

**НАПРЯМОК 7. ФІЛОСОФСЬКА АНТРОПОЛОГІЯ
ТА ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ
СУСПІЛЬСТВІ**

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-453-8-44>

**НОМО DIGITALIS: ГОЛОВНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ І КУЛЬТУРНИЙ
СТАТУС СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ**

Городнюк Л. С.

аспірантка

*кафедри філософії, соціології та менеджменту
соціокультурної діяльності*

*Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
м. Одеса, Україна*

Видатний польський соціолог Пйотр Штомпка пропонує називати безліч статусів і виконуваних соціальних ролей сучасної людини *конгломератом статусів*, кожному окрему складову – *частковим статусом*, а той «соціальний статус, який конкретна культура маркує як найважливіший» – *головним статусом* [10, с. 161–163]. Автор даного дослідження вважає, що головний соціальний та соціокультурний статус значної частини населення планети Земля, починаючи з другого-третього десятиріччя ХХІ сторіччя – це *цифрова людина*, яку в історично-антропологічному контексті ми називаємо *homo digitalis* [6].

Інтернет (а точніше людина, що омріяла фантастичні дива і змогла перетворити мрії на винаходи) спровокував онтологічну революцію – новий тип буття, нову соціально-історичну реальність і антропологічний вимір. У порівнянні з численними попередниками і найближчим попередником – людиною кінця ХХ сторіччя, цифровий неоантроп інакше живе, інакше мислить, інакше творить. Втїливши в цифровому пристрої давні мрії людства про дистанційну комунікацію і удосконаливши його до «світа в коробочці», Homo Digitalis зрісся з ним, утворивши нову онтологічну систему «людина-гаджет». Саме вона – ця нерозривна система, а не сама людина уособлює сучасного митця. Цифровий автор, цифровий драматург, цифровий композитор,

цифровий художник, цифровий читач – все це феномени сьогодення, що незбагненно поєднали людську природу і цифрові алгоритми.

Творче життя цифрової людини холеричне і дихотомічне: воно пов'язане з постійними переключеннями психіки між численними онлайн-подіями і онлайн-чатами та фізичним буттям, веб-серфінгом, віртуальним зануренням, безперервними транзакціями. Індивід, що від природи отримав звичайну нервову систему свого попередника, обмежений природою психофізичний ресурс, перетворився на диспетчера численних програм і застосунків. Ще у 1970-х роках Абраам Моль розглянув людину як «відкриту інформаційну систему» [1], а тепер ця система генерує вхідну та вихідну інформацію фактично без обмеження в часі і просторі. І додамо від себе, що в темах і видах діяльності. Людина не обмежується тим, що їй цікаво чи потрібно, вона не здатна (коректніше сказати, практично не здатна) приховатися від хроніки світових подій в усьому їхньому різноманітті, і весь час знаходиться на перетині потрібної і непотрібної, корисної і некорисної, бажаної і небажаної інформації, флуда, спама, флейма, фейків, навмисної дезінформації або безглузлого, але численного цифрового сміття. Будь-які кордони в поширенні інформації перестали існувати. Феномен спілкування з необмеженою кількістю людей, феномен беззупинного клікання з гіперпосилання на гіперпосилання, зі сторінки на сторінку дарують ефект необмеженої («безлімітної») свободи в часі і просторі, але парадоксальним, потайливим і неусвідомлюваним чином крадуть їх – час і простір, розсіпають їх в пил – на численні мікромоменти, мікрозадачі і мікродії. Колись цілісна система – діяльність особистості з власними світоглядними установками, змотивованої метою, наділеною мисленням і діючої відповідно до них – розпадається на безліч епізодів, що поєднуються в людині складною еkleктикою, мозаїчним засобом. Це те, що Абраам Моль в уже інформаційну, але ще доцифрову еру назвав *мозаїчно-калейдоскопічним сприйняттям світу* (зумовленим збільшенням об'єму інформації та числом каналів її передачі), а сукупний продукт різноманітних знань та дії технічних засобів масової інформації – *мозаїчною культурою*. За Модем, культура людини є «в сукупності все те, чого вона не може забути, інтелектуальна сторона штучного середовища..., сукупність елементів, що існують у свідомості окремої людини чи спеціальної групи» [1, с. 354]. Цифрова людина – юзер численних і постійно оновлювальних програм. На рівні «не може забути» вона знає *як, яким чином* – знайти інформацію, скористатися інформацією, надати інформації потрібний вигляд і (або) поширити її далі. Для виробництва продукції *homo digitalis* завантажує, вдосконалює і юзає програми і застосунки – форма і швидкість діяльності превалюють над змістом. Авторка даного

