

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

**ФЕДОРЕНКО АНАСТАСІЯ ЮРІЇВНА**

Допускається до захисту:

завідувач кафедри  
інформаційних систем  
управління д.е.н., професор  
\_\_\_\_\_ О. М. Анісімова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ІНФОРМАЦІЙНА СВІДОМІСТЬ У СИСТЕМІ КУЛЬТУРИ ІНТЕРНЕТ-  
СУСПІЛЬСТВА**

Спеціальність 029 « Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

**Кваліфікаційна (бакалаврська) робота**

Керівник:

Лукаш Г.П., професор кафедри  
інформаційних систем управління,  
д. філол. н., професор

Оцінка: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: \_\_\_\_\_

(підпис)

Вінниця - 2021

## АНОТАЦІЯ

**Федоренко А.Ю. Інформаційна свідомість у системі культури Інтернет-суспільства.** Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2021.

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі висвітлено проблему концептуалізації інформаційної свідомості як складника культури Інтернет-суспільства. Доведено, що інформаційна свідомість є вагомим елементом культури сучасного суспільства. Формування інформаційної свідомості простежено на прикладі вибору користувачами соціальних мереж своїх ніків (nickname).

Ключові слова: інформаційна культура, інформаційна свідомість, інформаційна свідомість особистості, Інтернет-суспільство.

Табл. 1. Рис. 7. Бібліограф: 31 найменування.

## ABSTRACT

**Fedorenko A. Y. Information consciousness in the culture system of the Internet society.** Specialty 029 "Information, library and archival affairs". Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2021.

The qualification (bachelor's) work highlights the problem of conceptualization of information consciousness as a component of the culture of the Internet society. It is proved that information consciousness is an important element of the culture of modern society. The formation of information consciousness is traced on the example of the choice of users of social networks of their nicknames.

Key words: information culture, information consciousness, information consciousness of personality, Internet society.

Tab. 1. Drawings. 8. Bibliographic: 31 items.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДНИК ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКОЇ КУЛЬТУРИ.....</b>	<b>6</b>
1.1 Аналіз останніх досліджень інформаційної культури.....	6
1.2 Інформаційна культура українського суспільства.....	8
1.3 Електронна людина.....	12
<b>РОЗДІЛ 2. ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДНИХ ОРІЄНТАЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ КУЛЬТУРІ.....</b>	<b>15</b>
2.1 Поняття світогляду. Типи світогляду.....	15
2.2 Проблеми формування світоглядної культури особистості.....	21
<b>РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНА СВІДОМІСТЬ ЯК НОВЕ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ.....</b>	<b>25</b>
3.1 Поняття інформаційної свідомості.....	25
3.2 Роль мережі Інтернет у формуванні інформаційного світогляду.....	29
3.3 Комп'ютерний нік як засіб самопрезентації інформаційної свідомості.....	31
3.4 Особливості інформаційної свідомості особистості у віртуальному інтернет-середовищі.....	39
3.5 Форми і способи самопрезентації свідомості на різних етапах розвитку інтернет-технологій.....	43
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>49</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ.....</b>	<b>54</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>58</b>



## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Інформаційна культура є значною теоретичною основою перебудови свідомості особи, суспільства, світового співтовариства в умовах формування сучасного етапу інформаційного суспільства – кіберцивілізації. Проте проблеми інформаційної культури на сьогодні ще недостатньо однозначно і повно вивчені системно, а отже, потребують комплексного, інтегрованого наукового осмислення. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що вона висвітлює один із складників культури інформаційного суспільства сучасної України, представленої інформаційною свідомістю.

З появою комп'ютерів розвиток технологій не стоїть на місці. Цифрові технології настільки розвинені, що дозволяють створити штучну модель людського життя з різними бібліотеками, будинками, розвагами, парками, тощо. Кожен елемент з цієї штучної моделі має свою специфіку номінацій.

**Мета бакалаврської роботи** – форми і вияви інформаційної свідомості як складника культури Інтернет-суспільства. **Завдання роботи:**

- розкрити основні позиції досліджень з інформаційної культури інформаційного суспільства;
- вивчити поняття світогляду та інформаційної свідомості;
- дослідити особливості самопрезентації особистості у віртуальному інтернет-середовищі, визначити найпопулярніші форми і способи самопрезентації через комп'ютерний нік; виявити взаємозв'язок між розвитком інтернет-технологій і принципами комунікації та практиками самопрезентацій особистості в інтернет-середовищі.

**Об'єктом дослідження** є інформаційна культура. Предмет дослідження – феномен інформаційної свідомості як соціальний феномен і компонента системи інформаційної культури.

Основні положення та результати дослідження були представлені на двох конференціях (V Всеукраїнська наукова студентська конференція «Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері» – Вінниця, 15 квітня 2020 р. і V

Всеукраїнська науково-практична конференція «Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми, перспективи» – Полтава, 25 листопада 2020 року) та викладені у двох публікаціях:

1. Федоренко А. Ю. Новітні вимоги масової комунікації в процесі обміну інформацією. Зб. матер. V Всеукраїнської наукової конференції «Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері» за підсумками науково-дослідницької роботи студентів спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» / ред. кол. Г. П. Лукаш, О. М. Анісімова, І.Г. Передерій та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. С. 45-46.

2. Федоренко А. Ю. Інформаційна свідомість як нове поняття в інформаційній культурі України. Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми та перспективи : матеріали V Всеукраїн. наук.-практ. конф., м. Полтава, 25 листопада 2020 р. / редкол.: І. Г. Передерій, О. Є. Гомотюк та ін. Полтава, 2020. С. 351-355.

**Структура бакалаврської роботи.** Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох основних розділів та дев'яти підрозділів, висновків, розміщених на 65 сторінках, списку використаних посилань з 32 найменувань, додатків – 7, таблиць – 1, рисунків – 10, діаграм – 1.

## **РОЗДІЛ 1.**

# **ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДНИК ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКОЇ КУЛЬТУРИ**

### **1.1 Аналіз останніх досліджень інформаційної культури**

Інформація на сьогоднішній день слугує чинником будь-яких змін у суспільстві. Усвідомлення цього зумовило створення концепції інформаційного суспільства. Ознаками є:

- пріоритет інформації й інформаційних технологій;
- глобалізація процесів та явищ;
- зміна ролі особистості, актуалізація знань і кваліфікації як головного джерела оновлення світу;
- розширення сфери культури і виникнення нових культур;
- інноваційний манера мислення;
- системно-інформаційний підхід;
- гуманізація і гуманітаризація знання;
- виникнення інформаційно екологічних задач, загроза психофізичному здоров'ю людей та ін. [1].

Упровадження інформаційних технологій створило нові, унікальні можливості для активного й ефективного розвитку держави, суспільства, особистості. Разом з процесами інформатизації відбувається активний розвиток нової форми культури – інформаційної. У широкому сенсі під інформаційною культурою розуміють сукупність принципів і реальних механізмів, що забезпечують позитивну взаємодію етнічних і національних культур, їх поєднання в загальному досвіді людства. У вузькому – оптимальні способи поводження зі символами, даними, інформацією й надання їх зацікавленому споживачеві щодо вирішення теоретичних і практичних завдань; механізми вдосконалення технічних засобів виробництва, зберігання та передачі інформації; розвиток системи навчання, підготовки людини до ефективного використання інформаційних засобів та інформації [2]. Певні протиріччя:



- різноманіття інформації зросло і задовольняє різні потреби, але при цьому наявна надлишкова для споживача інформація;
- накопичений значний інформаційний потенціал, але люди не можуть ним скористатися через фізичні й технічні обмеження.

Нині недостатньо здобути фундаментальні знання – необхідно знати, де і яким чином знайти потрібну інформацію. Особливо актуальною ця проблема є для наукових працівників та молодих спеціалістів, оскільки від якісного й швидкого пошуку інформації залежать їхні успіх і конкурентоспроможність. Пізнавати закономірності та перспективи розвитку інформаційного суспільства, орієнтуватися в потоках документів і масивах інформації, правильно оцінювати, знати основні джерела інформації, оптимально використовувати інформаційні комунікації – ці знання надзвичайно потрібні кожній людині в її практичній і науковій діяльності. Фахівці довели, що зміна рівня інформаційної культури підвищує успішність самореалізації в навчальній, а потім і в професійній діяльності [3].

Один з елементів нової інформаційної культури є комп'ютерна етика – сукупність моральних принципів і норм, які регулюють відносини між людьми, що склалися на основі їх роботи з комп'ютерами. Людина програмує комп'ютери, а які значною мірою «програмують» її мислення. Зміна моральних норм під впливом інформаційних технологій нині визнається багатьма спеціалістами – серед західноєвропейських мислителів набуває поширення думка про духовні проблеми людини, пов'язані з розвитком техніки (Х. Ортега-і-Гассет, Й. Гейзінга, та ін.).

Необхідність створення комп'ютерної етики зумовлена переважно тим, що створювані комп'ютерною технікою нові ситуації часто надають моральній значущості явищам, які раніше перебували поза межами моральних кодексів. Сьогодні усі процеси пов'язані з роботою комп'ютера, які повинна контролювати людська етика. Однак при цьому слід зважати на те, що моральні норми можна застосовувати лише до поведінки людей, котрі вступають між собою в моральні відносини. Поза сферою суспільних відносин, де по суті

перебувають технічні зв'язки і функціонують штучні системи, вони не діють. Щодо цього сучасний німецький філософ Х. Ленк зазначає: «...прагнення навмисно і поспіхом перетворити комп'ютер на моральну істоту означало б відкривати надто прості шляхи для виходу з дилеми відповідальності, обирати стратегію ухилення від вирішення проблеми, яка може призвести до відходу від власної моральної відповідальності. Якщо не можна притягнути до відповідальності особистість, то надто просто покласти відповідальність на комп'ютер чи взагалі від неї відмовитися» [4, с. 141].

Незважаючи на відсутність чітко визначених моральних норм і змісту мережевої культури, очевидним є той факт, що «принципи мережевої етики, яка формується, можуть бути вироблені лише під час чесної й відкритої публічної дискусії, що вможливить визначати, роз'яснювати і змінювати ті чи інші моральні норми на основі досягнення більшої узгодженості в поглядах та оцінках і передбачає рівноправну участь усіх зацікавлених у ній осіб» [5].

## **1.2 Інформаційна культура українського суспільства**

Інформаційна культура (ІК) – сфера буття, що пов'язана з функціонуванням інформації в суспільстві, формуванням інформаційних навичок особистості. (Додаток А).

У широкому сенсі ІК є сукупністю принципів і механізмів, що забезпечують взаємодію етнічних і національних культур, їх включення в загальний досвід людства. ІК у вузькому сенсі це – вироблення оптимальних способів використання інформації і надання її споживачеві для вирішення теоретичних і практичних завдань; механізми вдосконалення технічних засобів виробництва, зберігання і передавання інформації; розвиток системи навчання, підготовки людини до ефективного використання інформації й інформаційних засобів [6].

Сьогодні світ переживає глобальну інформаційну революцію. Географічна відстань перестала бути перепорою для спілкування та обміну інформацією, натомість прийшли такі чинники, як наявність або доступність відповідних



технічних засобів, якість та технічна пропускна спроможність каналу зв'язку, а також необхідний рівень освіти, кваліфікації та інтелігентності.

Варто зазначити важливу роль та значення глобальної інформаційної мережі Internet. Спочатку ця мережа проєктувалася як засіб зв'язку між окремими комп'ютерами з такими вимогами:

- незалежність мережі від конструкції та технології виробництва комп'ютерів, що вона об'єднує;
- відсутність єдиного центру управління мережею;
- рівноправність всіх вузлів мережі;
- незалежність вузлів мережі один від одного;
- відсутність всередині мережі наперед визначеного маршруту передачі інформації.

Ключові особливості мережі Інтернет:

- глобальність – межі та географія Інтернету визначаються її користувачами;
- децентралізованість – її функціонування визначається діяльністю користувачів (вузлів), а не діями одного або кількох центрів керування;
- космополітичність – географічне, національне, мовне, культурологічне тощо розмежування користувачів має досить умовний і розмитий характер;
- незалежність – практично відсутні технічні та організаційні можливості для блокування фрагментів мережі, обмеження інформаційного обміну, цензури інформаційних потоків тощо, які можна було б реалізувати централізовано з боку окремих держав чи соціальних груп;
- актуальність – інформація стає досяжною в будь-який момент її створення і одночасно доступною для всіх користувачів мережі;
- анонімність – ідентифікація користувача Інтернету через вигадане ім'я та пароль або технічну ідентифікацію комп'ютера (IP-адреса, номер процесора чи операційної системи тощо) створює ілюзію утаємниченості та непомітності і, як один із наслідків, безвідповідальності та безкарності [7].

У добу XXI ст. Інтернет із засобу комунікації перетворюється на величезну базу даних та потужний засіб формування рішень. Стрімко зростає виробництво

інтелектуальної продукції, розширюється ринок інформаційних технологій і послуг. При цьому покоління речей і ідей змінюються швидше, ніж покоління людей.

