

АНТРОПОЛОГІЧНИЙ ТРЕНД: УСВІДОМЛЕНИЙ СУЇЦИД (НОМО MOBILIS)

Проблема суїциду (лат. *suicaedere* – вбивати себе) завжди перебувала в центрі уваги філософів, соціологів, політологів, антропологів тощо. Уперше на суїцидах як науковій проблемі наголосив французький соціолог Еміль Дюркгейм, який у праці «Самогубство» (1897) [1] переконливо довів, що останнє лише видається зумовленим особистими чинниками, а насправді є соціальним фактом – продуктом тих значень, очікувань і угод, які виникають у процесі спілкування людей між собою. Він виокремив чотири типи суїцидів: **альтруїстичний, егоїстичний, аномічний і фаталістичний**. Соціолог зауважив, що індивіди, які мають більш потужну мережу соціальних зв'язків, менш схильні до самогубства, ніж ті, хто слабо пов'язаний із життям груп, а відтак – воно є явищем соціальним. Сплив час, життя змінилося, суспільство «дерева життя» перетворилося на «ліс життя», й уже у «мережевому суспільстві» відбуваються радикальні зміни людини, виникає такий собі антропологічний тренд [2, с. 89-114], а саме: **усвідомлений суїцид**, що прискорюється завдяки активній участі та за допомогою самої людини. Самознищуються, зникають такі звичні для людського існування інститути, як сім'я, право, освіта, культура тощо, натомість на перший план виходять практики трансгресії (англ. *transgression* – перехід, пересування), трансформації (пізньолат. *transformatio* – перетворення), трансфігурації (англ. *transfiguration*, лат. *transfiguratio* – похідне від грецьк. *μεταμόρφωσις* (*metamorphosis*, *метаморфоза*) – видозміна, зміна), суїцидальні практики й експериментування над собою, агресія (лат. *aggressio* – напад) зі знищенням середовища існування тощо. Отже, вочевидь відбувається своєрідна «еволюція людини» від *Homo habilis* (людина вміла) → *Homo erectus* (людина, яка рухається прямо) → *Homo ergaster* (людина, яка працює) → *Homo sapiens* (людина розумна) до ***Homo mobilis***, «людини, яка сидить», – із мобільним телефоном, смартфоном, планшетом, комп'ютером або ноутбуком (кіборгом, мутантом, транс- або постлюдиною), яка постійно живе в мережі та доручає піклуватися про себе іншим, тобто йдеться про повне її знищення перш за все як соціального виду.

Розглянемо приклади антропологічних трендів відходу людини: з'являються нові професії та види діяльності: **аквізітор** (лат. *acquisitor* – здобувач), **андеррайтер** (англ. *underwriter* – гарант, страхувальник), **дворецький** (батлер, мажордом, хаусхолд-менеджер, помічник у господарстві), **евент-менеджер** (англ. *event* – «вони пішли», *manager* – організація і проведення заходів), **комівояжер** (франц. *commisvoyageur* – подорож із комерційною метою), **лайф-коучер** (англ. *life* – життя, спосіб життя, *coaching* – інструктування, наставництво, тренування, репетиторство), **спічрайтер** (англ. *speech* – мова, *write* – писати), **сьюреєр** (англ. *survey* – огляд, зйомка, межування), **тітестер** (англ. *tee* – чай, *test* – куштувати), **трейдер** (англ. *trade* – торгівля), **хед-хантер** (англ. *head-hunter* – полювання за головами); **чоловік (дружина) на годину** тощо. Так формується новий спосіб життя, з'являються нові звички, потреби, інтереси, цінності, тобто змінюється саме соціальне середовище людини; збільшується обсяг і кількість послуг/обов'язків (догляд за тваринами, виховання дітей, ремонт квартири, машини, побутової техніки тощо), які вона перекладає на плечі інших. Чоловіки вдаються до утилітарного використання своїх жінок, звільняючи себе від будь-яких зобов'язань, шлюбу, праці, відповідальності, обов'язків, хатніх справ і клопотів із самообслуговування, що є прикметною рисою «суспільства споживачів».

