

BORSHCHEVSKA Anzhela

CODE OF COMMUNICATION OF MODERNITY AND RESOURCES OF HAPPINESS

In Proceedings of The Third International Scientific Conference “Happiness and Contemporary Society”, March, 20, 2022. Lviv: SPOLOM, 2022. P. 52-55. <https://doi.org/10.31108/7.2022.7>

ISBN 978-966-919-826-6

БОРЩЕВСЬКА Анжела

КОД СПІЛКУВАННЯ СУЧАСНОСТІ ТА РЕСУРСИ ЩАСТЯ

// Збірник матеріалів третьої міжнародної наукової конференції «Щастя та сучасне суспільство», 20 березня 2022 р. – Львів : СПОЛОМ, 2022. – С. 52-55. <https://doi.org/10.31108/7.2022.7>

ISBN 978-966-919-826-6

Anzhela BORSHCHEVSKA

PhD, Associate Professor

Danylo Halytsky Lviv National Medical University (Lviv, Ukraine)

CODE OF COMMUNICATION OF MODERNITY AND RESOURCES OF HAPPINESS

Abstract. The development of new information technologies involves revolutionary social change. Digital technologies universalize the former variety of available means (language, audiovisual instruments), and therefore allow to construct a parallel real digital (virtual) space. A matrix of coexistence in a new bipolar world is being developed. Digital technologies are new values, principles of ethics and aesthetics, behavioral practices. Mankind has been given superpowers that allow us to communicate anytime, anywhere. However, information technology has not brought us closer to each other. The digitalization of socio-economic relations is a global world process that requires a deep awareness of contradictory changes. Any changes taking place in society must have, above all, a human dimension. And happiness is one of the important parameters of these dimensions.

Key words: digitization, bipolar world, network communication, conscious loneliness, programmability of relationships, matching applications

Анжела БОРЩЕВСЬКА

Кандидат медичних наук, доцент

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького (Львів, Україна)

КОД СПІЛКУВАННЯ СУЧАСНОСТІ ТА РЕСУРСИ ЩАСТЯ

*Той, хто в тобі знайшов щастя – твій. Всі решта –
гості*

Джалаледдін Румі,
класик перської поезії, філософ-суфій, зачинатель класичної
турецької літератури

*Кожна людина в інтернеті знаходить собі контент, на
який здатна. Технології власними силами нікого не
позбавляють ні людяності, ні здатності комунікувати.
Технології лише – відображення людей. Які люди, такі й
технології*

Франц Вертфоллен,
письменник, просвітител, музикант

*Не технології ведуть нас до зірок, а любов
людська*

Зафар Мірза,
політик системи охорони здоров'я, Пакистан

Розвиток нових інформаційних технологій передбачає революційні соціальні зміни, які необхідно осмислювати науковій спільноті. Невблаганний прогрес та цифровізація суспільства безперервно поповнює наше життя новими поняттями: хмарні сервіси, великі дані, фонотика, цифрові продукти, блокчейн, нейротехнології, квантові технології. В результаті, змінюються не тільки форми споживання, а й сама форма існування світу. Напрацьовується матриця співіснування в новому біполярному світі.

«Інформація, технології, соціум змінюються зі швидкістю, яку людина поки що ще не здатна усвідомити та уявити. Разом з тим, роботизація та штучний інтелект, одні з найважливіших продуктів теперішньої епохи, новими поколіннями людей будуть сприйматися як природне явище довкілля, і, напевно, їм буде важко зрозуміти, який стрес відчували їх батьки, коли намагалися зазирнути в майбутнє і осмислити масштаби майбутніх змін» [4].

Вважається, що вперше термін "*цифровізація*" - принаймні, стосовно міждисциплінарних, що виходять за рамки інженерного дискурсу областей знань – використав у 1995 р. американський математик Ніколас Негропonte. У своїй книзі «Being Digital» він співвідніс атоми як дрібні одиниці матеріального світу і як елементарні частини, що фіксують інформацію, - продукт світу нематеріального.