На цьому етапі розвитку Інтернету можна сказати, що більш як 90% населення України має вільний доступ до Інтернету, то інші 10% – це села, де люди не мають комп'ютерів та доступу до певного типу і виду інформації. Наразі в Україні триває активний процес формування нових соціальних груп – це так зване «ядро» інформаційного суспільства та подальшого розвитку «суспільства знань».

Українське суспільство тільки починає свій сучасний постіндустріальний інформаційний розвиток і на цьому етапі можна передбачити та попередити негативні тенденції та впливи на розвиток освіти та формування особистості [7].

Нові інформаційні та комунікаційні технології прийшли у світ поступово, навіть на сучасному рівні їх розвитку в Україні, почали витісняти безпосереднє та спілкування в живу. Нашим батькам відомо, який вплив на формування особистості мають дитячі ігри, казки, легенди, тобто та інформація, яку дитина отримує з перших днів свого життя. Саме тому, в цьому інформаційно-ігровому полі формується певна психологія людини: стереотипи поведінки, уміння спілкуватися, діяти, а також фобії, самообмеження, здатність керувати власною агресивністю, стримувати інші негативні прояви тощо.

Віртуальний простір мережевих ігор докорінно змінив не лише стиль життя більшої частини молоді, а й ввів їх у світ «гри з ідентичностями», змінював і продовжує докорінно змінювати інформаційно-ігрове поле їх становлення. Віртуальне життя та спілкування в Інтернеті, де можна уявити себе іншим, ніж ти є насправді – яскравий приклад того, що мережа змінює наше сприйняття самих себе і водночас обмежує світ предметного життя та вербальні контакти між людьми, змінює характер соціальної взаємодії. З'являються нові соціальні групи, які на ґрунті інформаційних та комунікативних технологій формують нове – інформаційне – суспільство.

Відбувається уніфікація культури. Формується транснаціональна культура з її позитивними та негативними сторонами. У національних культурах під впливом нових технологій викристалізовується нова рухома і мобільна цілісність, яка сприяє розширенню меж нових транснаціональних інститутів культури. Це служить не тільки визнанню особистої етнічної, національної, цивілізаційної та соціокультурної ідентичності, а й розумінню власної ідентичності у світі культур, що важливо для країн, культура яких є мозаїчною й нецілісною [7].

Система освіти, що опирається на принципи та правила більш низьких рівнів, колись може суспільство назад, адже «найбільшим джерелом структурних перетворень у суспільстві є зміна у характері знань». На жаль, наша сучасна система освіти і виховання перетворює людей на «вмістилище інформації», їх голови наповнюються автономними даними, які можна відтворити, систематизувати і використати, але не завжди поєднати зі своїм особистим та родовим досвідом, моральними принципами та сформованим віками світоглядом. На нашу думку, варто погодитися з Д. Соммером, який бачить помилки і недоліки освіти у такому:

- 1 - знеособленість: все зводиться до одного стандарту;
- 2 - авторитаризм через наявність значної частки сублімінального змісту;
- 3 - освіта не формує здатність переборювати рівень сублімінальної уваги, тобто засвоювати знання без обмежень;
- 4 - навчання має інформативний характер і направлене на запам'ятовування, тобто запрограмує того, хто навчається, а не вчить його глибоко мислити;
- 5 - інформація, яку одержують під час навчання, закладається в мозок учня як автономна, що не підпорядкована його «я», але контролює певні сфери його поведінки;
- 6 - освіта не вчить розвивати характер і волю;
- 7 - навіювання і гіпнотичність навчання, що послаблює свідому зону мозку;



- 8 - неефективні стосунки викладач–учень. Вчитель має не викладати, як це традиційно роблять, а заохочувати учня до самостійного навчання з використанням досвіду вчителя;
- 9 - не вчить учня, як пізнати самого себе, розкрити і розвинути свою індивідуальність;
- 10 - не вчить моралі глибоко і змістовно;
- 11 - звичне навчання і виховання чітко визначає розумову межу, обмежує можливості учня тим, що перебуває в середині окреслених меж;
- 12 - не приділяє належної уваги психологічним проблемам, здатним ускладнювати процес навчання [7].

Виникає проблема зі змінами у сфері культури, що відбуваються під впливом розбудови інформаційного суспільства – прогресуючий розпад традиційних структур, коли батьки майже автоматично визначали суспільну і духовну долю дітей та забезпечували кожную дитину певною свободою вибору свого майбутнього. Серйозною небезпекою в суспільстві є поява культурологічних архетипів, які не служать розвитку, а сприяють моральному розпаду та духовному отупінню людини.

### **1.3 Електронна людина**

Феномен інформаційної культури, який є складовим елементом загальнолюдської культури, можна розглядати на різних рівнях: суспільному, груповому, особистісному. Інформаційна культура особи – це сукупність інформаційного світогляду, системи знань і навичок, що забезпечують цілеспрямовану самостійну діяльність з оптимального задоволення індивідуальних інформаційних потреб з використанням і традиційних, і нових інформаційних технологій [8].

Проблеми культурного та духовного розвитку істотно впливають на особистість:

- 1 - розширення можливостей доступу до інформації;
- 2 - збільшення обсягу інформації;

- 3 - поглиблення розуміння інформаційних процесів;
- 4 - зростає здатність до осмислення та узагальнення знань;
- 5 - підвищення рівня раціоналізації життя людини;
- 6 - зростають уміння і ступінь компетентності фахівців.

Водночас:

- людині загрожує втрата індивідуальності та етнокультурної самобутності;
- знижується рівень загальної культури особи, відбувається її соціальна самоізоляція;
- посилюється дегуманізація робочого процесу.

Зрозуміло, що інформаційно забарвлений світогляд впливає на свободу, мораль і духовний світ кожної людини. Є безліч суперечливих теорій. Можна виокремити позитивні і негативні аспекти впливів інформаційної культури на особу (Додаток Б) [7].

Позитивні аспекти:

1. розвиток комп'ютерних технологій забезпечить особі свободу вибору;
2. можливість створювати і використовувати електронні комбінації;
3. кожен індивідуум одночасно стає рівноправним одержувачем і творцем інформації;
4. зростає можливість включення в єдину мережу різних баз та баз даних;
5. підвищується рівень безпеки людини у практичних галузях діяльності.

Негативні аспекти:

1. надмірне підпорядкування комп'ютерам аж до їх обожнювання (сакралізації);
2. беззахисність людини перед зовнішнім вторгненням у приватне життя;
3. розширюється можливість отримання (здобуття) даних про будь-якого індивідуума;
4. зростає можливість втрати особистої ідентичності;
5. можливість маніпулювання індивідом через інформацію, яка йому направляється;

6. можливість маніпулювання (шантаж) індивідом через різні формати (види) фотографій;
7. загроза моральному імунітету особи унаслідок фанатичної відданості комп'ютерам;
8. звуження духовного світу та чуттєвого сприйняття природи і соціуму, що призводить до втрати здатності слухати і розуміти «не своє» та терпимо ставитися до чужого [7].

Глобальне поширення інформації, а також зростання її кількості призводить до того що, людина сама не може її систематизувати, розглянути досить об'єктивно з різних боків. Частіше доводиться діяти, опираючись на думку інших людей. Це дає широкі можливості за допомогою спеціально підібраної інформації маніпулювати людиною та суспільством, нав'язувати цілі, що йдуть врозріз із розвитком цивілізації. Сьогодні в інформаційному суспільстві головною умовою благополуччя кожної людини – є знання, здобуті завдяки безперешкодному доступу до інформації, й уміння працювати з нею [7].



## РОЗДІЛ 2.

### ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДНИХ ОРІЄНТАЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ КУЛЬТУРІ

#### 2.1 Поняття світогляду. Типи світогляду

Світогляд – це сукупність переконань, оцінок, поглядів та принципів, які визначають найзагальніше бачення та розуміння світу і місце особистості у ньому, а також її життєві позиції, програми поведінки та діяльності. Світогляд людини зумовлений особливостями суспільного буття та соціальними умовами [9].



Рисунок 2.1 – Рівні світогляду

Протягом людської цивілізації сформувалися такі типи світогляду як: міфологічний, релігійний та філософський.

Міфологічний світогляд – ця міфологія є універсальним типом світогляду первісних суспільств; всі етноси своїм першим світоглядом мають міфологію, яка містить у своїй основі міф – вигадану розповідь, витвір народної фантазії, в якому явища природи або культури подаються в наївно-антропоморфній формі.

Порівняльне вивчення міфів різних народів показало:

- по-перше, дуже схожі міфи існують у різних народів, в різних частинах світу

- по-друге, міф був єдиною універсальною формою свідомості. Він відображав світовідчуття, світосприйняття і світорозуміння тієї епохи, в яку створювався.

Передумови сприйняття світу первісною людиною набуло такої дивної форми, як міфологія:

1. первісна людина ще не вирізняла себе з навколишнього середовища – природного та соціального;
2. нероздільність первісного мислення, яке ще чітко не відокремилось від емоційної сфери.

У міфі неможливо відокремити натуральне від символічного, реальне від фантастичного, існуюче від бажаного, духовне від природного, людське від нелюдського, зло від добра.

З розвитком і ускладненням форм життя міфологічна премудрість перестає задовольняти людину. Міф як специфічний ступінь суспільної свідомості поступово розкладається, і з нього виокремлюється ціла низка напрямів духовної діяльності, яка стає характерною вже для цивілізаційно розвинених суспільств [10].



Рисунок 2.2 – Сфери духовної діяльності, які виокремилися з міфу

Релігійний світогляд – це другий історичний тип світогляду. Умови для формування стали:

- перехід від первісного ладу до рабовласницького суспільства
- певні досягнення в організації суспільного виробництва, передусім в розподілі праці, зокрема виділенні розумової праці.

Як соціально-історичне явище релігія змінювалась разом із зміною форм суспільного життя, які вона спотворено відображала. Етапами її еволюції були:

- первісні вірування (тотемізм, магія, фетишизм, анімізм)
- національні (іудаїзм, індуїзм, синтоїзм, даосизм, конфуціанство)
- світові релігії (буддизм, християнство, іслам).

Релігія є більш зрілою формою світогляду, ніж міфологія. У ній буття досягається не міфічними, а іншими способами. Virізняють такі:

- 1- у релігійній свідомості вже чітко розділяються суб'єкт і об'єкт (долається характерна для міфу неподільність людини й природи);
- 2- світ роздвоюється на духовний і тілесний, земний і небесний, природний і надприродний. Міфологічні ж персонажі живуть у феноменальному світі (на горі Олімп, на горі Меру тощо);
- 3- у релігії надприродний світ, недоступний органам чуття, а тому – в об'єкти цього світу треба вірити. Віра і виступає головним засобом досягнення буття;
- 4- особливістю релігійного світогляду є його практичність, оскільки віра без справ мертва
- 5- якщо для міфу головним є обґрунтування зв'язку індивіда з родом, то для релігії ним є досягнення єдності людини з Богом як втіленням святості та абсолютною цінністю.

Релігія – явище багатопланове і багатозначне. Сьогодні, незважаючи на наукові досягнення, які, здавалось би, заперечують її світоглядні положення, релігія продовжує бути великою соціально організованою й організуючою силою в світі. За допомогою обрядовості релігія культивує людські почуття любові, добра, терпимості, співчуття, милосердя, обов'язку, справедливості. Але



в релігійному світогляді можуть відображатися і протилежні настрої, ідеї: фанатизм, вороже ставлення до людей іншої віри тощо [10].

Філософський світогляд. В сучасних умовах розглядається як один із впливових і дійових типів. Він, як і релігія, розвинувся з первинної міфології, успадкувавши її світоглядні функції. Філософію і розглянуті типи світогляду об'єднує загальна спрямованість: дати картину світу і в ньому людину з її ставленням до дійсності, що її оточує, і з'ясувати сенс людського буття. Щодо сучасного філософського світогляду, то необхідно звернути увагу на особливості:

- філософському світогляду властива не чуттєво-образна, як у попередніх світоглядах, форма освоєння дійсності, а абстрактно-понятійна. Він має широкий рівень узагальнення (категорії, принципи), що виходять на межу буття і небуття;
- філософський світогляд – це теоретична форма світогляду, яка історично виникла і, перша форма систематизованого теоретичного мислення взагалі. Він спрямований на критичне дослідження та вирішення світоглядних проблем з метою підвищення ступеню достовірності та надійності таких рішень;
- відмінність філософського світогляду від міфічного та релігійного полягає в тому, що релігія і міфологія співпадають з відповідним світоглядом, тоді як філософія становить ядро наукового світосприйняття. Вона надає йому цілісності, взаємопов'язаності й визначеності;
- на відміну від релігії і міфології, філософія в осмисленні світу систематично спирається на наукові знання. Але якщо на своєму початку філософський світогляд спирався на часткові, не систематизовані знання, то сучасний світогляд має можливість повного використання, як тепер кажуть, Великої науки. Разом з тим філософія справляє величезний вплив на розвиток науки. Вона виступає загальною методологією наукового пізнання;
- філософія прагне поставити і розв'язати граничні, абсолютні проблеми людського буття;
- філософія досліджує пізнавальне, ціннісне, соціально-політичне, моральне та естетичне ставлення людини до світу; виробляє певні критерії і принципи

суспільної та індивідуальної діяльності, спираючись не на авторитет, а на знання необхідності [10].