Усе це призводить до того, що **людина втрачає свої базові навички й уміння**. На підтвердження наведемо кілька проявів нового явища в культурі – **аутсорсингу** (від англ. *outsourcing* (*outer-source-using*) – використання зовнішнього джерела і/або ресурсу): ми не рахуємо подумки, а користуємося калькуляторами; не пишемо, а друкуємо на клавіатурі; не запам'ятовуємо інформацію, а розміщуємо її в електронних записниках, мобільних телефонах, смартфонах, планшетах, «хмарах» (англ. *Cloud Technology* – хмарні технології), на серверах тощо. Більшість Учні (Студентів) майже не готуються до занять, іспитів або заліків, обмежуючись лише деякими функціями інформаційних джерел: пошук інформації в Internet-і, копіювання у буфер обміну, вставка та збереження в іншому документі, при чому вони не наважуються (або неспроможні) навіть прочитати знайдене, виправити помилки, скоротити й ознайомитися з вихідним документом.

І тут варто звернути увагу на такі процеси: робота набуває виразних ознак віртуальності; стирається межа між містом і селом (створюється т. зв. **світове село**); збільшення чисельності користувачів соціальних мереж зумовлює, з одного боку, розширення поверхневих контактів, зв'язків, зустрічей, з іншого – посилення не особистісних начал, а індивідності, відокремленості, ізоляваності: люди ховаються за ніками (нікнеймами) (від англ. *nick*, *nickname* – прізвисько, анонім), аватарами (санскр. *आवातार*, *avatāra* – сходження), псевдонімами (грецьк. *ψευδής* – помилковий, *ὄνομα* – ім'я; кит. *號/号* *hào*; яп. *号* *ro*); погіршуються навички й уміння роботи зі складною інформацією і довгими текстами; формується снєк-культура (англ. *snack* – легка закуска) – ми на ходу їмо, п'ємо, переодягаємося, розв'язуємо питання, спілкуємося, робимо мейк-ап (англ. *make-up* – обробка,

накладання косметик), шукаємо стосунків без шлюбних зобов'язань (англ. *boyfriend* – коханий, приятель жінки або чоловіка; англ. *girlfriend* – кохана, приятелька чоловіка чи жінки), кохаємося, народжуємо та виховуємо дітей, робимо кілька справ одночасно тощо. Вочевидь, людина відчуває бажання не просто мати, а мати швидко і легко, не докладаючи зусиль, без зайвих хвилювань та обтяжливих наслідків, і це на тлі прямої, доволі агресивної й адресної маркетингової кампанії, скерованої на швидке отримання задоволення (від їжі, напоїв, одягу, сексу тощо) тут і зараз.

Таким чином, **ми надаємо машинам право жити за нас, перестаючи бути самими собою, замінюючи базову турботу про себе гедонізмом** (давньо-грецьк. *ἡδονή* – насолода, задоволення). **Ми втрачаємо здатність мислити, а отже, й свою особистість** (авторство, здатність обирати, здійснювати вчинки та нести за них відповідальність, висловлюватися, мати й обстоювати власну думку тощо), **все людське, ми себе вбиваємо**. Тому на часі формування образу людини майбутнього – номади-кочівника та «гіф (hyph)-суспільства», в якому ІКТ із засобів поневолення перетворюються на засоби звільнення, чого можна досягти, як вважає С. Смірнов [3], шляхом зміни нашої онтологічної ідентичності.

Література:

1. Дюркгейм Е. Самогубство: соціологічне дослідження /Еміль Дюркгейм ; пер. з фр. Л. Кононович. – К.: Основи, 1998. – 519 с.
2. Кутырёв В. А. Последнее целование. Человек как традиция / В. А. Кутырёв. – СПб.: Алетейя, 2015. – 312 с. – (Серия «Тела мысли»).
3. Смирнов С. А. Антропология номадизма (Антропологические тренды и северный культурный код) / С. А. Смирнов // Человек. – 2014. – № 3. – С. 5-17.