

УДК 141.4:316.324.8

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v051.2024.24>**О. О. Штепа**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0500-3000>кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософіїПолтавського національного педагогічного
університету імені В.Г. Короленка**Н. О. Зінченко**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3247-3836>кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії та суспільних наук

Полтавського державного медичного університету

С. В. КоваленкоORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5622-6357>викладач циклової комісії гуманітарної підготовки,
спеціаліст вищої категорії

Відокремленого структурного підрозділу

«Полтавський фаховий коледж нафти і газу
Національного університету «Полтавська
політехніка імені Юрія Кондратюка»

МАСОВА КУЛЬТУРА ЯК РЕЗУЛЬТАТ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

Постановка проблеми. Масова культура – це складний соціальний феномен ХХ століття, що являє собою особливий тип виробництва та споживання культурних цінностей, притаманний масовому суспільству. Передумовами виникнення масової культури стали, по-перше, демократизація культури, тобто широке залучення індивідів до споживання культурних продуктів. По-друге, індустріалізація, яка створила масове виробництво та, відповідно, масове споживання, урбанізація як процес зосередження населення та економічного життя у містах. І, нарешті, масовізація як процес активного включення мас в життєдіяльність суспільства.

Але остаточне оформлення та широкомасштабне поширення даного типу культури пов'язано з НТР, що ознаменувало собою якісні зміни в галузі науки і техніки, а також інтенсивним розвитком ЗМІ та ускладненням інформаційного простору, що призвело до появи нових способів зберігання та трансляції інформації, і, відповідно, можливості широкого тиражування продуктів культури. Таким чином, масова культура виступає своєрідним результатом становлення інформаційного суспільства. Даній проблемі і присвячено наше дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі різних аспектів розвитку культури в умовах інформаційного суспільства присвячено значну кількість досліджень. Виклад основного

матеріалу. Соціокультурний контекст переходу до інформаційного суспільства відображений у зарубіжних дослідженнях, пов'язаних з розвитком споживчого суспільства та масової культури (Б. Барбер, Р. Белла, З. Бжезінський, Ж. Бодрійяр, К. Гелбрейт, Л. Мамфорд, С. Р. Міллс, Р. Надер, Р. Патнем, Д. Райзман, С. Шапіро). Феномен культури глибоко досліджено у працях М. Ісермана, М. Казіна, Дж. Каміна, Т. Розака, Р. Рорті тощо. Процеси трансформації соціокультурного середовища сучасності (зміна уявлень про простір і час, ціннісні трансформації, міфотворчість, формування семіосфери інформаційного суспільства) знайшли відображення в роботах С. Джонса, Р. Інглехарта, М. Крокер, П. Леві, С. Лема, М. Маклюєна, В. Моско, Г. Рейнголда, П. Рея, Р. Сільверстоуна, Е. Тоффлера, У. Еко, Р. Флориди тощо.

Глибоке та всебічне осмислення специфіка інтелектуальної діяльності в інформаційному суспільстві з точки зору соціальної філософії та філософії культури отримує в дослідженнях зарубіжних дослідників (Р. Аппіньянезі, Ж. Бодрійяра, К. Боулдінга, А. Вудса, К. Герретта, Г. Дебора, Ф. Джейм, А. Дренсона, С. Зонтаг, У. Еко, Р. Карсон, М. Кулена, С. Манна, А. Наесс, Т. Рей, С. Сіма, Дж. Сторі, Дж. Сешинс, Н. Вотсона, Д. Харавей, Т. Шаніна, Ф. Фукуямі, М.М. Еппштейна). Специфіка естетичної діяльності у масмедійному та інформаційному суспільстві

відображена у роботах Р. Аппіньянєзі, В. Беньяміна, Г. Дебора, О. Грау, К. Герретта, Ф. Кітлера, П. Леві, Г. Леонарда, Д. Льюїса, Л. Мановича, М. Маклюєна, У. Мітчелла, У. Еко, Дж. Сектон, Ст. Собчека, М.М. Епштейна. Починаючи з 80-х років. XX ст. у зв'язку з початком активного використання інформаційних технологій як засоба комунікації увагу вчених привертають питання, пов'язані з комунікативною культурою інформаційного суспільства. Ця проблематика досліджується у роботах С. Бігела, Ф. Діка, Д. Подольні, До. Пейдж, М. Кастельса, Дж. Лалла, Л. Лесіга, Дж. Ліклайдера Д. Морлі, Р. Тейлора, Т. Еріксена та ін.