Рисунок 2.3 – Світогляд, філософія, наука [3].

Узагальнені знання є основною, інформаційною базою світогляду. Що більші знання того чи іншого народу або тієї чи іншої людини, то серйозніше підґрунтя дістає відповідний світогляд. Слід зауважити, що до світогляду належать не всі і не будь-які знання, а лише ті, які є життєво важливими для людини, які практично і теоретично розкривають сутність стосунків між людиною і світом у кожную історичну епоху.

Переконання – це внутрішні соціально-психологічні елементи духовності, завдяки яким сприймаються або ж, навпаки, відкидаються світоглядні знання. Переконання – це не тільки інтелектуальна позиція, а й емоційний стан, стійка психологічна настанова, впевненість у справедливості своїх принципів, ідей, поглядів. Тому переконання є одним з необхідних структурних елементів світогляду.

Цінності – це позитивне або негативне ставлення до явищ навколишнього світу, яке ґрунтується на потребах та інтересах людей, культур певного соціуму. Їх людина засвоює в процесі життя. За змістом і сутністю цінності відрізняються від знань. Знанням притаманне прагнення до істини – об’єктивного пізнання реального світу, цінності втілюють у собі особливе ставлення людей до всього навколишнього відповідно до їх прагнень, потребам, інтересам [10].

Ідеали – це світоглядна форма цілеспрямованого відображення дійсності, уявний зразок досконалості, норма, до якої слід іти як до кінцевої мети.

Особливість ідеалів у тому, що вони становлять випереджене відображення дійсності. Слід підкреслити, що суспільний ідеал виконує не тільки цілеспрямовувальну, але й оцінювальну функцію щодо відношення соціального суб'єкта до об'єкта і до самого себе. Світоглядні цінності – це вищі цінності життя і культури, які визначають життєву орієнтацію суб'єкта у всіх сферах його діяльності.

Вірування – це форма і спосіб сприйняття соціальної інформації, норм, цінностей та ідеалів суспільного життя. Не набуті власним практичним чи пізнавальним досвідом, вони сприймаються як очевидні факти чи характеристики об'єктивної дійсності суцього і належного; спосіб засвоєння досвіду попередніх поколінь, сприйняття сподівань, очікувань та надій щодо майбутнього.

Принципи діяльності є нормативно-регулятивним компонентом світогляду; визначають свідоме практичне і теоретичне ставлення соціального суб'єкта до об'єкта і до самого себе.

Життєві норми – це зразки, стандарти діяльності, що склалися історично або усталилися як певні правила поведінки, виконання яких окремою людиною чи групою людей є необхідною умовою підпорядкування особистої діяльності суспільним вимогам [10].

Існує кілька критеріїв класифікації світогляду (Додаток В).

За критерієм загальності: індивідуальний; груповий (професійний, національний, класовий); загальнолюдський (проте як особистістю, так і без особистостей не може існувати жодна світоглядна система).

За ступенем історичного розвитку: античний; сучасний; середньовічний і т.д

За ступенем теоретичної «зрілості»: життєво-практичний, теоретичний

За історичним типом: філософський, релігійний, міфологічний

## **2.2 Проблеми формування світоглядної культури особистості**

Світоглядна культура особистості має свого індивідуального носія – особистість. На даному етапі можна проаналізувати світоглядну культуру



безіменного суб'єкта або так званого пересічного громадянина тієї чи іншої країни. Це означає, що ми можемо перевірити вид світогляду, яким користується у повсякденному житті пересічна особистість в умовах різної соціальної практики і у різних соціальних системах, наприклад, – Україні. Корисним та перспективним буде оцінка зовнішніх умов, що склалися у ході глобалізації й інформатизації суспільства, наскільки вони сприяють чи не сприяють формуванню зрілої світоглядної культури особистості у різних за сталістю економічних умов і соціально-політичних системах.

Аналізуючи специфіку світоглядної орієнтації особи пострадянського типу, відмітимо такі характерні моменти, як «агресивне соціальне порівняння», орієнтацію на сильну особу, «соціальне само будівництво» [11]. Зазначимо декілька сталих тенденцій, а саме:

1-Криза цінностей, якими особистість жила з ноосфери як наслідок переходу світової спільноти від техногенної до інформаційної фази розвитку і зміна матеріальної єдності світу на інформаційну.

2-Активізація психосфери, що впливає архетипами на підсвідомість особистості.

3-Криза наукового обґрунтування і поширення ненаукового, псевдонаукового обґрунтування світоглядних орієнтацій.

4-Ренесанс релігійного обґрунтування світоглядних орієнтацій.

5-Опора дезорієнтованої соціальними змінами особи на здоровий глузд.

6-Синкретизм обґрунтування світоглядної орієнтації особи [11].

Вплив на світоглядну культуру особистості виявляється у кількох позиціях:

- у міфології, що завжди було притаманне українцям;
- релігії, що за останні 20-25 років набула значного впливу на людей у нашій країні;
- філософії, науці, освіті та національній і світовій культурі як джерела поповнення смислового поля особистості;
- національній еліті як точці тяжіння процесу формування;
- маргіналізації як наслідку негативної державної політики.

– Посилення впливу релігії і релігійних організацій – церков, які почали боротися за гегемонію у духовній сфері українського громадянського суспільства, вносять велику «смуту» у свідомість українців. Відомо, що постсередньовічний період розвитку суспільства пов'язаний з процесом секуляризації (витіснення або зменшення впливу релігії в житті суспільства) і посиленням ролі науки в громадському виробництві. Афоризм «знання-сила» стає символом науки і пізнавальної активності людини. Але криза науки у суспільстві, що трансформується у кінці XX – поч. XXI ст., супроводжується духовною кризою – в суспільстві у особи зростає відчуття відчуженості, людина втрачає сенс того, що відбувається і цілі життя, набувають широкого поширення скептицизм. І в цей період ставиться «діагноз нашого часу, домінуючою ідеєю якого стає оцінка секулярного світу того, що забув про Бога», що втратив релігійну віру: з втратою культурно-історичних коренів, що йдуть в релігію, втрачають свою легітимність соціальні інститути, розхитується і втрачає міцність увесь впорядкований лад життя, а людське свавілля, що стверджується під гаслом свободи і прогресу, стає масштабом людської поведінки, що вже не розрізняє більше в якості непорушних абсолютів добро і зло [11].

З'явилася громадська потреба в релігіях порятунку. Їх основна ідея – справжнє людське існування неповноцінне, незадовільне, але воно таїть в собі несуттєві, глибинні можливості і завдяки зверненню людини до Бога і неухильного наслідування релігійного закону і людина, і суспільство будуть врятовані.

Звернення до релігійного обґрунтування пов'язане зі спробою людини в такому нестійкому, такому, що змінюється соціумі знайти не зовнішню, а внутрішню духовну опору. У своєму зверненні до релігії, церкви людина швидше шукає духовність, етичну, а не політичну орієнтацію. Сучасна релігійність акцентує увагу на розумінні віри як внутрішньої справи і вибору особи, а не як справи державної, нав'язуваної ззовні.

Поширення «нетрадиційних релігій» є не стільки наслідком тоталітаризму, але і реакцією на нього, оскільки вони припускають різноманітність, плюралізм

і можливість вибору. Компонентами, в різному поєднанні і пропорціях є ідеї буддизму, індуїзму, християнства, окультизму. Нетрадиційні релігії дозволяють особі реалізувати спробу звернення до особистого пошуку, що відкидає традицію, традиційні форми порятунку [11]. Типи «нетрадиційних релігій»: перший тип включає екстремістські релігії, у яких домінують, пропаганда і провокація «обвальнокатастрофічних» змін суспільства, радикальної зміни способу життя вірян; другий тип припускає поступові громадські перетворення у міру радикальної зміни особи. Сюди відносяться, наприклад, суспільство Свідомості Крішні та ін.; до третього типу відносять нетрадиційні релігії, орієнтовані на:

- утилітарно-прагматичне пристосування людини до соціуму;
- усунення утруднень в міжособовому спілкуванні; досягнення соціального успіху. Сюди належить, наприклад, церква саєнтологія, «повчальні семінари Ерхарда» та ін.

До четвертого типу відносять сатанинські секти, а також схожі культи дияволоманії. Від нетрадиційних релігій принципово відрізняються такі три види релігійних новацій.

- Перший: це новоутворення, що виникли в результаті релігійного розколу у рамках загальної віросповідної традиції відносно віровчення, обрядовості і організаційної структури.
- Другий: модерністські тенденції в традиційно релігійних організаціях, обумовлені новітніми соціально-політичними зрушеннями.
- Третій: уявлення про встановлення нових, більш інтенсивних взаємозв'язків з вищим сакральним початком формі безперервного діалогу з Богом, нових божественних одкровенень, богоявлень і тому подібне.

Характерною тенденцією релігійної свідомості сучасності є процес, коли релігійний ритуал є елементом особистої релігійності, прагненням вийти на рівень особистого релігійного досвіду та віднайти духовність з внутрішнім світом і пошуком певної істини [11].



### **РОЗДІЛ 3.**

## **ІНФОРМАЦІЙНА СВІДОМІСТЬ**

## **ЯК НОВЕ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ**

### **3.1 Поняття інформаційної свідомості**

Феномен «інформаційна свідомість» вже в наш час частково проаналізовано у роботах О. Дзьобаня, В. Вашкевича, В. Воронкової, О. Кивлюк, М. Максименюк, В. Нікітенко, О. Найдьонова, Д. Свириденка, О. Сосніна. Інформаційна свідомість як складне соціальне явище і динамічний процес вивчається багатьма науками — нейрофізіологією, психофізіологією, нейропсихологією, гносеологією, метафізикою, логікою, кібернетикою, інформатикою, психолінгвістикою. Проте основні компоненти інформаційної свідомості та її основні характеристики, сутність інформації як компоненти інформаційної свідомості та її роль у формуванні адекватної свідомості цілісної особистості, вплив моральних цінностей на формування ідеології інформаційного суспільства та впорядкування інформації досліджені недостатньо.

Свідомість людини трансформується інформаційними технологіями, на яку впливають різноманітні фактори, що її деформують, – тоталітарні секти, масова свідомість і пропаганда, телевізійна хроніка злочинності, руйнівний вплив корупції та олігархії, передвиборна пропаганда, масове споживацтво. Свідомість дозволяє відобразити закодовану інформацію об'єкта-предмета з метою отримання нової моделі наявного світу у людському мозку.

Свідомість зіставляється з лінгвістичними моделями, соціумом, матеріальною природою і пояснюється як соціально-історичний продукт. Отже, що так чи інакше, відтворення ідей-концептів-думок пов'язане з предметно-матеріальною діяльністю суб'єкта і численними комунікативними факторами між людьми [12, с. 59].

Однією з компонентів інформаційної свідомості є поняття «інформації». Вплив інформації на свідомість здійснюється у процесі багатоманітної,

послідовної «трансформації повідомлень про неї» в «інформацію про дії у відношенні свідомості» [12, с. 59]. Інформаційна система становить собою ряд дій з інформацією в структурі зі зворотним зв'язком, яка призначена для того, щоб спочатку дослідити об'єкти свідомості (початковий елемент), а потім здійснити на нього вплив, щоб перевести об'єкт в інший стан. Тому як своїм успіхам людина зобов'язана інформаційній підготовці, так і своїми невдачами людина зобов'язана інформаційними помилкам, які можуть призвести до негативних наслідків. По суті в основі інформації як основи інформаційної свідомості лежить її достовірність, адекватність, дійсність, не фальсифікованість, не викривленість, не підробленість, а без цих принципів будь-які дії приведуть до негативних наслідків [13, 14, с. 345].

Моральні цінності є важливою компонентою інформаційної свідомості. Саме моральні цінності сприяють формуванню ідеології інформаційного суспільства, тому що вони виконують надзвичайно важливу роботу щодо упорядкування багатоманітності явищ, релігій, партій, націй, класів, які сформувалися у стрункий світогляд. Для цього інформація повинна бути представлена у формі, яка дозволяє її розуміння, перевірку, порівняння, щоб мати спадковість в теоріях. Метою цієї компоненти інформаційної свідомості є «організованість інформації» у загальноприйнятій сучасній формі, регламентованої вимогам щодо повідомлень [12, с. 60]. Нездатність аналізувати інформацію провокує відмову від моралі як виправдання слабкої інтелектуальної та поведінської культури, невміння працювати з інформацією. Тому організована інформація замінюється «деморалізуючою інформацією», яка сприяє трансформації моральних цінностей, підштовхує до вульгарного вандалізму, руйнації психіки і особистості, провокує «стрибок ідей», який виходить з порушення логічної послідовності умовиводів, ствердження хаотичних думок, невивірених фактів, незавершених думок. У сучасному інформаційному суспільстві достатня інформація може замінятися «ентропійною інформацією». Це означає, що замість достовірної, переконливої і доказової інформації з'являються різні точки зору, які спростовують дійсну інформацію, замінюють її

недоказовими тезами-аргументами-принципами, в них відсутня достатня аргументація положень. Така інформація блокує дійсну сутність інформації. Істина не залежить від нашої свідомості, а визначається конкретною реальністю, що відображається процесами нашої свідомості і підсвідомості, встановлює достовірність тієї чи іншої інформації. Виховна роль інформаційної ідеології полягає в тому, що вона формує нові алгоритми поведінки. Достовірна і переконлива інформація сприяє формуванню цілісної особистості, дає доказові аргументи, що не займаються заміною інформації, які не приводять до дезінформації і дестабілізації особистості. Якщо інформація є непереконливою і недоказовою, то вона приводить до беззмістовності мислення, вводить суспільну думку в оману під виглядом істинних положень. У випадку протистояння істинна інформація замінюється дезінформацією, Тому необхідна робота особистості над собою, над виробленням своїх цінностей, правильного сприйняття подій, логічним висновком і синтезуванню частин в єдине ціле. Це дається важко, а з подоланням внутрішніх стереотипів, які направлені на формування нових алгоритмів поведінки, що продукують визрівання власних думок замість тих, що нав'язуються пропагандою [13, с. 198].

