

Врайт Галина Яковлевна

Кандидат философских наук, доцент кафедры философии, социологии и менеджмента социокультурной деятельности ГУ «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского»

ФИЛОСОФСКО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ЧЕЛОВЕКА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Проблематика информационного общества изучена в работах таких мыслителей как М. Кастельс, Э. Тоффлер, Д. Белл и других.

Термин «информационное общество», по данным венгерского ученого Ласло Карваликса, возник в среде японских социологов в начале 60-х годов. В 80-е годы Д. Белл, став уже классиком «постиндустриального общества», в своих статьях и выступлениях все чаще вместо термина «постиндустриальное общество» употреблял термин «информационное общество».

В 2001-2002 годах, критика концепции «информационного общества» усилилась. Наиболее серьезное в этом отношении является работа Фрэнка Уэбстера. Он провел глубокий анализ десятков монографий, посвященных влиянию современных информационно-коммуникационных технологий и индустрии знаний на общественные отношения и пришел к выводу об отсутствии единства в аргументации авторов этих работ по сущности «информационного общества». Более того, он классифицировал авторов этих работ в две принципиально различные группы по их взглядам на сущность «информационного общества». К первой группе, которая является свидетельством нового типа общества («информационного»), он отнес теоретиков постиндустриализма (Дэниел Белл и его последователи), постмодернизма (Бодрийяр, Марк Постер), гибкой специализации (Майкл Пайор, Чарльз Сейбл, Ларри Хиршхорн), информационного способа развития (Кастельс). Ко второй группе, пропагандирующих идеи социальной преемственности, Уэбстер отнес теоретиков неомарксизму (Герберт Миллер), регуляционной теории (Мишель Альетт, Ален Липиць), гибкой аккумуляции (Дэвид Харви), рефлексивной модернизации (Энтони Гидденс), публичной сферы (Юрген Хабермас, Николас

Хорошая). Однако на сегодняшний день недостаточно внимания уделено философско-антропологическому анализу проблеме человека в информационном обществе.

В современном информационном обществе практически все оказались безоружными перед лицом информационных воздействий. Это и всевозможная реклама, целью которой является побуждение и даже принуждение людей к определенным действиям (приобретение товаров и услуг и т.д.). В данном случае, как мы понимаем, счастье, здоровье и благополучие людей манипуляторов абсолютно не беспокоят. Но даже помимо рекламы нас постоянно атакует огромное количество темной, мрачной, негативной информации, способной вызывать панические настроения, уныние, подавленность и т.д. Разнообразная негативная информация стимулирует воображение человека, наполняя его страшными представлениями, повышая уровень стресса от мнимых и воображаемых угроз и опасностей. В результате после таких информационных воздействий люди испытывают низкоэнергетические состояния (чувствуют упадок сил, снижение жизненного тонуса, ухудшение настроения и т.д.).

В условиях глобализации мировой экономики каждый человек рассматривается, прежде всего, как покупатель той или иной продукции. Именно этот, а не какой-то иной приоритет механически отбрасывает на задний план проблему здоровья, счастья и благополучия современного общества. В угоду целей экономической целесообразности высшие духовные гуманистические ценности зачастую откровенно игнорируются. Всячески культивируемое сегодня потребительское отношение к миру и друг к другу в итоге не приносит глубокого удовлетворения и счастья. В результате современный человек становится постоянным объектом психологических манипуляций, усваивая многочисленные социальные мифы и стереотипы. Псевдологика наводняет сознание псевдоцелями и псевдоценностями, индивидуальные же цели и ценности последовательно игнорируются.

По этим и многим другим причинам современные люди очень часто не чувствуют себя счастливыми, не понимая, что делать и как себе помочь? Они жалуются на признаки пессимистического, трагического и депрессивного мировосприятия, когда в привычку входит мышление, наполненное страхом, обидами, завистью, разочарованностью и т.д. Привычные паттерны негативного мышления со временем превращаются во всевозможные барьеры, препятствия и самоограничения, которые буквально не дают людям почувствовать себя свободными, удовлетворенными, благополучными и счастливыми.