

МАСОВА КУЛЬТУРА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

У статті розглядаються особливості функціонування феномену масової культури в умовах становлення інформаційної ери.

Вступ

У сучасній філософській і науковій літературі можна зустріти протилежні висловлювання щодо інформаційного суспільства як наявної реальності. Проведений нами в одній із статей [1] аналіз існуючих соціально-філософських теорій інформаційного суспільства показав, що економічно розвинуті країни Заходу, Японія, Республіка Корея та деякі інші вступили в **інформаційну еру**, яка знаменує суттєві зміни в усіх сферах суспільного життя, пов'язані із застосуванням інформаційно-комп'ютерних технологій. Тотальна інформатизація суспільних процесів суттєво впливає на всі сфери суспільного життя, які набувають нових ознак, рис, характеру функціонування тощо. У ХХ столітті вагому роль у суспільстві почала відігравати так звана «масова культура», яка, по суті, мала не тільки ознаки мистецтва та літератури, але не меншою мірою характеризувалася й економічними категоріями, зокрема та її складова, що називається шоу-бізнесом. Як же змінюється цей феномен у процесі інформатизації та комп'ютеризації? Виявлення цих змін і становить **мету** даної статті.

Основна частина

Перш за все постає потреба провести розрізнення термінів **«інформаційна ера»** та **«інформаційне суспільство»**, оскільки, на нашу думку, їх не можна ототожнювати. Перший із них репрезентує зародження лише окремих нових ознак у соціальній еволюції, які вказують на суттєві зміни, що відбуваються в деяких сферах буття соціуму. Наприклад, поява космічної техніки й запуски штучних супутників і космічних кораблів ознаменували початок космічної ери (ми ж не називаємо її «космічним суспільством»).

Якщо ж розглядати зміст терміну «інформаційне суспільство», то він, на наш погляд, репрезентує не окремі нові ознаки суспільства у певний історичний період, а кардинальні **системні** зміни в економіці, політиці, науці, освіті й у всіх інших галузях матеріальної та духовної культури.

Більшість дослідників зазначає, що інформаційна ера в цивілізаційному розвитку людства почалася разом з упровадженням у більшості соціальних сфер персональних комп'ютерів для отримання, переробки, застосування й збереження інформації (Г.Шиллер, М.Кастельс, Н.Луман, Ф.Уебстер тощо). Але вони не називають цей етап «інформаційним» суспільством, оскільки справедливо вважають, що застосування інформаційних технологій у всіх сферах суспільного життя не веде до втілення теоретичної моделі такого суспільства. Зокрема, Ф.Уебстер зазначає, що надто багато тих, кого надихнула інформаційна технологічна революція, хто прийшов у захват від Інтернету, не мислить свого життя без електронної пошти, проживає у віртуальній реальності, «вирішили, що можуть швидко усвідомити соціальні й економічні наслідки, які, на їхню думку, неодмінно настануть: праця буде трансформована, у сфері освіти відбудеться переворот, корпоративні структури переживуть нове народження, демократія буде піддана переоцінці – і все це завдяки інформаційній революції» [2, с.9]. Він застерігає від некритичного ставлення до процесів інформатизації та перебільшення її ролі в сучасних соціальних трансформаціях.

Більше того, висловлюються критичні погляди на взаємну однозначність інформатизації суспільних процесів та інформаційного суспільства. Так, російський учений Дмитро Іванов пише: «Якщо розібратися в теоретичному сенсі розхожого поняття “інформаційне суспільство” й проаналізувати те, що насправді відбувається в суспільстві рубежу століть, то можна дійти парадоксального висновку: впровадження в життя людини так званих “інформаційних технологій” швидше віддаляє нас від того інформаційного суспільства, про яке писали Д.Белл, А.Турен, Е.Тоффлер, П.Дракер, З.Бжезинський, Й.Масуда та ін.» [3, с.356-357]. Він висунув досить вагомі аргументи на підтвердження такого висновку. Насамперед, теоретичне знання в реальному суспільстві не стало його стрижнем, а, відповідно, університет не замінив корпорації. Насправді теоретичне знання, на його переконання, було інкорпороване в процес капіталістичного виробництва: академічна наука обслуговує капітал, стає його невід'ємною частиною. Прогнози теоретиків інформаційного суспільства виявилися неспроможними через те, що автори зазначених прогнозів ототожнювали знання й інформацію. Тому правильніше говорити про настання інформаційної ери (а не інформаційного суспільства), яка справді суттєво змінила **образ культури** людства.