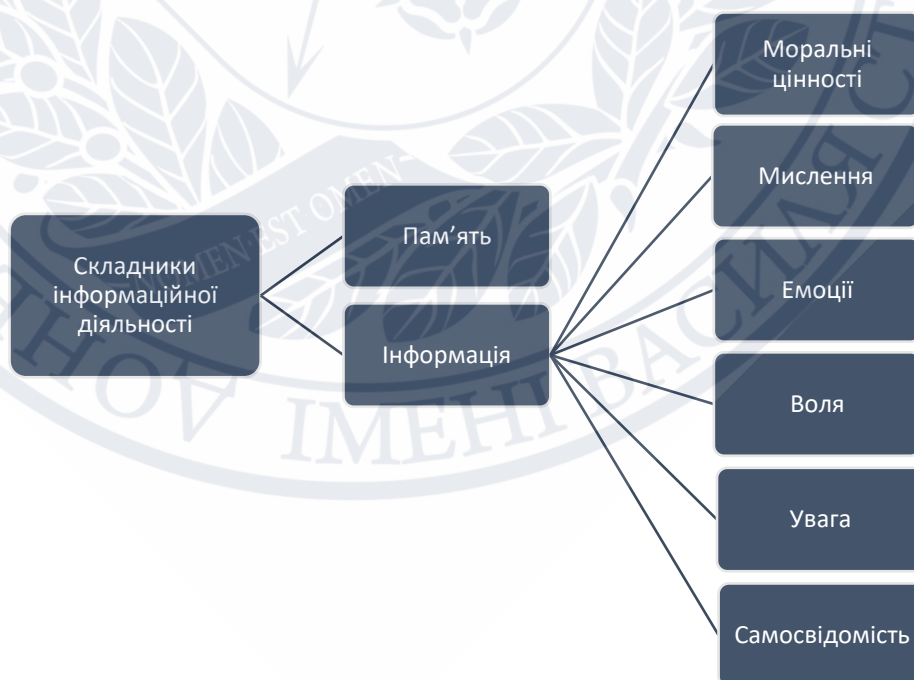


Рисунок 3.1 – Складники інформаційної діяльності



Формування «конкретної інформації», що реалізується у просторо-часовому континуумі і є протилежністю «дезорганізуючій інформації», яка породжує резонанс, ознаками якої є абсолютно беззмістовні, бідні міркуваннями та враженнями виступи, охоплені вітійоватими формами, які викликають безпорадність. Такий феномен неконкретної інформації призводить до деформації змісту і породжує розірваність мислення, при якому поняттям та уявленням сполучаються одне з одним на основі випадкових та формальних ознак, без логічних засад та пошуку істини, породжених демагогією та логічно неправильним доказом.

Отже, однією із особливостей нової, інформаційної, свідомості людини Інтернет-суспільства є організована інформація. На думку В. Воронкової, вона може провокуватися у вигляді «деморалізуючої інформації» і виявлятися у трансформації моральних цінностей, руйнації психіки і особистості, ствердженні хаотичних думок, невивірених фактів, незавершених думок тощо [13].

### **3.2 Роль мережі Інтернет у формуванні інформаційного світогляду**

У ХХІ ст. організація ефективного управління робочими процесами у різних сферах життєдіяльності суспільства неможлива без використання сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій. Особлива роль у цьому процесі належить глобальній мережі Інтернет, яка є інтерактивним засобом масової комунікації та формує віртуальну реальність, що є складовою діяльності інтернет-суспільства.

Уперше термін «віртуальна реальність» запропонував у 1984 р. американський дослідник Ж. Ланьє для позначення певних комп'ютерних обладнань [15]. За А.І. Лучинкіною, віртуальна реальність – це простір симулякрів, якому властиві такі особливості: створюється будь-якою активною реальністю та може існувати незалежно від неї; у віртуальній реальності свій час, простір і закони існування; віртуальна реальність може взаємодіяти з усіма іншими реальностями, у тому числі тією, що породжується як онтологічно незалежна від них. Отже, як симулякровий простір визначають і кіберпростір, в

якому активно відбувається процес соціалізації [15]. Повнішим є визначення віртуальної реальності в тлумаченні, запропонованому Джоном Сулером, який визначає її, як таку, що має ефект справжньої реальності, але не в її справжній формі. Вона реально впливає на індивідів, які перебувають у ній [16].

Перебуваючи в кіберпросторі, людина має можливість висловлювати себе різними способами:

- здаватися більш значною або чимось зовсім іншим, ніж вона є насправді,
- може «відмовлятися» від себе, користуючись анонімністю і невидимістю.

Спроби управляти безліччю онлайн-середовищ іноді призводять до децентралізованого, дисонованого, множинного вияву «Я». Одночасно з цим надається шанс виявити не усвідомлювані раніше аспекти своєї особистості, що веде до більш глибокого, індивідуалізованого розуміння власного «Я». Вимірювання ідентичності містить в собі всі доступні в конкретному онлайн-середовищі програмні засоби для самопрезентації.

Відповідно у віртуальній реальності відбувається кіберсоціалізація особистості. Термін «кіберсоціалізація людини» уперше був використаний у ряді зарубіжних публікацій, а дефініцію йому дав у 2005 р. російський учений В. Плешаков, визначивши це поняття як «локальний процес якісних змін структури особистості, що відбувається в результаті соціалізації людини в кіберпросторі Інтернет-середовища, тобто, в процесі використання його ресурсів і комунікації з «віртуальними агентами соціалізації», з якими людина стикається в глобальній мережі Інтернет (у першу чергу, у процесі листування e-mail, на форумах, в чатах, блогах, інтернет-пейджерах, телеконференціях та online-іграх) [18, с. 29].

Більш детальне пояснення цьому процесу дає соціолог С. Бондаренко: це – інтеграція користувача в соціокультурне середовище за допомогою освоєння технологій комунікації, інформаційної культури, соціальної навігації, інформаційної грамотності, а також соціальних норм, цінностей і рольових вимог; індикаторами соціалізації постають рівні електронної грамотності й

інформаційної культури індивіда» [19]. Таким чином, процес кіберсоціалізації є новим видом соціалізації, який зумовлений появою віртуального світу. За словами Л. Гуменюк, у процесі кіберсоціалізації у людини виникає низка нових очікувань і інтересів, мотивів і цілей, потреб і установок, а також форм психологічної і соціальної активності, безпосередньо пов'язаних з кіберпростором – фактично новим віртуальним життєвим простором людини.

У сучасній науці особливої гостроти набуває проблема інформаційної свідомості особистості у віртуальній реальності, адже Інтернет є не лише джерелом інформації, а й одним з основних чинників формування молоді нової генерації. Комп'ютерна віртуальна реальність – інтерактивне середовище, створене за допомогою комп'ютера, що має графічні, акустичні, пластичні і інші властивості, в яку користувач занурюється, як глядач або творець [20]. Виходячи з цього, можна стверджувати про існування такого новоутворення, як віртуальна свідомість. Саме на її основі відбувається процес самопрезентації особистості в інформаційному просторі.

Принципову значущість має віртуальна інформаційна свідомість, яка, однак, незмінно ґрунтується на таких «точках дотику», як психофізіологічна, особистісна та соціальна інформаційна свідомість особистості в об'єктивній дійсності [3]. Інтернет-спілкування як один з видів самопрезентації характеризується такими особливостями, як анонімність; добровільність та бажаність контактів; відсутність невербальних компонентів спілкування; труднощі у передаванні та сприйманні афективного компонента; своєрідність протікання процесів міжособистісного сприйняття за умов відсутності невербальної інформації; зняття жорстких соціальних конвенцій, культурних кордонів [19].

### **3.3 Комп'ютерний нік як засіб самопрезентації інформаційної свідомості**

Від того, яким чином молода людина оцінює себе як особистість, бачить своє місце у взаєминах з людьми та в суспільстві, буде залежати її модель



поведінки, а отже і враження, яке особа створює про себе в оточенні, тобто її інформаційна свідомість. Це підтверджує твердження, що самопрезентація залежить від стану ідентичності [18].

Одним із способів самопрезентації людини у сучасному інформаційному світі є Інтернет-мережі. Молода людина, потрапляючи в інтернет, не обмежується такими поняттями, як стать, вік, національність, професійна належність та інші, що обмежують його в реальному світі. Е. П. Белінська стверджує, що через анонімність та необмеженість в Інтернеті, єдиним способом існування в ньому є розв'язання завдання самопрезентації, тобто створення свого віртуальності образу. Причому, цей образ може не зовсім відповідати реальному, або ж загалом кардинально відрізнятись від нього [18]. Найпоширенішим засобом самопрезентації в інтернеті є комп'ютерний нік, який є обов'язковим для користувачів. Комп'ютерний нік – це унікальне й неповторне ім'я, що використовує особа в інтернеті, але, на відміну від реального імені, нікнейм особа обирає сама. Щодо найменувань користувачів тих чи інших Інтернет-ресурсів, зокрема й початків адрес їх електронних поштових скриньок, то в різних джерелах знаходимо терміни «епістулонім», «ніконім», «нік», «нікнейм», «мережеве ім'я», «віртуальна власна назва», «комп'ютерне ім'я», «юзернік» тощо [14].

Незважаючи на різноманітність комп'ютерних ніків в інтернеті, серед них можна знайти спільні риси та класифікувати. Одна з класифікацій належить С.В. Кузіній. Вона поділила ніки на такі види: повні імена, пестливі імена, імена із заміною символів, тварин та рослин, назви професії, а також герої, міфічні, фентезі, нейтральні, психоемоціональні, самооцінки, технічні, недруковані символи [21]. Спираючись на свої спостереження, ми додали ще такі види комп'ютерних ніків, як нікнейми з використанням ненормативної лексики, ім'я протилежної статі, речовини.

З метою дослідження кількісних та якісних характеристик вибору ніка для Інтернет-самопрезентації було проведено цікаве експериментальне дослідження. Було проаналізовано 30 ніків учнів спеціалізованої школи з поглибленим

вивченням англійської мови (віком 12–16 років) та 30 років студентів факультету іноземних мов Криворізького педагогічного інституту (18–19 років) [21]. Загальна вибірка – 60 осіб. Досліджуваним було запропоновано вказати свій вік, після чого їх було класифіковано. В основу була покладена класифікація віків, розроблена С. Кузіною [21] Результати подано у табл. 1.

Діаграма 1 – Класифікація віків



Таблиця 3.1 – Класифікація віків

Тип віку	К-сть	%	Зразки
Повний	3	10	Богдан, Наташа, Катя
Пестливий	6	20	Викуся, Alinka_Kukla, Ньюша, Крошка, Ньюта, Фаня
Тварини та рослини	3	10	Ворона, Одуванчик, орхідея
Герої	6	20	ak_47, Максим, S.T.A.L.K.E.R, Спанч Боб, Cristiano Ronaldo, Роман Абрамович, Человек паук
Фентезі	2	6,66	Фея, гном
Нейтральний	2	6,66	Miss Berty, шпилли вилли
Самооцінки	6	20	Смайл, Вован рулит, Бомба, Cherry lady, Angel, Anna In-Chocolate
Технічний	2	6,66	bloooow, 312312

Аналізуючи отримані результати, відзначено, що більша кількість віків підлітків обрана з метою ідентифікувати себе з героєм, що пояснюється центральним новоутворенням підліткового віку – прагненням відповідати

уявленню про «справжнього дорослого». Зважаючи на те, що існують такі види прояву розвитку дорослості, як: копіювання зовнішніх проявів дорослості, орієнтація на властивості «справжнього чоловіка або жінки», соціальне дорослішання, інтелектуальна дорослість, перевага у наших респондентів надається орієнтації на зовнішні прояви дорослості. Достатньо велика кількість (20%) пестливих ніків може означати про виникнення у підлітковому віці схильності до усамітнення, почуття непотрібності, незрозумілості іншими, смутку. Рефлексія, самоаналіз, іноді надмірний, який переходить у «самокопирсання», призводить до незадоволення собою. Це впливає на самооцінку, яка буває низькою та нестійкою. Тому самопрезентація за допомогою самооцінних ніків також має достатнє вираження. Крім того, переваги у виборі подібних ніків свідчить про несамоствійність критеріїв самооцінки у цей період та запозиченість їх у дорослих.

Подібне дослідження було проведено серед студентів факультету інформаційних та прикладних технологій (Додаток Є).