Цифровізація за такого підходу – це переведення в інформаційну форму (відображення в бітах) всього багатства матеріального світу (існуючого в атомах). По суті, це те, чим протягом століть займалися і продовжують займатися наука, філософія, мистецтво, – опис усіма наявними засобами того, що дається людині у відчуттях, прагнення зафіксувати якусь усвідомлену даність. Тобто відбувається вихід технології за межі матерії і проникнення в інші процеси – свого роду «змішування і взаємодія фізичного, цифрового та біологічного просторів». Цифрові технології універсалізують колишню різноманітність доступних засобів (мова, аудіовізуальні інструменти та ін.), а тому і дозволяють конструювати паралельний реальний цифровий (віртуальний) простір.

Четверта промислова революція, «характеризується цілою низкою нових технологій, які дублюють фізичні, цифрові та біологічні світи, що впливають на всі сфери: економіку, промисловість і навіть складні ідеї про те, що означає бути людиною» [5].

Світ, створений на базі цифрових технологій та штучного інтелекту, докорінно змінить людську особистість, оскільки цифрові технології – це нові цінності, принципи етики та естетики, поведінкові практики. Німецький економіст К. Шваб вказує на низку наслідків для людини, яка матиме місце з приходом інформаційної революції. Це – загроза читання думок /снів/ бажань та відсутність приватного життя; загроза повільної, але невідворотної втрати творчості або людської участі, що виникає (здебільшого) внаслідок перебільшення можливостей наук про мозок; стирання меж між людиною та машиною; культурна зміна; втрати людської комунікації [5]. Розширені когнітивні можливості людини призведуть до нових типів поведінки.

Новим, більш потужним фактором, що формує світогляд молодого покоління, стає інформація та швидкість її передачі. Людство одержало надздатність, що дозволяє нам спілкуватися в будь-який час та в будь-якому місці. Тим не менш, інформаційні технології не зробили нас ближчими один до одного.

Надлишок марної інформації, інформаційний шум» змушують нас віддалятися один від одного. Безтурботність користувачів соціальних мереж, спосіб життя «напоказ» змушують багатьох молодих людей відчувати, що вони нібито щось прогавлюють. В умовах такої надмірної, але уявної прозорості багато хто намагається організувати своє життя виходячи з того, що диктують соціальні медіа, обмежуючи, а іноді втрачаючи свої здібності вирішувати за себе, втрачаючи власну індивідуальність.

Розвиток технологій неминуче веде до повсюдного використання штучного інтелекту. Чи веде це до виникнення штучних, опосередкованих, похідних цінностей? У дослідженнях зазначається, що суспільство переключається на більш спрощений і примітивний тип комунікації, дедалі менше цінує людські стосунки. Поширюється вподобайковий (лайковий) тип мислення: якщо нам подобається щось, ми залишаємо "вподобайку", якщо ні - ми "пролистуємо" таку інформацію. Цей же принцип переноситися і міжособистісне спілкування. «Ми вже звикли позбавлятися всього, що нам не подобається, просто закриваючи це на сенсорному екрані. Інформація легка для сприйняття? Вона кумедна чи скандальна? Так, це саме те, що нас цікавить. Інформація серйозна, складна та вимагає розумової напруги? Пролистуємо! Це так схоже на бінарний код для машин: нулик та одиниця. Ми поступово набуваємо лінійного типу мислення!» [2].

Відносини стали набагато програмованіші. Деякі сегменти процесу вибудовування стосунків виявилися автоматизовані завдяки появі метчингових сервісів та алгоритмів, які дали можливість знаходити партнерів без інтенсивних комунікацій, минаючи методу проб та помилок. Виникла можливість механічно визначати параметри, за якими людина хоче знайти пару. Це призвело до розвитку ефекту гіпердовіри машинним алгоритмам [3].

Для того, щоб зареєструватися в метчингових додатках, нам пропонують спочатку визначити параметри самоопису та описів потенційних партнерів. І тут ми конструємо соціально схвалюваний образ себе у тій спільноті, у якій хочемо шукати собі партнера. Після цього ми маємо зафіксувати параметри, які хочемо бачити у цього потенційного партнера.