Мета статті – здійснити соціально-філософський аналіз масової культури в контексті становлення інформаційного суспільства з метою показати суть та значення даної філософської та культурологічної категорії у процесі формування нових ціннісних та світоглядних орієнтирів.

Виклад основного матеріалу. У нашому дослідженні ми будемо виходити з того, що інформаційне суспільство – це суспільство, в якому виробництво, використання та споживання інформації стає визначальним способом діяльності в усіх сферах життя. Варто наголосити, що це не просто модний термін, а скоріше нова історична фаза розвитку людства, де інформація і знання набувають центральної ролі. Можна виокремити такі ключові характеристики інформаційного суспільства:

1. Інформація як основний ресурс. Інформація стає ціннішим ресурсом, ніж матеріальні блага.

2. Розвиток технологій. Швидкий розвиток комп'ютерів, інтернету та інших інформаційних технологій.

3. Глобалізація. Зникнення кордонів між країнами завдяки розвитку комунікацій.

4. Зміна характеру роботи. Перехід від фізичної праці до інтелектуальної, зростання ролі творчості та інновацій.

5. Нові форми спілкування. Соціальні мережі, онлайн-спільноти, віртуальна реальність змінюють способи взаємодії людей.

Глобалізація як соціокультурний процес суспільної інтеграції та удосконалення інформаційно-комунікативної мережі мала наслідком включення пересічної особистості у загальносвітовий інформаційний простір. Це розширило культурні можливості відтворення зовнішньої об'єктивної дійсності та призвело до збагачення світосприйняття, елементами, які не входили у безпосереднє сенсорне поле людини. Підґрунтям індивідуальної картини світу особистості у інформаційному суспільстві є досвід колективного суб'єкта соціальних відносин: знання, які не належать особистості, проте впроваджені у її повсякденну життєдіяльність [5, с. 8].

Л. Дротянко доречно відзначає, що процеси становлення інформаційного суспільства, які спостерігаються в більшості регіонів Європи, Америки й Азії, вимагають відповідної теоретичної підготовки фахівців у різних соціальних практиках на основі застосування інформаційно-комп'ютерних технологій. Цьому, на думку авторки, може сприяти: по-перше, гармонійне поєднання фундаментальних і прикладних наукових дисциплін у навчальному процесі університетів; по-друге, справжнє поєднання академічної й університетської науки через виконання спільних наукових програм, запрошення для викладання провідних вчених з Академії наук; по-третє, змістовна, а не формальна, адаптація системи вищої освіти України до передового досвіду діяльності університетів, перш за все Європи; більш сміливе впровадження новітніх інформаційних технологій у навчальний процес [3, с. 8].

«Інформаційне суспільство», як слушно зауважує В. Муравйов, знаходиться в процесі трансформації і незалежно від того чи буде в результаті утворено новий тип суспільства чи ні, однозначно змінюватимуться соціально-економічні парадигми. Враховуючи силу та вплив дизруптивних змін четвертої промислової революції, автор виокремлює ключові рівні формування соціально-економічної концепції майбутнього «Інформаційного суспільства» – це доступність та транспарентність інформації, знань та технологій. На кожному із вказаних рівнів утворюватиметься своя екосистема. Для рівня Інформації екосистема вже існує у вигляді всесвітньої мережі. Для рівня Знань можна спостерігати лише окреслення контурів майбутньої екосистеми, адже система здобуття знань змінюється під впливом доступності та транспарентності інформації та технологій. Для рівня Технологій зараз можна лише спостерігати спроби формування критеріїв екосистеми, однозначно можна сказати, що це повинна бути екосистема, здатна ефективно асимілювати інновації у всі сфери суспільства [8, с. 101].