Більшу увагу приділено вибору ніка із заміною імені символом. Можливим поясненням цього факту може бути аналіз рівня когнітивного розвитку у юнацькому віці. Як відомо, характерний рівень когнітивного розвитку у юнацтві – формально-логічне, формально-операціональне мислення. Це абстрактне, теоретичне, гіпотетико-дедуктивне мислення, яке не пов'язане з конкретними умовами зовнішнього середовища. Воно дозволяє молодим людям аналізувати абстрактні ідеї, шукати логічні протиріччя та помилки у абстрактних судженнях, цікавитися гіпотетичними та ідеологічними проблемами, майбутнім. Розвинуте у цей період теоретичне мислення дозволяє розмірковувати на моральні, політичні теми, які були для нього недоступними у більш ранньому віці.

Певним чином це також можна пояснити наявністю двох, абсолютно протилежних, типів розвитку у юнацькому віці: прагматичному та творчому. Для першого характерна орієнтація на доцільність, відхід від джерел тривожності, напруги, потреба залишатися у тіні, для другого – «творча орієнтація», коли всі



прагнення, наміри спрямовані у майбутнє. На жаль, сучасна молодь, в силу суб'єктивних причин, демонструє перший тип розвитку.

Після обробки та класифікації ніків студентам було запропоновано стислі психологічні характеристики власників ніків, запропоновані С. Кузіною:

- повний – «Подібні ніки мають, як правило, люди, які становлять собою особистість з великої літери. Вони при цьому усвідомлюють власну значимість, люблять своє ім'я і його вимову. Такі люди мають хорошу фантазію. Вони непогані оповідачі, хоча пусті балачки їх не приваблюють. Люди з ніками у вигляді своїх справжніх імен багато знають і читають, багато що готові розповісти і багато чому можуть навчити» [21];
- імена із заміною символів – «Власники таких ніків не люблять витати в хмарах і будувати повітряні замки. Не можна сказати, що нібито у них зовсім немає уяви, але всі їхні мрії і творчі фантазії чітко пов'язані із приземленим матеріальним світом. Це призводить до того, що в Інтернеті такі люди ведуть себе практично так само, як і в реалі...» [21];
- самооцінки – «Звичайно ж, ці ніки не говорять про реальні характеристики людини, але висловлюють високий ступінь незалежності від думки оточуючих, відмінне почуття гумору, фантазію і уяву. Якщо людині дуже важливо, що про неї подумують, то вона ніколи не візьме собі таке ім'я. Тільки той, хто вміє посміятися над собою і своїми недоліками, може взяти собі такий нік, якщо він перегукується з його реальним «Я» [21].

Отримані результати не розкривають проблему самопрезентації обдарованих підлітків та юнаків у кіберпросторі, але залишають можливості для подальшого дослідження особливостей вікового розвитку сучасної молоді.

Наступне опитування у нас проводилося в «Instagarm». Простий збір комп'ютерних ніків не дав би потрібного результату, тому що нік, який особа зазвичай використовує, може бути зайнятий, через це юнак його повинен змінювати. У сторіз було запропоновано користувачам написати той комп'ютерний нік, який вони найчастіше використовують. Кожен нік було віднесено до певної категорії, згідно з ніком представлена розширена

характеристика користувача. Для прикладу характеризуємо один із отриманих комп'ютерних ніків.

Отже, проблеми, що стосуються впливу інформаційно-комп'ютерних технологій на формування особистості, на усвідомлення людиною себе в сучасному світі досліджуються достатньо активно.

Віртуальна реальність, створена на основі інформаційно-комп'ютерних технологій, на думку багатьох дослідників, є головною культурною подією, що може справити значний вплив на нашу свідомість, на усвідомлення своєї ідентичності. Створена на підставі інформаційно-комп'ютерних технологій, ця віртуальна реальність може спричинити значний вплив на нашу свідомість, на усвідомлення власної ідентичності. Віртуальний комунікативний простір є середовищем для різних форм самовираження і нових способів самопрезентації. Такі особливості Інтернет-комунікації, як анонімність та обмежений сенсорний досвід, породжують унікальну можливість експериментування з власною ідентичністю. Анонімність дозволяє користувачам Інтернету створювати мережеву свідомість, яка часто відрізняється від реальної ідентичності [22].

Дослідники віртуальної реальності виділяють такі її особливості:

- віртуальна реальність продукується активністю якої-небудь іншої реальності, зовнішньої стосовно неї;
- віртуальна реальність існує актуально, тільки «тут і зараз», тільки поки існує активна реальність, що її породжує;
- у віртуальній реальності свій час, простір і закони існування; для людини, що перебуває у ній, немає поза нею минулого й майбутнього;
- віртуальна реальність може взаємодіяти з усіма іншими реальностями, у тому числі із тією, що її породжує.

Як правило, особистість презентує себе в віртуальному комунікативному просторі шляхом заведення облікового запису – сукупності інформації про користувача – акаунта (від англійського *account* – ‘обліковий запис’, ‘особистий рахунок’), що, як правило, містить відомості необхідні для ідентифікації користувача при підключенні до системи: його ім'я (нікнейм) та пароль – і

підтримують реєстрацію користувачів (блоги, форуми, сайти тощо). Мультимедіа-світи, крім цього, пропонують вибрати собі певну візуальну особистість, надіти віртуальний маскарадний костюм – аватар (невеличку картинку, яка представляє певну людину в віртуальній реальності, відображаючи сутність, зовнішність, характер користувача). Віртуально може надавати про себе реальні відомості або вигадані, презентуючи себе в певній віртуальній спільноті. При цьому віртуальна особистість може значно відрізнятися від реальної, презентуючи себе як представник певної статі, раси, національності, віросповідання, професії, політичної орієнтації, культурних традицій тощо. Така самопрезентація особистості у віртуальному комунікативному просторі нагадує діяльність акторів, що грають певну роль, глибоко вживаючись в неї.

Найбільшу вагу в контексті конструювання власної ідентичності в віртуальному комунікативному просторі за своїми уподобаннями та випробування нового досвіду, відсутнього в реальності, мають комп'ютерні рольові ігри, різноманітні соціальні мережі, чати, блоги, мережеві спільноти. Все більшої популярності серед користувачів Інтернету набуває ведення особистих щоденників on-line – наприклад, Live Journal.

Аватар і нік може сигналізувати про те, що відбувається в свідомості його носія. Оскільки інформаційний простір у своєму віртуальному вимірі є (принаймні сьогодні) простором вербальним, на перший план у ньому виступають самоопис як форма інформаційної свідомості особистості. Максимальному самовираженню сприяють чати (Internet Real Chat – засіб обміну повідомленнями в мережі в режимі реального часу, що імітує живе спілкування), персональні сайти (своєрідне конструювання свого світу, з важливими для самої особистості пріоритетами і установками) і блоги (мережеві щоденники). Віртуальність провокує людину на активність, креативність, звільнення від різних психологічних комплексів, сформованих у реальному житті. Причому це звільнення відбувається саме в мовній сфері, оскільки людина існує в інтернеті в мовній формі, репрезентує себе тільки через текст.



Значне місце в процесі самопрезентації в Інтернеті посідає чат. Основним засобом самопрезентації у ньому знову-таки є ім'я (нік) і Аватар. Ник і форми комунікативного прояву особистості за звичай розглядають як ядро засобів самопрезентації в чаті, тоді як мовні засоби та засоби вираження емоцій є скоріше периферійними. Виділяють низку типових моделей, за якими створюються ніки:

- 1 - на основі власних імен,
- 2 - на основі образного переносу від найменувань природних явищ або назв тварин,
- 3 - літературні імена,
- 4 - імена, утворені від найменувань якостей і проявів особистості,
- 5 - «комп'ютерні» імена,
- 6 - агресивні імена,
- 7 - незвичайні ніки, створені в протиріччі з уявленнями про імена [23].

Ник, з одного боку, є просто іменем, під яким суб'єкт презентує себе в чаті, з іншого – самостійною віртуальною особистістю з конкретними стереотипами поведінки, характером, темпераментом. У цьому контексті є слушною думка О.А. Селютіна, відносно того що «в лінгвістичних дослідженнях досить усталився термін «мовна маска», запропонований В. Виноградовим, для позначення певного образу, прихованого за ніком. Сукупність мовних масок використовується суб'єктом в різних ситуаціях віртуального спілкування, формує онлайн-особистість комуніканта» [24, с.140]. Чати дозволяють учасникам Інтернет-спілкування змінювати маски, грати не тільки іменами, але й віком, статтю, професією, досліджуючи грані і можливості свого віртуального «Я». Невидимість суб'єкта комунікації в віртуальному просторі породжує певну специфіку конструювання ним власної ідентичності. З одного боку, ніхто і ніщо не обмежує індивіда створювати будь-яку бажану мережеву свідомість, а отже, у нього є можливість майже повного управління враженням про себе в мережевій спільноті, можливість експериментувати з ідентичністю.

Розвиток суспільства, в якому статус особистості значною мірою визначається становищем у Мережі, Інтернет стає не стільки платформою створення вигаданої, анонімної та мінливої ідентичності, а й платформою для відновлення стабільної ідентичності. «Враховуючи хаос ідентичностей і культуру мобільності, які цього періоду передували, знайти і визначити своє стабільне «Я» було не так просто. Стабільна свідомість у віртуальному світі виникала поступово, ніби намагаючи себе в хиткому просторі, якому будь-яка конкретність була чужою. Від чатів, де свідомість могла змінюватись з кожним входом, до програм месенджерів (наприклад ICQ), де спочатку було прийнято використовувати вигадані імена – «ніки», але при цьому «нік» залишався стабільним від входу до входу у віртуальний простір» [25, с. 9].

### **3.4 Особливості інформаційної свідомості у віртуальному інтернет-середовищі**

Інтернетизація охопила всі сфери життєдіяльності сучасної людини і змушує її все більше часу «проживати» у віртуальному світі публічного і приватного життя. Безмірні потоки інформації пропонують безліч комбінацій нових смислів, цінностей, моделей поведінки, спричиняють переосмислення і «перегляд» меж реального і віртуального, змінюють світосприйняття, впливають на самовизначення та самоідентифікацію користувачів інтернету. За оцінками вчених, якщо в ситуації стабільності соціокультурних норм індивід, як правило, відтворює традиційні «батьківські» моделі ідентичності, то в умовах радикальних змін, пов'язаних із розвитком інформаційного суспільства, структура ідентичності змінюється. Формується новий, трансформативний, тип інформаційної свідомості, основними характеристиками якого є множинність, варіативність, динамічність, мінливість і нестабільність [26, с.174-184]. У зв'язку з глобалізацією і віртуалізацією колишні форми ідентичності розмиваються і в сучасному суспільстві свідомість стає більш гнучкою і відкритою». Можливість змінювання ідентичності забезпечують новітні інформаційно-комунікаційні технології, зокрема інтернет-технології (ІТ). Завдяки цим технологіям кожний

користувач має змогу конструювати нові Я-образи і презентувати їх у новому віртуальному інтернет-середовищі. Сьогодні переважна більшість користувачів мережі – це молодь, яка все більше відсторонюється від «батьківських» моделей ідентичності, намагаючись віднайти власну свідомість серед своїх однодумців – кіберкористувачів. Звідси – актуальність дослідження особливостей інформаційної свідомості особистості у віртуальному інтернет-середовищі.

Іншим віртуальним простором, в якому можна конструювати свою свідомість, є Інтернет-спільноти. Це можуть бути спільноти представників певної субкультури, професійні чи жіночі спільноти, релігійні клуби тощо. Спілкування в них відбувається за допомогою тексту, графіки, рідше – звукових та відеоматеріалів, тому способи вираження тілесності досить обмежені. Однак тут значно більше, ніж в онлайн-грі, можливостей сконструювати реальну культурну свідомість. Віртуальні спільноти – найяскравіший приклад того, як культура симуляції змінює традиційні уявлення про людську свідомість. Говард Рейнгольд, професор Каліфорнійського університету в Берклі, автор відомої книги «Розумний натовп: Нова соціальна революція», визначає віртуальні спільноти як «соціальні агрегації, що виникають в Мережі, коли достатня кількість людей протягом тривалого часу бере участь у публічних дискусіях, зазнаючи людські емоції, необхідні для формування павутини особистісних взаємин у кіберпросторі» [27].

Об'єднуючими чинниками віртуальних спільнот (мережевих співтовариств) слугують спільні цілі, інтереси і потреби; загальні ресурси, до яких члени спільноти мають доступ тощо. Комунікаційним середовищем цих спільнот є переважно кіберпростір. Існують різні точки зору на те, наскільки самопрезентація в умовах домашніх сторінок, блогів відповідає реальній особистості користувача, тобто наскільки самопрезентація є свідомим творенням, конструюванням образу себе чи вона в певній мірі є спонтанною і стильові характеристики особистості все одно зберігаються, будь то Інтернет чи реальність. Одним з основних переваг мережі Інтернет завжди була анонімність. «В Інтернеті ніхто не знає, що ти собака» – цей популярний афоризм відповідає



дійсності лише частково. Він, безумовно, підходить для «ситуацій спілкування»: чатів, форумів, MUD's та інших. Поява блогів, зазначають Олександр і Григорій Асмолови, також починалося з вельми відчутної присутності сторінок, чії господарі були анонімні, незважаючи на постійну прив'язку контенту блогу до конкретного ніку. Паралельно з'явилася практика подвійного життя, так званих «блогів-віртуалів», коли людина вела два блоги – один, де її особа була відома, і інший – під маскою. Проте з часом загравання з власної анонімністю ставало все менш модним і цікавим [28, с.153].

