. Virtual Faith : The Irreverent Spiritual Quest of Generation X. – San Francisco, 1998.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~