Розвиток інформаційного суспільства в нашій державі має свою специфіку. Як відзначає В. Політанський, національна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні направлена на: перехід до пріоритетного науково-технічного та інноваційного розвитку та законодавчого забезпечення еволюції інформаційного суспільства через створення цілісної системи законодавства, гармонізованого з нормами міжнародного права з питань розвитку інформаційного суспільства; розвиток загальнодоступної інформаційної інфраструктури; забезпечення повсюдного доступу до телекомунікаційних послуг та інформаційних ресурсів; створення загальнодоступних електронних інформаційних ресурсів; створення системи мотивацій щодо впровадження і використання

інформаційно-комунікаційних технологій; підвищення ефективності культури і науки в інформаційному суспільстві; вдосконалення нормативно-правової бази щодо захисту інформаційних ресурсів, протидії комп'ютерній злочинності, захисту персональних даних, а також правоохоронну діяльність в інформаційній сфері [9, с. 17].

Одним із наслідків процесу становлення інформаційного суспільства є поява так званої «масової культури» як специфічного елементу загальнолюдської «великої» культури. Відносно семантики, то нині існує велика кількість визначень поняття «культури». Зазвичай досить поширеними є такі інтерпретації культури: створення людиною «другої природи»; спосіб цілеспрямованої діяльності індивіда; формування цінностей та ідеалів; універсальних символічних форм людського буття як проявів самої особистості й ін. Більшість вчених розглядає її як історично зумовлений рівень розвитку суспільства, творчих сил та здібностей людини, що проявляється у зразках організації життя та діяльності людей, у їхніх стосунках та створених ними матеріальних і духовних цінностях [2, с. 17].

Культура має у своїй структурі соціальні норми та настанови, духовні цінності, сукупність відносин людей до природи, між собою і до самої себе. Вона визначає особливості свідомості і поведінки, діяльності людей, праці, мови, фіксується як спосіб життєдіяльності окремого індивіда, соціальної групи чи всього суспільства в цілому. Як спосіб організації суспільного, групового та індивідуального життя вона створює можливість найрізноманітніших вирішень людських проблем, пристосування до умов соціального часу і простору. Відповідно існує функціональна специфіка культури як ціннісної складової частини сталості суспільного буття [2, с. 17].

Специфіка масової культури проявляється в цілій низці її суттєвих ознак. Масова культура розрахована на «усереднений» рівень розвитку масового споживача, сформований за допомогою культивування її ж стереотипів. Постмодерне концептуальне бачення культури, на думку М. Дружинця, заслуговує особливої уваги, оскільки, в першу чергу, пропонується альтернативний погляд на істотні характеристики масової культури. Постмодерні концептуальні підходи вводять принципово нові параметри дихотомії «елітарне» – «масове». Сучасний суспільний плюралістичний проект розмиває грань між масовою та елітарною культурою, відповідно, процеси дифузії виявляються у всіх компонентах культури – елітарному, масовому і народному. При цьому сама масова культура починає сприйматися не стільки розважальною та комерційною, скільки повноправною складовою сучасної культури [4, с. 282-283].

Масова культура характеризується динамізмом, оскільки оперативно реагує на зміну соціальної реальності та потреби ринку з його швидкоплинними запитами. Через це масова культура є гнучкою і відкритою системою, здатною до самооновлення та самовдосконалення шляхом перетворення унікальних цінностей інших культур на предмети масового споживання. Продукти масової культури носять серійний та стандартизований характер, оскільки процес їх створення здійснюється за аналогією до поточно-конвеєрного виробництва (культурна промисловість).

Масова культура орієнтована на примітивізацію, тобто спрощення уявлень про світ, про себе, вульгаризацію культурних смислів і мови їхнього вираження. Масова культура здійснює експлуатацію простоти та цікавості, культивування насильства та посередності. Вона проявляється як специфічний засіб сприйняття навколишньої дійсності та інструмент пристосування до умов індустріального та постіндустріального світу, що формується в умовах технологічно розвиненого масового суспільства, як явище, що характеризується специфікою виробництва, тиражування і трансляції культурної продукції у сучасних соціокультурних реаліях. Масова культура має свою специфічну знакову систему та формує власну символічну надбудову над звичною реальністю, часом симулякр, який навіть може сприйматися суспільством мас справжнім замінником дійсного буття [4, с. 287].