Роздуми про привабливість анонімності в Мережі втратили свою актуальність після того як основним середовищем спілкування в Інтернеті стали соціальні мережі: Facebook, YouTube, Whatsapp, Instagram, TikTok, Telegram, SnapChat (Додаток Е). Коли людина створює персональну сторінку або блог з метою розповісти світові про своє існування, то вона швидше за все буде відповідати дійсності, автор, контролюючи зміст свого сайту, скоріше опустить деяку інформацію про себе, ніж буде її перекручувати. Можливість управляти враженням про себе в Інтернеті часто розглядається як відсутність автентичності та маніпуляція іншими. Однак дослідження показали, що незалежно від того, чи відбувається цей процес в реальності чи у віртуальному світі, нам важливо, яке враження ми справляємо на інших, і ми активно прагнемо цим враженням керувати [26].

У віртуальному комунікативному просторі особистості стали більш відкритими і не бояться викладати в мережу Інтернет інформацію про себе і своїх близьких. Вони діляться своїми думками, коментують ті чи інші події та думки, залишають відгуки одне для одного і все це відкрито для інших користувачів мережі Інтернет, які, вже можна сказати, утворюють нове суспільство, в якому немає поняття «чужий». Отже, структура суб'єкта Інтернет-комунікації включає компоненти реальної і віртуальної особистості, співвідношення яких безпосередньо впливає на формування інформаційної свідомості. Віртуальна особистість є результатом реконструкції в мережевому комунікативному просторі справжнього або вигаданого образу, онтологія якого задається

реальним суб'єктом. Вона має великий діяльнісний потенціал, що за багатьма параметрам перевищує потенціал реальної особистості в силу своєї мобільності та різноманіття засобів самопрезентації. Стаючи самостійним суб'єктом мережевої спільноти, віртуальна особистість може служити потужним інструментом впливу на реальну особистість і суспільство в цілому: чи то через «пошук себе» і своєї ідентичності (особливо в підлітковому віці), чи то через прагнення бути прийнятим і оціненим у віртуальному співтоваристві, через пошук оптимальним форм побудови соціальних контактів. Чим більше розвивається Інтернет, чим більше він поглинає різні сфери нашого життя, тим більше часу ми проводимо у віртуальному просторі. «Не тільки ми вриваємося у віртуальний світ своєю ідентичністю, але і віртуальний світ вривається в нас, добудовуючи і розширюючи простір нашого «я», слушно підкреслюють Олександр і Григорій Асмолови [28].

Звідси, конструювання своєї віртуальної особистості, а, отже, і вияв інформаційної свідомості, – це вже не примха дозвілля. Воно виступає як необхідна умова соціального розвитку особистості. Формується принципово новий тип символічного існування людини, культури, соціуму, який починає виступати у ролі основоположного для всіх інших типів і в якому фізична, психологічна та соціальна складові особистості заломлюються під впливом Інтернет-технології і, в новій своїй якості, створюючи нові умови комунікації і особистісного розвитку.

Вітчизняні і зарубіжні вчені визнають: свідомість кіберкористувача формується в процесі комунікативної взаємодії в реальному та віртуальному просторах і постійно змінюється; комунікація та аутокомунікація є найважливішими інструментами конструювання ідентичності; нове комунікативне інтернет-середовище – це «творча лабораторія по створенню ідентичностей», де особа має змогу «приміряти на себе ті чи інші ідентифікаційні симулякри», «гратися» з власною ідентичністю», адже тільки у віртуальному просторі можна «розбирати свідомість на окремі пазли, а потім скласти по-новому або ж просто відтворювати те, що було». Водночас психологи звертають

увагу на те, що відкритість ідентичності, її гнучкість, мінливість, з одного боку, відповідають плюралізації дійсності, допускають співіснування різних ціннісних орієнтацій і смислових структур, а з другого – множинний характер ідентичностей може мати негативні наслідки, оскільки структура «Я» стає настільки складною, якою не була ніколи раніше.

Сучасний інтернет кіберпсихологи розглядають як «interreality» – нове «гібридне» середовище, що утворюється в результаті інтеграції елементів реального і віртуального життя, і пояснюють це тим, що реальність віртуального інтернет-середовища забезпечують самі користувачі [11; 13–16]. Саме вони на основі єдності інтересів, цінностей і цілей комунікації, визначають принципи і правила взаємодії. Умови для розширення соціальних контактів, автономного конструювання образу/образів «Я» та репрезентації власних моделей поведінки на широкий загаль забезпечують новітні інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), зокрема інтернет-технології (ІТ) [29]. Таким чином, у процесі взаємодії різних суб'єктів у віртуальному просторі завдяки ІТ виникає віртуальне комунікативне середовище, яке користувачі сприймають цілком реально. Провідну роль у конструюванні інтернет-середовища, безумовно, відіграє людина, оскільки саме вона розробляє, втілює новітні ІТ, закладає принципи взаємодії суб'єктів у віртуальному просторі, які впливають на самоідентифікацію особистості, визначають особливості її самопрезентацій. Тож є сенс розглянути форми і способи самопрезентацій на різних етапах розвитку інтернет-технологій.

### **3.5 Форми і способи самопрезентацій інформаційної свідомості на різних етапах розвитку інтернет-технологій**

Інтернет-технології першого покоління (розвиток технологій WEB 1.0, від появи перших сайтів у 1983р. до 2004р.). Цей етап характеризується як «класично-офіційний». Інтернет використовували для пошуку та поширення інформації, контент створювали адміністратори, редактори сайтів, ЗМІ, прес-служби офіційних державних або місцевих органів влади, лідери політичних



партій, громадських організацій; технічні можливості надавали офіційні провайдери, кількість яких була невеликою. Особливості комунікації, зокрема анонімність і безособовість (невидимість суб'єктів комунікації через відсутність технічних можливостей для безпосереднього візуально-аудіального контакту, слабка регламентованість норм поведінки, відсутність соціальних обмежень) визначали способи самопрезентацій користувачів. Як правило, вибір форм і способів самопрезентацій залежав від наявності комп'ютера, комп'ютерної компетентності користувача і доступу в інтернет. Типові комунікативні дії користувачів, спрямовані на репрезентацію себе в інтернеті, поступово ставали загальноприйнятими практиками самопрезентації у віртуальному середовищі. Найбільш популярними на першому етапі розвитку інтернету були: резюме, що створювалося у вигляді окремого листа і надсилялося на e-mail-адресу; самоопис – інформація про себе, яку розміщували на сайтах пошуку роботи або сайтах знайомств. Нерідко самоописи і резюме репрезентували ідеальний образ «Я», відмінний від реального. Також поширеною формою самопрезентації серед молоді було створення або вибір ніка – віртуального імені для участі в комп'ютерно-рольових іграх, та аватара – візуальної картинки або фото, що відображали характер людини або її емоції в конкретний момент. Окремими елементами самопрезентації в спілкуванні користувачів електронною поштою можна вважати вибір або створення власної адреси, форми звернення або підпису електронного листа. Анонімність комунікації в інтернеті на першому етапі розвитку ІТ уможлилювала створення віртуального «Я»-образу/образів, нерідко як альтернативних «Я-реальному». На думку відомої американської дослідниці інтернету Ш. Терклі, самопрезентації цих віртуальних образів слід розглядати як презентацію новостворених «масок Я» в новому, віртуальному, середовищі, що «нагадує діяльність акторів, які грають певні ролі, глибоко вживаючись у них» [30].

Дослідники вважають, що причинами виникнення віртуального образу можуть бути:

- незадоволеність реальною ідентичністю, умовами життя;

- посилення кризи ідентичності особистості в інформаційному суспільстві;
- потреба презентувати себе як «ідеальне Я»;
- бажання отримати новий досвід;
- потреба поділитися поглядами, які неможливо висловити в реальності.

Розглядаючи мотиви участі людини постмодерну у віртуальній комунікації, Б. Беккер дійшов висновку: одним із провідних мотивів тут є бажання позбутися реальної соціальної ідентичності: змінити вік, соціальний статус, етнічну належність, зовнішність і навіть стать. Така можливість «утечі з власного тіла» існує у віртуальному просторі. Погоджуючись із положеннями теорії Б. Беккера, О.П.Белінська додає, що поява віртуального образу «Я», відмінного від реального, може бути зумовлена бажанням індивіда створити ідеальний образ «Я» і неможливістю самовираження багатогранного «Я» в реальному житті. У цьому випадку, вважає дослідниця, самопрезентація особи у віртуальному інтернет-середовищі стає «здійсненням мрії, нездійсненої в реальності, можливо мрії про силу, могутність, приєднання і розуміння» [18]. Узагальнюючи характеристики ІТ першого покоління, А. Є. Жичкіна зазначає, що анонімність і безособовість кіберпростору надають «безпрецедентну можливість експериментувати з відкритою ідентичністю» і вирішувати (самій людині) «чи експериментувати зі своєю ідентичністю, чи відмовитися від експериментування» [18].

З розвитком інтернет-технологій другого покоління (WEB 2.0) анонімність і безособовість втрачають свою першість. Завдяки появі великої кількості інтерактивних проектів (чатів, блогів, форумів, інтернет-конференцій), а також створенню технологічних платформ для розвитку соціальних інтернет-мереж інтернет стає інтерактивним. Користувачі дістали змогу автономно вибудовувати соціальні контакти, створювати та поширювати власний контент, репрезентувати свою індивідуальність у віртуальному середовищі. Як слушно зауважує Дж. Сулер, «уже ніхто не хоче бути повністю анонімним, абсолютно невидимим, без імені та ідентичності»[31]. Згідно з концепцією Сулера, самопрезентації індивіда у віртуальному просторі можуть віддзеркалювати:

реальну соціальну свідомість, віртуальну свідомість або новоутворену «гібридну» свідомість, яка виникає в результаті інтеграції віртуального і реального життя. Дослідник виокремлює шість основних стратегій переходу віртуальної і реальної особистості в «гібридну»:

- інформування мережових знайомих про своє реальне життя;
- інформування реальних знайомих про своє життя в мережі;
- зустріч із мережевими знайомими в реальному житті;
- зустріч із реальними знайомими в мережі;
- застосування моделей мережової поведінки в реальному житті;
- застосування моделей реальної поведінки в мережевому житті [31].

Проникнення соціальних інтернет-мереж у повсякденне життя значної кількості людей призводить до злиття реальної та віртуальної ідентичностей.

Технології третього покоління (WEB 3.0) забезпечують користувачам зручний мобільний, швидкодоступний інтернет. Основним напрямом розвитку ІТ-технологій стає орієнтація на потреби користувача, зокрема задоволення потреб (просування товарів, аудіо- і відеопродукції, ведення бізнесу в мережі, надання різних послуг); використання роботизованих програм-перекладачів, що дає змогу розсувати межі спілкування та взаємодії; модерація контенту, запуск програм, які автоматично окреслюють сфери інтересів користувача і пропонують персоналізований контент. Фільтрацію інформації здійснюють програми-роботи за результатами контент-аналізу акаунтів користувачів, розгляду їхніх уподобань, вибору тем спілкування. Інтернет-технології третього покоління фактично покінчили з анонімністю і безособовістю Всесвітньої Мережі. Можливість визначати користувача за IP-адресою, знаходити бази даних за ідентифікаційним кодом або паролем, відстежувати всі дії користувача дають провайдерам змогу персоналізувати інтернет-середовище. Це змушує особу бути обережною при створенні контенту самопрезентацій, не надавати додаткову інформацію про себе. Проте глобальна інтернетизація життєдіяльності сучасної людини, зокрема електронний обіг документів, електронне декларування, придбання товарів, реєстрація звернень, оформлення і придбання квитків,



перепусток і т. ін., вимагає постійної персональної авторизації, що призводить до інтеграції віртуального і реального «Я». Інтернет-середовище стає персоналізованим середовищем. Змінюються правила взаємодії комунікантів. Так, створення віртуальних «масок», «ігри з ідентичністю» в блогах, комп'ютерних іграх, які були досить популярними раніше серед блогерів, геймерів, сьогодні вважаються непрестижними. Досить часто в інтернеті відбувається «викриття і публічний осуд» тих користувачів, які порушують правила взаємодії в блогосфері чи в комп'ютерній грі. Дискусії в онлайн-ових групах щодо виключення окремих користувачів стають звичними, а такі форми самопрезентації, як нік, аватар, електронна пошта, використовуються зазвичай як «оболонка» для проєкції реальної ідентичності, а для створення акаунта в соціальних інтернет-мережах використовується, як правило, стереотипізований інтерфейс. Вищевикладені положення дали змогу узагальнити форми і способи самопрезентації особистості, що виникали на різних етапах розвитку інтернету.