Культура – явище надзвичайно складне, багатоманітне й багатогранне. Воно формувалося впродовж усієї історії людства й кожного народу, набуваючи все нових ознак, вимірів, форм, видів тощо. «Всюди, куди проникає наш погляд, – писав К.Ясперс, – ми бачимо розкиданість людей, багатоманітні спроби до єдності і схильність до неї, яка виникає через взаємне дотикання людей та культур: ми бачимо розвиток, що здійснюється внаслідок нашарування різних культур в ході завоювань, яке нівелює вражаюче за своїми наслідками змішування народів» [4, с.261]. Нашарування різних культур породило, з одного боку, величну світову культуру, яка дала невмирущі моральні, естетичні, релігійні і інші духовні цінності, прийняті всією

світовою спільнотою, а з другого боку – феномен **масової культури**, характерний для періоду, що почався з другої половини ХХ століття. Хоча, якщо сказати точніше, масова культура стала породженням сучасної науково-технічної революції, яка дозволила без зайвого клопоту тиражувати матеріальні й навіть духовні цінності.

Цей феномен досить ретельно досліджувався в 60-80-х роках минулого століття як у зарубіжній, так і у вітчизняній філософії, культурології, соціології, внаслідок чого були виявлені основні його риси. І перш за все було підмічено, що у фундаменті масової культури лежить **стандарт**, якому підкоряються кваліфікація робочої сили, стиль управлінської діяльності, стиль життя людей – тип споживання, дозвілля, відпочинок, мода, спорт і т.д. Стан людини масової культури (або «масової людини») можна виразити словами К.Ясперса: «Людина ніби розчиняється в тому, що повинно бути лише засобом, а не метою, не говорячи вже про сенс... Розширюючи своє існування, вона жертвує своїм **буттям**, у якому вона знаходить себе» [4, с.334-335]. Отже, стандартизація культури веде до нівелювання справжніх її цінностей, оскільки всезагальним постає все «поверхове, мізерне й байдуже» (Ясперс), а саме: одні й ті самі манери, танці, фільми, одяг, модні вирази тощо. На його думку, культури, що склалися історично, відриваються від свого коріння й спрямовуються у світ технічно оснащеної економіки, у порожню інтелектуальність.

На інший аспект масової культури звернула увагу Х.Арендт. Вона зазначає, що її характерною ознакою стає розважальний характер, який веде до вимивання справжньої цінності феноменів високої культури. Масова ж культура тим самим перетворюється на індустрію розваг, яка «стикається з апетитами, що їм позаздрив би й Гаргантюа, а оскільки її продукція зникає у споживчому морі, то вона мусить пропонувати все нові й нові вироби. У цій ситуації ті, хто працює на засоби масової комунікації, копирсаються в усіх запасниках минулої та сучасної культури в сподіванні знайти там придатний для себе матеріал. Цей матеріал, крім того, не може бути запропонований таким, яким він є; його треба переробити для надання йому розважальної форми, він має бути готовим для легкого споживання» [5, с.215]. Отже, масова культура в своїй фундаментальній основі протистоїть культурі в її аутентичному значенні, коли об'єкти культури були призначені для того, щоб будити думку й почуття людей, хвилювати їх.