матеріалу, не зможе надати в редакцію папірус або філософські думки на тканині технікою батік, посилаючись на те, що вона, філософиня-мислителька, весь час і енергію витратила на глибину думки і осягання світоглядних обривів: у цифрової людини форма (*формат*) – в пріоритеті над змістом. Отримавши завдяки інтернету безмежний, просто фантастичний за обсягом, доступністю та різноманіттям *епістемологічний потенціал*, цифрова людина не здатна ним скористатися, фактично втративши такі властивості як увага і зосередженість, довіривши машині одне з головних надбань *homo sapiens* – пам'ять (та всі похідні операції пам'яті) і накопивши велику інформаційну втому. Людина, що програмувала машини, опинилася в зворотному положенні – запрограмованої машиною, приреченої бути оператором численних додатків та комунікаційних чатів, які стали значною і значущою частиною повсякденного буття [7].

Особистість епохи метамодерну існує в постійному режимі трансформацій – трансформуються і оптимізуються засоби виробництва, вона сама та її сутність. Соціально схваленою і затребуваною є дієва, мультикомунікативна, креативна, стресостійка людина з багатозадачним функціоналом, здатна тут-і-зараз вирішувати різні за проблематикою, природою і складністю завдання. Цифрова людина – це мільйон різних облич, історій і поглядів (в тому числі різних і полярних поглядів і ставлень до цифрового буття), але відтепер цифровий простір – її культурна ойкумена, і вона сама дигітально орієнтована, дигітально суцзя, дигітально залежна.

Література:

1. Moles A. Sociodynamique de la culture. 1967. *Original from, the University of Michigan*. P. 354.
2. Polanyi Karl. The Great Transformation. The Political and Economic Origins of Our Time. *Boston, Massachusetts: Beacon Press*, 1957. P. 119.
3. Schismenos A. Telepresence as a social-historical mode of being. ChatGPT and the ontological dimensions of digital representation. *Lessico di Etica Pubblica*. 2023. № 1–2.
4. Shevchenko, A. I., et al.: Strategy for Artificial Intelligence Development in Ukraine : Monograph. IAIP, Kyiv (2023). DOI: 10.15407/development_strategy_2023.
5. Wagner P. Theorizing Modernity: Inescapability and Attainability in Social Sciences. Sage Publications: *London, Thousands Oaks, New Dehli*, 2001. P. 17–21.
6. Борінштейн Є. Р., Городнюк Л. С. Філософсько-антропологічний феномен Homo Digitalis як онтологічної системи "людина-гаджет".

Studies in History and Philosophy of Science and Technology. Vol. 33 (1). Дніпро, 2024. Ст. 15–21.

7. Ожеван М. А. Homo ex Machina. *Філософські, культурологічні та політичні передумови формування конвергентного суспільства: монографія* / М. А. Ожеван, Д. В. Дубов. Київ : НІСД, 2017. 272 с.

8. Сінькевич О. Б. Ідентифікаційні практики масової культури: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філософ. наук : 09.00.03. Львів : Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка, 2016. 40 с.

9. Целковський, Г. А., Федоришин, В. І., Василенко, В. С. (2023). Основні визначення поняття дигітального тіла в дигітальних студіях. *Культурологічний альманах*, (1), 244–250. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.33-157-158> с.

10. Штомпка П. Соціологія. Аналіз суспільства. Львів Колір ПРО, 2020. 800 с.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-453-8-45>

ЯПОНСЬКА АНІМЕ-КУЛЬТУРА ЯК ГЛОБАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Дарюга Е. В.

*аспірант кафедри культурології, філософії та музеєзнавства
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка
м. Полтава, Україна*

Сьогодні ми спостерігаємо дедалі більший вплив японського аніме на світову культуру, який особливо проявляється в умовах глобалізації, цифрових технологій та інтернет-комунікацій. Аніме давно вийшло за межі Японії, завойовуючи нові аудиторії по всьому світу завдяки унікальній естетиці, різноманітності жанрів і здатності порушувати важливі соціальні, психологічні та філософські теми. Воно стало не лише частиною масової культури, але й ефективним засобом кроскультурної комунікації, що об'єднує людей з різних культурних і мовних середовищ, формуючи естетичні вподобання, цінності та світогляд у молодіжних субкультурах у багатьох країнах. Це явище сприяє міжкультурному діалогу, знайомлячи світову аудиторію з японськими традиціями, цінностями та світоглядом. Таким чином,