Отже, ми перекладаємо процес пошуку та формулювання критеріїв щодо партнера на "машини", тобто на рекомендаційні системи, онлайн-сервіси, алгоритмічні системи. Зрештою це означає, що людина все більше й більше розповідає «машині» про себе, свої уподобання, бажання та фантазії.

Ще одна з тем сучасності – це тема *усвідомленої самотності*. Онлайн ми постійно знаходимося ніби в натовпі людей. Втім, наявність цих людей досить ілюзорна. Зрештою, це набір акаунтів, тобто масок, які людина одягає у публічному просторі. Це видимість натовпу, в якому людина весь час перебуває і в якому епізодично відкрита для взаємодій.

Крім того, соцмережі формують *ефект білого шуму, інформаційного навантаження*. У зв'язку з тим, що люди втомлюються та перестають реагувати на інформацію, яку їм показують, вони не вступають у взаємодію: вони заощаджують емоційний ресурс. Це створює відчуття, що поряд з нами досить багато людей, які можуть допомогти, але ми не можемо бути цілком впевненими, що, звернувшись до них, ми отримаємо підтримку. А це, своєю чергою, може також посилювати ефект самотності.

Мережна комунікація має особливі характеристики – відкладену, ігрову (тобто онлайн-простір досі сприймається як несправжній, нереальний) та програмовану (достатньо кілька разів зробити свайп вправо-вліво). І тоді, люди, одночасно спілкуючись з великою кількістю партнерів різних типів, можуть ставитися до спілкування як *до легко настроюваної та регульованої практики*. В результаті виникають *наступні ефекти*: ефект гостингу (коли ми ігноруємо людей, які безпосередньо перебувають в акті комунікації з нами) або, навпаки, ефект доксингу та сталкінгу (коли ми надто близькі і користуємося доступністю іншого та інформацією про нього з не завжди позитивною метою) [1].

Це також впливає на те, як люди будують стосунки. Формується, з одного боку, *очікування потенційно швидкого досягнення близькості*, але водночас *досить простої практики автоматизованого завершення спілкування* (через систему бана, наприклад).

Отже, цифровізація соціально-економічних відносин – це глобальний світовий процес, що вимагає глибокого усвідомлення суперечливих змін. Формується новий погляд на світові процеси, людину, місце людини у світі. На зміну старим цінностям поступово приходять *нові – цифрові – цінності*: інформація, прозорість, стандартизація, функціональність, гнучкість, швидкість передачі інформації, орієнтованість на вигоду, орієнтованість на "вподобайки", прагнення комфорту.

Людству слід буде вирішувати нові непрості завдання. Так, *стандартизація* (супутниця всіх процесів автоматизації) зіткнеться з труднощами врахування потреб конкретних людей. *Прозорість*, притаманна соціальним мережам, ставить під загрозу безпеку та недоторканність приватного життя. *Доступність інформації* не робить нас ближче до знань (не кажучи вже до мудрості), *культ індивідуальної думки* відволікає нас від істини, *функціональність* змінює душевність, якої ми шукаємо, *гнучкість* не завжди уживається з традиціями та стабільністю.

Та будь-які зміни, що відбуваються в суспільстві, повинні мати, перш за все, людський вимір. І *щастя* є одним з важливих параметрів цих вимірів. Насолоджуватися щастям – добра новина, мати можливість дарувати його іншим – ще більша (Френсіс Бекон).

ЛІТЕРАТУРА

1. Фактор А., Камолов С., Никандрова А. Человеческие ценности в цифровую эпоху. *Моделирование, оптимизация и информационные технологии*. 2018. 2(21). 86-103.
2. Курпатов А. Информационная псевдобезопасность. *Сноб*. Режим доступу: <https://snob.ru/selected/entry/99993>.
3. Мороз О. Особенности нового дейтинга. <https://postnauka.ru/longreads/102298>
4. Малинина Т. Человек в цифровую эпоху. *Cyberleninka*. Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-v-tsifrovuyu-epohu>
5. Шваб К. *Четверта промислова революція. Формуючи четверту промислову революцію*. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2019. 416 с.