Такі форми самопрезентації, як обрання або створення ніка (для участі в чатах, форумах, блогах, інтернет-конференціях, рольових комп'ютерних іграх), експерти вважають популярними тільки серед геймерів, блогерів, хакерів. Створення користувачами адреси та підпису електронного листа не вважають самопрезентацією, оскільки мало хто серед їхніх друзів звертає на це увагу. Найбільш ефективною практикою самопрезентації особистості у віртуальному просторі респонденти визнали резюме, але, як зауважило майже 43% респондентів, «якщо воно відповідає реальності».

Одним із невід'ємних елементів функціонування мережі Інтернет є вебсайти, які забезпечують належний комунікаційний процес між всіма учасниками віртуального простору.

Перший вебсайт був побудований Тімом Бернерсом-Лі і запущений 6 серпня 1991 року. Сьогодні поняття вебсайту все більше використовується в різній документації, зокрема – у нормативно-правових актах. Відповідно до наказу Державного комітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України та Державного комітету зв'язку та інформатизації

України «Про затвердження Порядку інформаційного наповнення та технічного забезпечення Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади» від 25 листопада 2002 р. № 237/225 вебсайт визначено як сукупність програмних та апаратних засобів з унікальною адресою у мережі інтернет разом з інформаційними ресурсами, що перебувають у розпорядженні певного суб'єкта і забезпечують доступ до юридичних та фізичних осіб до цих інформаційних ресурсів та інші інформаційні послуги через мережу інтернет; вебпортал – вебсайт, організований як системне багаторівневе об'єднання різних ресурсів та сервісів для забезпечення максимальної можливості доступу до інформації та послуг [11]. Усім відомо, що вебсайт – сукупність вебсторінок та залежного вмісту, доступних в інтернеті, які об'єднані як за змістом, так і за навігацією під єдиним доменним ім'ям [12].

М. В. Гура розуміє «інтернет-сайт» як відокремлений, логічно завершений елемент мережі інтернет, створений на основі технології посилок, що розташовані на сервері (іншими словами, його називають host), який має свою унікальну адресу (URL). За допомогою цієї унікальної адреси можна отримати доступ будь-який користувач інтернету, та у своїй основі містить інтернет-сторінки, які мають графічний вигляд, що може бути переглянуті за допомогою браузерів [13, с. 6].

М. А. Хатаєва характеризує вебсайт як «системну адресу інформацію в інтернеті про конкретну особу і його товар (роботу, послугу), створену за допомогою електронних пристроїв і доступну невизначеному колу користувачів» [14, с.10].

У вузькому і в широкому розумінні розглядають вебсайт за П. В. Бабарикіним. До інтернет-сайту (як майнового комплексу) включаються матеріальні носії інформації (сервер та ін.), що виключає можливість розглядати інтернет-сайт як комплекс виключних прав, тобто як об'єкта, що регулюється не тільки нормами законодавства в області інтелектуальної власності [15, с.10].

На будь-якому сайті першою відкривається головна сторінка. Її розробці приділяють особливу увагу, оскільки дослідження показали, що люди не здатні

читати інформацію, що відображається на моніторі, так уважно, як книжки або журнали. Вони зазвичай лише поверхово переглядають її, наприклад, як рекламу. Якщо головна сторінка містить те, що шукає відвідувач, він читає її далі, а якщо ні – переходить до інших сайтів, яких в Інтернеті дуже багато [16, с.2].

Веб-сайт виконує такі основні завдання:

- реклама продукції, послуг, ідей. Правильно зроблений веб-сайт із легкістю приведе клієнта до висновку про необхідність покупки товару, або послуг, або ідей, що пропагуються на ньому;

- продаж товарів, послуг, інформації, ідей. У сучасної людини немає багато часу для ходіння по магазинах. Тому можливість замовлення товарів і послуг, не відходячи від комп'ютера, значно розширює можливості і клієнта, і продавця;

- безкоштовне надання інформації або послуг. Насправді надання інформації або послуг — це засіб залучення відвідувачів до даного ресурсу для здобуття, наприклад, статистичної інформації або ж для показу реклами, якщо це рекламний майданчик;

- підтримка клієнтів.

Вебсайти виявляють громадський спосіб презентації інформаційної свідомості.



## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі було розкрито основні позиції досліджень з інформаційної культури сучасного суспільства і з'ясовано поняття світогляду та нового феномену інформаційної культури – інформаційної свідомості. Визначено, що в умовах сучасного постіндустріального суспільства з'являється нагальна потреба дослідження інформаційної свідомості як вияву конкретно-наявної дійсності і себе в цій дійсності у свідомості інформаційної людини. Проблеми інформаційної культури – це проблеми суспільства загалом, які мають суспільний і державний статус. Хоча сучасне суспільство доволі часто визначається як інформаційне, тобто головною в ньому є роль інформації, аспект впливу інформатизації суспільства на особистісну свідомість досі досліджений недостатньо. Людська свідомість має прямий стосунок до інформації, хоча і не може бути зведена до неї.

Одне із завдань роботи – дослідження особливостей вияву інформаційної свідомості особистості у віртуальному інтернет-середовищі, визначення її найпопулярніших форм і способів через комп'ютерний нік. Спираючись на концепцію Дж. Сулера, згідно з якою інформаційна свідомість особистості в глобальній інтернет-мережі зводиться переважно до самопрезентації, ми поставили за мету дослідити проблему концептуалізації інформаційної свідомості через самопрезентації користувачів у віртуальному інтернет-середовищі. Було зроблено опитування студентів ДонНУ імені Василя Стуса щодо використання ними нікнеймів та проаналізовано його результати. Самопрезентацію особистості у віртуальному інтернет-просторі розглядаємо як автономне самоконструювання образу «Я» за допомогою вербальних і невербальних засобів інтернет-комунікації, а також подачі іншим користувачам інтернету інформації про себе. Типові дії репрезентації себе в інтернет-середовищі, на нашу думку, можна розглядати як комунікативні практики самопрезентації особистості, що віддзеркалюють її інформаційну свідомість.

За результатами досліджень самопрезентацій користувачів у соціальних мережах було зроблено такі висновки:

1) - контент самопрезентації на персональних сторінках соціальних інтернет-мереж транслює достовірну інформацію про людину. Це є свідченням того, що в глобальній інтернет-мережі респонденти відкрито заявляють про себе;

2) - присутність у соціальних мережах респонденти вважають ефективним ресурсом саморозвитку;

3) - інтернет розширює практики самопрезентації особистості. З'являються і стрімко набувають популярності такі її форми, як створення власного акаунта – персональної сторінки в соціальних інтернет-мережах; презентація себе в різних публічних просторах (блоги, чати, форуми, інтернет-проекти, онлайніві спільноти).

На рівень інформаційної культури, якість послуг і соціальний статус особистості в суспільстві в умовах глобалізації принципово впливають нові інформаційні технології. Інтернет-середовище, яке створюють користувачі за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, стає сьогодні новим соціальним простором самопрезентації особистості. Форми і способи самопрезентації, межі взаємодії, норми, цінності, стилі комунікації у віртуальному інтернет-середовищі кожний суб'єкт взаємодії визначає автономно.

Визначено, що найбільш популярними практиками самопрезентацій молоді сьогодні є створення персональної сторінки в соціальних інтернет-мережах, вибір або створення аватара, який дає змогу ідентифікувати користувача в процесі комунікативної взаємодії.

Одним із невід'ємних елементів функціонування мережі Інтернет є також вебсайти, але інформаційна свідомість в них виявлена слабо.

Проблема інформаційної свідомості набрала в сучасну добу особливого значення в зв'язку з розширенням соціальної та міжкультурної взаємодії й актуалізується в контексті тих викликів сучасної цивілізації, які пов'язані з глобалізацією, соціальною мобільністю, розвитком комунікацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Гриценко С. В. Інформаційна культура личности в постіндустріальному обществі: автореф. дисс. канд. филос. наук: 09.00.11. URL: <http://cheloveknauka.com/informatsionnaya-kultura-lichnosti-v-postindustrialnom-obschestve>. (дата звернення: 20.04.2021).
2. Миронова В. В. Інформаційна культура як основа загальної культури людини. URL: [http://mdgukid.at.ua/publ/informacijna\\_kultura\\_jak\\_osnova\\_zagaloj\\_kulturi\\_ljudini/1-1-0-68](http://mdgukid.at.ua/publ/informacijna_kultura_jak_osnova_zagaloj_kulturi_ljudini/1-1-0-68). (дата звернення: 20.04.2021)
3. Волкова Г. Н. Формирование информационной культуры студентов-психологов в библиотеке вуза : автореф. дис. канд. пед. наук : 05.25.03. URL: <http://www.dissercat.com/content/formirovanie-informatsionnoi-kultury-studentovpsikhologov-v-biblioteke-vuza>. (дата звернення: 20.04.2021)
4. Ленк Х. Размышления о современной технике; пер. с нем. под ред. В.С.Степина. М.: Аспект Пресс, 1996. 183 с.
5. Малькова Е. Ю. Этические проблемы виртуальной коммуникации: автореф. дис.... канд. филос. наук: 09.00.05. URL: <http://www.dissercat.com/content/eticheskieproblemy-virtualnoikommunikatsii>. (дата звернення: 22.04.2021)
6. Інформаційна культура. URL: <https://cutt.ly/Jhu7s48>. (дата звернення: 22.04.2021)
7. Інформаційна культура українського суспільства. URL: <http://www.golos.com.ua/article/217687>. (дата звернення: 22.04.2021)
8. Формування інформаційної культури особистості як умова успішної адаптації людини до життя в інформаційному суспільстві. URL: <https://cutt.ly/NntZhHA>. (дата звернення: 22.04.2021)
9. Поняття світогляду. URL: <https://cutt.ly/Vhu5eTk>. (дата звернення: 23.04.2021)
10. Світогляд людини. Історичні типи та структура. URL: <https://cutt.ly/khu5le9>. (дата звернення: 23.04.2021)



11. Проблеми формування світоглядної культури особистості. URL: <http://lib.npu.edu.ua/ft/Internet/harulina-svitoglad.pdf>. (дата звернення: 23.04.2021)
12. Кириченко О. М. Інформаційна свідомість особистості як соціальний феномен і складова компонента ідеології інформаційного суспільства сучасної України. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*. № 2 (10), 2017, С.56-62. (дата звернення: 23.04.2021)
13. Воронкова В. Г. Інтернет як глобальна тенденція розвитку інформаційного суспільства. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип. № 83. С.198 –203. (дата звернення: 23.04.2021)
14. Шестакова С.О. Ніконіми як особлива категорія інтернет-дискурсу. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/11949-26237-1-SM.pdf>. (дата звернення: 23.04.2021)
15. Лучинкіна А. І. Психологічні аспекти віртуальної соціалізації. *Проблеми сучасної педагогіки*, 2011. №14. С. 445–454. (дата звернення: 24.04.2021)
16. Сулер Дж. Психоаналитическая киберпсихология. URL: <http://johnsuler.com/>. (дата звернення: 24.04.2021)
17. Плешаков В.А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а: монографія. М.: Прометей, 312 с. (дата звернення: 24.04.2021)
18. Бойко Д.Ю. Комп'ютерні ніки як засіб самопрезентації в інтернеті у осіб юнацького віку. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. 2020. Випуск 10. С. 205–211. (дата звернення: 24.04.2021)
19. Комп'ютерний нік як засіб особистісної самопрезентації підлітків та юнаків у віртуальній реальності. URL: <https://cutt.ly/fnio2iU>. (дата звернення: 25.04.2021)
20. Віртуальна реальність: її природа та перспективи. URL: <https://cutt.ly/6niwJ18>. (дата звернення: 25.04.2021)
21. Кузіна С. Действенные манипуляции: практический курс. URL: <https://cutt.ly/3nuB2Rl>. (дата звернення: 25.04.2021)

- 22.Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. 2004, 14 февраля. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>. (дата звернення: 19.05.2021)
- 23.Покровська, Е.А. Самопрезентація в чаті (на матеріалі російських та англомовних інтернет-чатів). URL: <http://study-english.info/article012.php>. (дата звернення: 20.05.2021)
- 24.Turkle, Sherry. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet [Text] / Sh. Turkle. – New York: Simon and Schuster, 1995. URL: <https://cutt.ly/dnipyN1>. (дата звернення: 21.05.2021)
- 25.Штанько В.І. Віртуальний комунікативний простір і проблеми інформаційної свідомості особистості. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна №1029-I/2012. Серія «Теорія культури і філософія науки»*. С. 34-42.
- 26.Краснякова А. О. Мережа інтернет як комунікативний простір національної та громадянської самоідентифікації кіберпокоління. *Проблеми політичної психології*. Вип. 7 (21), с.174-184.
- 27.Чигирин Т. О. Самопрезентація: визначення, види, стратегії, техніки. URL: <https://cutt.ly/nniphqS> (дата звернення 25.05.2021)
- 28.Супрун К.М. Комп'ютерний нік як засіб особистісної самопрезентації підлітків та юнаків у віртуальній реальності. *Освіта та розвиток обдарованої особистості № 8-9 (15-16)*. 2013. С. 153-157.
- 29.Малеева Н.С. Комунікативні інтернет-практики залежної від соціальних мереж молоді: дис. ...канд. психологічних наук, спеціальність: 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи., Київ, 2017. 184 с.
- 30.Лісовий О. В. Ідентифікація та інформаційна свідомість особистості: підходи та концепції. *Наукова періодика України*. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/VIrd/2011\\_16/Pdf/8.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/VIrd/2011_16/Pdf/8.pdf). (дата звернення: 26.05.2021).
- 31.Сулер Дж. Психоаналитическая киберпсихология. URL: <http://johnsuler.com/>. (дата звернення: 26.05.2021)