У сучасній філософській і науковій літературі окреслені такі характерні риси масової культури: висока проникливість, поточність виробництва, орієнтація на масове споживання (спрямоване на пасивне сприйняття), розважальність, комерціалізація, досить коротка тривалість життя продуктів масової культури, повторюваність образів та ідей, експлуатація іміджів і стереотипів, що створюються в її ж сфері, а також орієнтованість на маргінальну свідомість споживачів її продукції [6, с.15]. Формами її вияву виступають сучасний кінематограф, поп- і рокмузика, телебачення, масова художня література, засоби масової комунікації – FM-радіо, мобільний зв'язок, Інтернет-комунікації та комп'ютерні ігри тощо.

Тиражуванням стандартів масової культури у різних сферах суспільного життя займаються сучасні засоби масової інформації й комунікації, для яких є характерними залежність від мас і політико-економічних сил. Наприклад, «для того, щоб знайти збут, преса повинна враховувати інстинкт мільйонів; сенсація, вульгарність, доступна розсудку більшості, відмова від усіх вимог до читача ведуть до зростання тривіальності й грубості» [4, с.364]. Як бачимо, видатний філософ ще в 30-ті роки минулого століття пророчески окреслив сутність духовного стану майбутнього людства, прагнучи застерегти від нього. Проте, як відомо, пророки не потрібні байдужим, маси не чують їх.

Масова культура суттєво відрізняється як від високої елітарної культури, так і від народної, етнонаціональної культури. Як справедливо відмічають С.Б.Кримський і Ю.В.Павленко, цінності масової культури «прийняті всім людством як умови історичної конкурентоздатності народів у нашу епоху, проте не виключають архетипів їх національної самовизначеності та буттєвої укоріненості. Тому загальнолюдське виступає не як базисне, а як надбудовне явище, що виникає на верхніх поверхах здійснення процесів регіонально-етнічної диференціації людства» [7, с.281]. Отже, феномен масової культури не може слугувати засобом подолання суперечностей, що виникають на ґрунті відмінностей етнічних культур.

Разом із тим, масова культура має ту важливу особливість, що вона складає основу сучасного суспільного дискурсу. В ньому має можливість брати участь більшість населення Землі, розгортати громадську дискусію з актуальних загальнопланетарних та регіональних проблем. Така широка дискусія виступає формою «самоконтрольованого процесу навчання» населення, його участі в управлінні суспільством. Можливим це може стати лише за допомогою сучасних ЗМІ і цінностей масової культури [8, с.131-132]. Тобто остання може відігравати позитивну роль у міжкультурному спілкуванні, сприяючи виробленню загальноцивілізаційних стандартів комунікації й уникненню на цій основі міжкультурних конфліктів.

Що ж ріднить інформаційну еру та феномен масової культури? Виходячи з того, що «інформація – це комунікація, операція трансляції символів, яка спонукає до дії» [3, с.361], а масова культура зв'язана з масовим тиражуванням певної інформації, стає зрозумілим, що запровадження інформаційно-комунікаційних технологій сприяє поширенню феноменів масової культури.

Однією з нових тенденцій масової культури, що виникає в інформаційну еру, є **віртуалізація** її продукції як прагнення до симулятивності та створення множини образів. Головну роль тут відіграє, звичайно, Інтернет як наймогутніший медіа-засіб, який прагне поглинути всі інші засоби масової комунікації. Він виявляється не лише джерелом інформації в режимі on-line, а й засобом тиражування та колажування

культурних символів, розміщених у ньому. При цьому заручниками Інтернет-продукції стають не лише пересічні його користувачі, а й її творці, оскільки вони весь час мають справу з ерзацкультурою. З розповсюдженням Інтернет-мережі у світі посилюється масовізація людини, її «одномірність» (Г.Маркузе). На очах одного покоління під впливом розвитку інформатики й інформаційних технологій формується ще один вид масової культури – відеокультура, яка породжує нові види розваг: відеоігри, музичні й художні інтерактивні програми, телевізійні шоу, конкурси тощо. Вони не вимагають значних зусиль думки і чуттєво-емоційних переживань.

