

Дурнева Е.П.,
студентка философского факультета
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
имени И.С. Тургенева»¹

Влияние информационного общества на индивида

В данной статье раскрыты некоторые особенности эпохи информационного общества и его характерные черты. Проведен сравнительный анализ индустриальной вехи в развитии общества и постиндустриальной. Озвучена специфика общества потребления, влияние информационного общества на урбанистическую среду, приведена роль СМИ.

Ключевые слова: информационное общество, индустриальное общество, глобализация, урбанистическая среда, общество потребления, маргиналы, СМИ.

*Durneva Ekaterina,
student at the Faculty of Philosophy of student at the Faculty of Philosophy
Orel State University named after I.S. Turgenev*

The impact of the information society on the individual

This article deals with some features of the era of the information society and its characteristics. A comparative analysis of the industrial landmarks in the development of society from the post-industrial. Dubbed by the specificity of the consumer society, the impact of the information society in the urban environment, shows the role of the media.

Keywords: information society, industrial society, globalization, urban environment, the consumer society, the marginalized and the media.

Информационное общество, глобализированное практически повсеместно, задает свой ритм развития социализирующемуся по новому типу индивиду. Особенно четко данную отличительную черту можно наблюдать в урбанизованном пространстве, которое и так само по себе очень сложно в своей дифференциации.

Для выявления корреляций и анализа сложной совокупности процессов появляются новые отрасли знания, характерные именно для информационного общества. В данной статье речь пойдет о том, какие возможности и ограничения накладывает на индивида и социум информационное общество.

В чем же коренное отличие индустриальной вехи в развитии от постиндустриальной? В первую очередь, это всеобъемлющие процессы

¹ Научный руководитель: Исаева Е.Ю. канд. социол. наук, доцент кафедры социологии и ювальной политики философского факультета ОГУ

глобализации – пространство без каких-либо географических границ. Ранее границы обозначались временем передачи сообщения или движения индивида в реальную пространственно-географическую точку назначения. С появлением интернета данная черта навсегда утратила свою первоначальную семантику. Все это произошло благодаря появлению и распространению сетей интернет. Но их неоспоримое удобство накладывает и свои, на первый взгляд, незаметные ограничения. Развивающиеся благодаря им глобализационные процессы стирают этнически традиционную идентичность и превращают мировой социум в однообразную социетальную массу. Индивид адаптируется к новым условиям жизнедеятельности, и сам, будучи социальным существом, провоцирует развитие ранее не известной удобной среды. Результатом выступает создание нового виртуального мира социальных сетей, в котором общество, особенно молодежные его представители, адаптировалось жить по временному критерию, параллельно с реальной действительностью. Здесь, как и в эволюционном процессе, присутствует естественный отбор. Однако, выражается он в слегка нестандартной форме: индивид со слабой, несостоявшейся или не соответствующей времени психикой, зачастую склонен к замещению реальной жизни абстрактной виртуальностью интернета. В дальнейшем, если он не выходит на реальные контакты с внешним миром, то становится полностью потерянным для общества. Исключение составляет ряд профессий, непосредственно связанных с компьютером и Интернет-сетями, однако это еще не гарантирует продолжения биологического рода, так как по принципу естественного отбора слабая особь не оставляет потомства.

Благодаря глобальной трансляции огромных потоков информации в новом обществе закрепляются черты общества потребления. Для повседневности индивида это очень удобно, поэтому, говоря о глобализации, невозможно не упоминать об этом. Однако здесь также присутствует свой неоспоримый недостаток: усложнение общества приводит к упрощению повседневной жизни индивида, и он становится зависим от социума еще сильнее. Его выживаемость целиком и полностью зависит от отношения к нему других представителей социума, что определяет его социальный статус, доступ к общественным благам, ограничения и привилегии. Другими словами человек, отвергнутый окружающими, уже не может самостоятельно обеспечить свое существование и вынужден вести паразитический образ жизни. Потому что социум не обучил его производить. В глобальном масштабе проективно и прогнозически выстраивая существующую реальность, можно с уверенностью сказать, что при внезапном изъятии из пользования обществом интернета наступит нестабильное время перемен, которые преодолеть далеко не все его представители.

Особенно сильное влияние глобализационных процессов ощущается в урбанизированной городской среде. Причем именно в городской, поскольку сельские урбанизированные поселения в корне отличаются от городов. Развитие общества потребления порождает урбанистическую миграцию населения, а она в свою очередь приводит к еще большему дефициту жизненного пространства, которое в городе и так довольно высоко. На

обыденном уровне это преодолевается повышением количества и высотности жилых зданий. Однако увеличение плотности населения ведет к появлению постоянных стрессовых состояний у индивидов. В итоге количество получаемой информации, превышающее уровень возможностей человека по ее восприятию, и постоянный стресс нехватки личного пространства вынуждает человека опять же адаптироваться. В итоге у индивида появляется индифферентность к происходящему вокруг, и он находит выход в безопасной среде социальных сетей интернет.

Также увеличению темпов глобализации способствует активная работа СМИ, связанная с распространением информации в широкие массы больших социальных групп. Здесь зачастую играют роль коммерческая установка или желания заказчика информации; через информационные потоки транслируется идеология и производится регуляция общественных процессов. Как отдельную часть работы СМИ следует выделить производство и распространение рекламы. В данном случае СМИ выступает посредником и активатором идеалов общества потребления. В отношении индустриального типа реклама носила скорее информационный характер, тогда как в настоящее время в связи с перенасыщенностью количеством инфопотоков реклама приобрела назойливость, которая зачастую принимает вирусно-паразитические формы. Для городского жителя, испытывающего и так огромное количество повседневных стрессов, обилие рекламных вывесок в окружающей его среде опять же провоцирует у него индифферентность и апатию к происходящему вокруг. В итоге получаем, что такая характеристика информационного общества, как обилие информации, несет в себе помимо положительных, еще и мощные отрицательные воздействия.

На основании всего вышеперечисленного можно судить о сильной корреляции факторов, характеризующих информационное общество. Однако эффективных методов решения возникающих проблем выявлено относительно не много, поэтому в целом можно сказать, что вопросов на данный момент больше, чем ответов. И это дает поле для развития, выявления и претворения в жизнь креативных решений, а значит и производства – фактора развития человечества.

Список литературы:

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005.
2. Рассел Д. Урбанизация. Книга по требованию, 2012.
3. Ритцер Дж. Макдонализация общества 5 / Пер. с англ. А.В. Лазарева; вступ. статья Т.А. Дмитриева. М., 2011.

References

1. Bauman Z. The Individualized Society / Trans. from English. ed. VL Inozemtsev. M.: Logos, 2005.
2. Russell D. Urbanization. Book on demand 2012.

3. George Ritzer. Makdonalizatsiya society 5 / Trans. from English. AV Lazarev; introd. Article TA Dmitrieva. M., 2011.