32. Соцмережі 2021: ТікТок старшає, Facebook – переважно жіночий, а стрічку ми гортаємо 400 мільйонів років. URL: <https://cutt.ly/inogBxx>. (дата звернення: 27.05.2021)





## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А



Рисунок 1 – Складники інформаційної культури

**ДОДАТОК Б****Позитивні та негативні аспекти впливу світогляду на свободу, мораль і духовний світ кожної людини**

Рисунок 2 – Позитивні аспекти впливу світогляду на свободу, мораль і духовний світ кожної людини



Рисунок 3 – Негативні аспекти впливу світогляду на свободу, мораль і духовний світ кожної людини



## ДОДАТОК В



Рисунок 4 – Класифікації світогляду

## ДОДАТОК Г

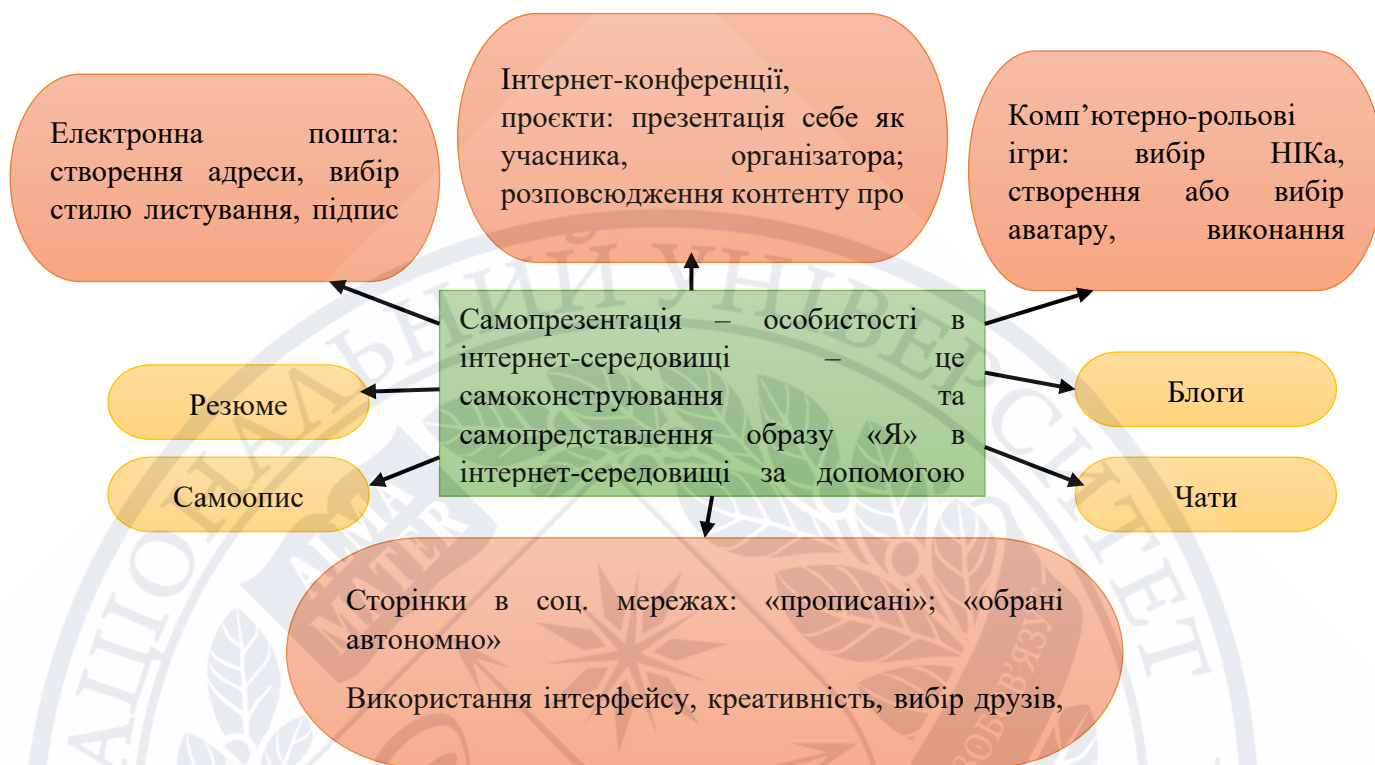
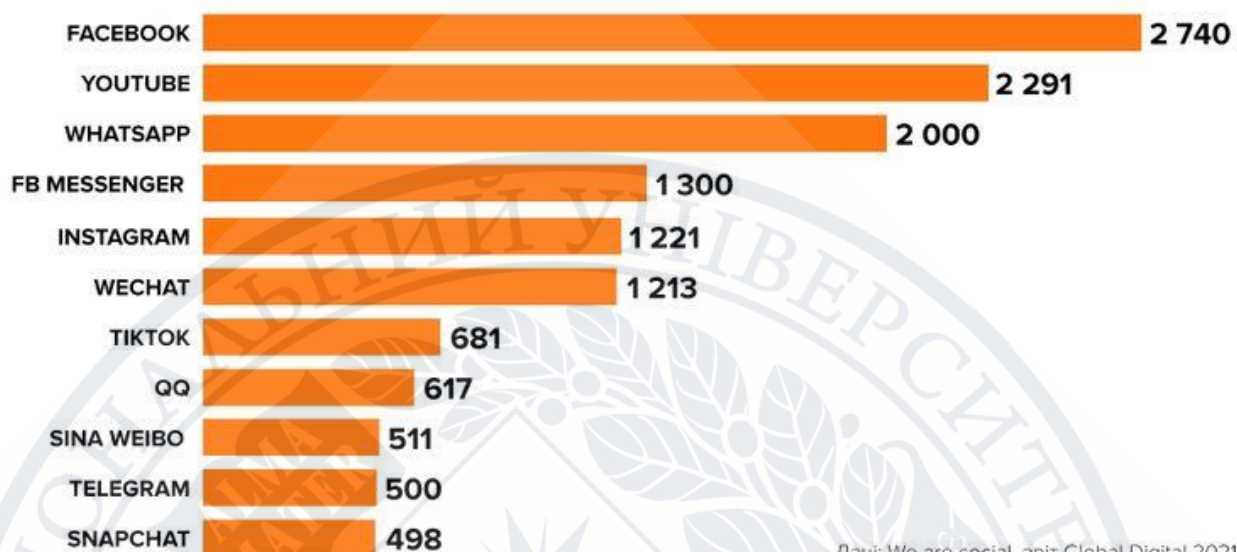


Рисунок 5 – Форми і способи самопрезентації особистості в інтернет-середовищі

## ДОДАТОК Д

## НАЙПОПУЛЯРНІШІ СОЦМЕРЕЖІ У СВІТІ ЗА КІЛЬКІСТЮ КОРИСТУВАЧІВ

(мільйонів користувачів станом на січень 2021 року)



Дані: We are social, звіт Global Digital 2021

Рисунок 6 – Найпопулярніші соц. мережі 2021 року



## ДОДАТОК Е

### Анкета опитування студентів Донецького національного університету імені Василя Стуса

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfUyLgz5V-Zwi7VGEQ1ciBAU3WtQZZNm7AgfHKLau1-Mdw/viewform

Важливість сенсу іменування в соц. мережах різного типу

\*Обов'язкове поле

ЛГБ \*

Ваша країна \*

Який нікнейм використовуєте в соц. мережах/форумах? \*

Ваша країна \*

Як часто Ви нікнеймітуєте? \*

☐ Часто

☐ Рідко

☐ Іноді

☐ Ніколи

Чи вважаєте ви, що унікальні імена? \*

☐ Так

☐ Ні

Ваш нікнейм є вашою ідентифікацією? \*

☐ Так

☐ Ні

Чи вважаєте ви, що унікальні імена? \*

☐ Так

☐ Ні

Чи подобається вам нікнейм (імена)? \*

☐ Так

☐ Ні

Активізація Windows

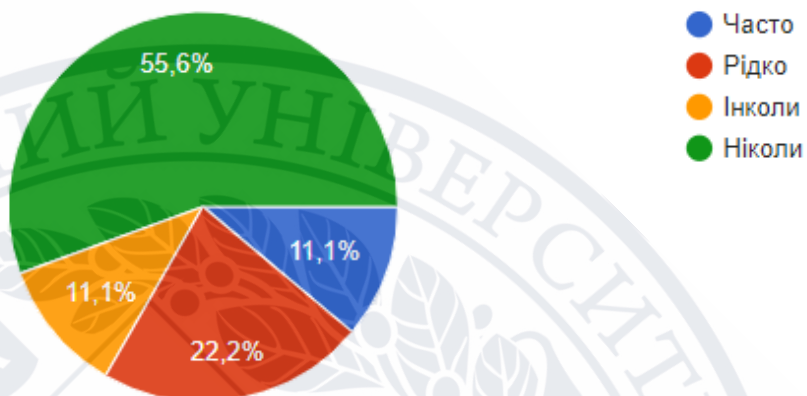
Перейдіть до розділу "Налаштування", щоб активувати Windows.

Введіть пошуковий запит тут

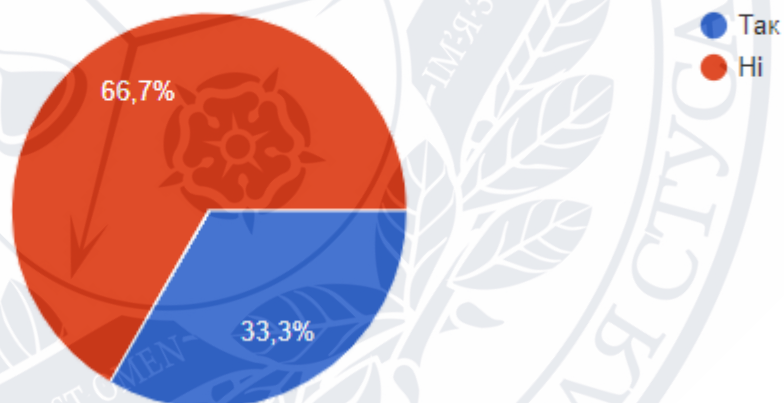
16:14 29.05.2021

**ДОДАТОК Є****Аналіз результатів опитування**

Як часто Ви міняєте нік?

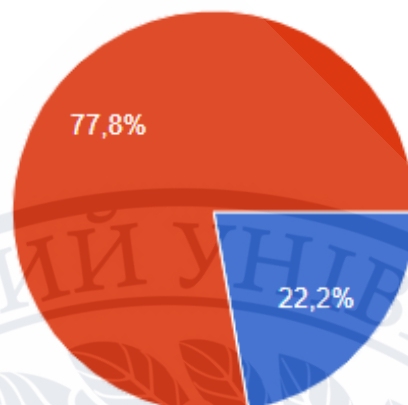


Чи змінюєте нік в умовах цензури?



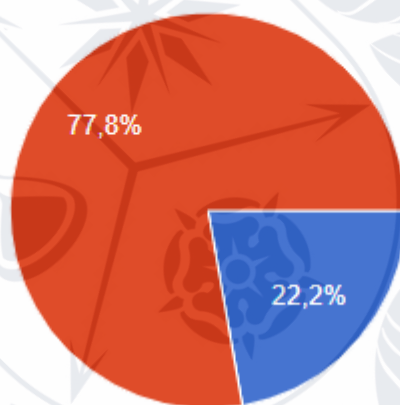
Ваш нік стосується вашої поведінки?

Ваш нік



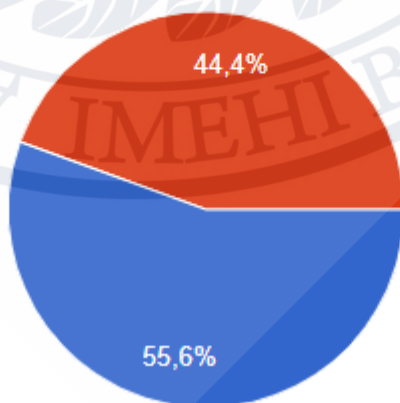
Так  
Ні

Чи Ваш нік стосується вашого характеру?



Так  
Ні

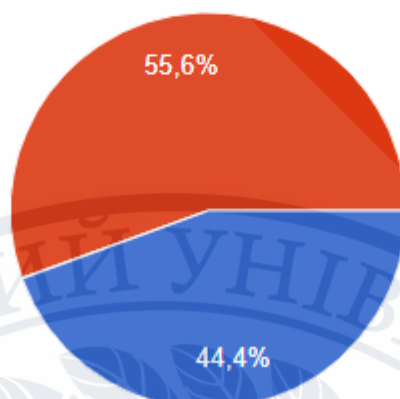
Чи подобаються нікнейми імена героїв?



Так  
Ні



Чи подобаються ніки-імена відомих особистостей



● Так  
● Ні