Разом із комп'ютеризацією й віртуалізацією масової культури відбуваються кардинальні зміни і в сфері міжкультурної комунікації. Свобода комунікацій у мережі Інтернет породжує ілюзію здійснення на новій технологічній основі ідеалів свободи, рівності й братерства. Проте «нові свободи... супроводжуються виникненням нових нерівностей, які викликаються перерозподілом благ між учасниками й аутсайдерами створення та конкуренції образів – торговельних марок, корпоративного стилю, політичних іміджів, наукових сенсацій... Віртуальна імперія – принципово нова форма політичної інтеграції й мобілізації економічних ресурсів... Розсування її кордонів – це залучення все більшої кількості образів та комунікацій (масових і міжіндивідуальних) у консолідований процес створення й трансляції економічно, політично та культурно привабливих і впливових образів» [3, с.415]. Віртуальна імперія захоплює й культурний простір, простір міжетнічного спілкування, який теж в інформаційну еру виглядає як неоднорідний стосовно до можливостей використання інформаційних технологій технічно розвиненими та економічно бідними етнокультурними спільнотами.

Проте не можна змальовувати роль нових видів масової культури лише темними фарбами. Поширення Інтернет-комунікації має немало позитивних моментів. Зокрема, йдеться про можливість представлення комп'ютером потрібної користувачеві інформації у зручному для сприйняття вигляді: графічного чи зорового. Сучасна молодь, яка вміє працювати з комп'ютером, здатна прочитувати за день кілька книжок із значним обсягом сторінок (до 300). З другого боку, комп'ютерна комунікація дає змогу ефективніше й швидше не лише обробляти інформацію, й зберігати її через процедуру архівування. На цій підставі деякі дослідники прогнозують з часом повну заміну паперової продукції електронною її версією. Архівні матеріали, рідкісні книги, перенесені на лазерні диски, за допомогою використання супутникового зв'язку, Інтернету, телефаксів стають загальнодоступними. До позитивних тенденцій у розвитку комп'ютерних технологій можна віднести й додаткові можливості для створення нових видів музики. Зокрема, музичні синтезатори відтворюють інструменти оркестру і збагачують звукову гамму. У деяких випадках комп'ютерні програми дозволяли спростити оркестрування мелодій, синтезувати нові звуки тощо.

Інформаційні технології певною мірою сприяють і відродженню високої культури, оскільки дозволяють долучитися багатомільйонній аудиторії до взірців високої класики. Адже не так багато людей у світі мають реальну можливість відвідати провідні музеї, картинні галереї, здійснити туристичні поїздки до різних країн. Комп'ютерні мережі дозволяють усім бажаючим познайомитися зі скарбницями світової культури. Віртуальний простір містить інформаційний еквівалент речей і процесів, він дає змогу користувачеві відчути, ніби він має справу із фізичною реальністю. Тобто віртуальний простір формує сучасну форму субкультури, неодмінною складовою якої є засоби масової комунікації, які ґрунтуються на інформаційних технологіях.

М.М.Моїсеєв розглядає й інші позитивні можливості застосування інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема для подолання міжкультурних суперечностей. Він вважає, що цього можна досягти через створення Колективного Загальнопланетарного Розуму або Інтелекту, під яким розуміє «систему, що поєднує людей інформаційними зв'язками, систему, завдяки якій окремим особам стають доступними і загальні знання, й можливість конкретним «індивідуальним розумам» робити внесок у загальне уявлення про навколишній світ» [3, с.440]. Це, на думку вченого, допоможе об'єднати людей на планеті, сприятиме формуванню загальнолюдського менталітету.

Він вважає, що неминучий перехід до інформаційного суспільства приведе до неминучого синтезу цивілізацій Сходу й Заходу. І хоча ці цивілізації є дуже різними, але вони потрібні одна одній, доповнюють одна одну. На його думку, «такий синтез не буде нести уніфікації – він збереже багатобарвність цивілізаційної палітри. Тільки об'єднання культур Сходу і Заходу дасть ту різноманітність, без якої важко очікувати, що планетарне співтовариство знайде потрібну стратегію виживання» [3, с.446]. А П.Козловський вважає, що «культура... забезпечує впровадження нової техніки і її суспільне визнання, сприяє міжнародному обміну та взаєморозумінню» [9, с.217]. Це прямо стосується й упровадження сучасної інформаційної техніки, що веде до формування інформаційної культури, яка має масовий характер.

Проте масовість інформаційної культури має ті вади, що веде до спрощення мови через використання баз даних та інших електронно-опосередкованих комунікацій. Окрім того, є небезпека, що розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій створить можливості для виникнення такого виду культурної сегрегації, при якому в найбільш розвинутих інформаційних суспільствах буде концентруватися й продукуватися вся чи майже вся інформаційна продукція [10, с.36]. Тобто задоволення культурних потреб представників менш розвинутих в інформаційно-комунікаційному відношенні суспільств буде визначатися не ними самими, а залежатиме від доброї волі носіїв і хранителів культурної інформації. Це може призвести не лише до «глобальної цифрової нерівності» (М.Кастельс), а й до культурної нерівності суспільств, а в кінцевому підсумку – до формування інформаційних колоній.

Висновки

Масова культура як феномен суспільства споживання відтворює інтенцію останнього на отримання задоволення – чи то від перегляду блокбастера, чи від відвідування модних магазину й кафе, чи від споглядання реклами, що манить придбанням нових товарів і, як наслідок, теж приносить задоволення. В умовах же інформаційної ери масова культура набуває нових ознак: вона перетворюється на систему символів і знаків, що тиражуються з небаченою раніше швидкістю та використовуються вправними диригентами як засоби маніпуляції масовою свідомістю. Сама масова культура перетворюється на знакову систему – модних брендів одягу, автомобілів, годинників, мобільних телефонів, музики, фільмів, книг тощо. Самі знаки виявляються не стільки відображенням реальності, скільки її викривленням, а отже, є «симулякрами» (Ж.Бодрійяр) реальності.

На наш погляд, сучасний етап функціонування масової культури посилює розрив між поколіннями, оскільки молодь більше схильна до сприйняття «картинок», образів, що замішують собою дійсні речі, аніж до роботи інтелекту. І в цьому теж криється турбота про отримання задоволення. Це не добре й не погано. Це характеристика суспільства в ситуації нестабільності, мозаїчності, розмитості культурних смислів, загалом багатозначності. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у процесі функціонування феноменів масової культури суттєво поглиблює їх невизначеність, ризоморфність, символічний характер. Певною мірою стан масової культури репрезентує стан суспільства в ситуації постмодерну. І хоча масова культура є неоднорідною (в ній культурологи виділяють кіч-культуру, мід-культуру та арт-культуру), все ж вона орієнтована на гомогенну аудиторію і спирається на емоційно-чуттєве, ірраціональне, колективне у сприйнятті дійсності.

Список літератури

1. *Дротянко Л.Г.* Концепції інформаційного суспільства та культури постмодерну: компаративний аналіз // Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія: Зб. наук. праць. – 2006. – № 2(4). – С.5-12.
2. *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
3. *Информационное общество.* – М.: АСТ, 2004. – 507с.
4. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории. – М.: Республика, 1994. – 527 с.
5. *Арендт Х.* Між минулим і майбутнім. – К.: Дух і літера, 2002. – 321 с.
6. *Савельева И.Г.* Массовая и популярная культура в современном обществе: коммуникационный аспект. Автореф. дисс... канд. социол. наук. – Казань, 2000. – 18 с.
7. *Кримський С.Б., Павленко Ю.В.* Цивілізаційний розвиток людства. – К.: Фенікс, 2007. – 316 с.
8. *Полякова Н.Л.* XX век в социологических теориях общества. – М.: Логос, 2004. – 384 с.
9. *Козловски П.* Культура постмодерна. – М.: Культура, 1997. – 240 с.
10. *Алексеева И.Ю.* Интернет и проблема субъекта // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. – М.: ИФРАН, 2004. – С.24-72.