Масова культура має комерційний характер, оскільки її продукти стають досить вигідним товаром, а сама культура стає системою формування споживчої ідеології та споживчої свідомості реципієнта (глядача, слухача, читача). Вона не лише задовольняє споживчий попит, але здійснює його організацію. Масова культура виконує різноманітні функції, які визначають її місце та роль у соціумі. Масова культура поступово стає домінуючим типом культури в нашому суспільстві, вона дуже швидко розширює територію свого впливу, пригнічуючи етнічну культуру. Така культура має високий рівень пристосовуваності, спирається на вплив засобів масової комунікації. Масова культура останні кілька десятиліть стала культурою мільйонів. Люди впевнені, що залучення до світу маскульту і є залученням до світу культури, що опанувати світову культурну спадщину можливо, коли ти читаєш журнали у глянцевих обкладинках, відвідуєш презентації або тусовки музичної, театральної та кінематографічної богемі.

Стосовно способу виробництва та функціонування сучасна масова культура стає продуктом не художньо-естетичної творчості, а технічного виробництва, яке відноситься лише до сфери знань і технологій, а не душі та людських цінностей. Художньо-естетичний бік масової куль-

тури припиняє бути її сутнісною ознакою, вона стає лише додатковою, надаючи їй «товарного вигляду» та забезпечуючи попит на ринку. Фактично масова культура не виконує тих завдань і функцій, які зазвичай пов'язують з поняттям «культура» і гіпертрофує компенсаційно-розважальну та, у вузькому значенні, соціальну функцію [1, с. 101].

Крім того, варто мати на увазі, що коли велике значення надається засобам масової комунікації, які перетворюються на основне джерело інформації для переважної більшості людей, виникає особливий соціальний тип особистості з «розщепленою» свідомістю. У таких людей спотворено світогляд, деформована шкала цінностей. Такі люди вивчають навколишній простір здебільшого випадково, шляхом спроб та помилок. Можна стверджувати, що всі знання такої людини визначаються статистично. Індивід черпає знання з повсякденного життя, з газет, з відомостей, здобутих в умовах необхідності. Коли він накопичить певний багаж інформації, то виявить приховані у ній зв'язки. Людина проходить шлях від одного випадку до іншого, але часом це випадкове виявляється суттєвим. Цей індивід має культуру іншого типу, яка проявляється під впливом хаотичного потоку повідомлень. Такий потік «заливає» людину з великої кількості джерел інформації. Всесвіт знання в «мозаїчній» культурі швидше схожий на волокнистий матеріал. Пізнання у людини складаються з окремих фрагментів розрізної інформації, пов'язаними простими, часто випадковими співвідношеннями ідей.

Висновки. У сучасному світі інформаційні технології вкотре досягають нових висот, змінюючи не лише нашу реальність, а й наше сприйняття світу. Ця епоха інформаційного суспільства породжує нові виклики, в тому числі у царині масової культури. Масова культура, як впливає із самого терміну, включає в себе культурні продукти, які створюються, споживаються та розповсюджуються за допомогою масових комунікаційних засобів. З появою Інтернету та соціальних мереж цей процес розгортається на новому рівні. Користувачі мають необмежений доступ до інформації та культурних продуктів з усього світу лише за кілька кліків. Інформаційне суспільство активно сприяє поширенню масової культури через різноманітні платформи, такі як YouTube, Netflix, Spotify та інші. Люди можуть вільно обирати, що дивитися, слухати або читати, що відкриває нові можливості для творців контенту та споживачів. Однак, разом з цими можливостями приходять і виклики. Завдяки плагіату та поширенню фейків дуже важко забезпечити якість та достовірність культурних продуктів. Також велика кількість інформації може призвести до інформаційного перенасичення, що ускладнює процес

вибору та сприйняття. У підсумку, інформаційне суспільство та масова культура нерозривно пов'язані і взаємодіють між собою, формуючи сучасний культурний ландшафт.

Література

1. Власова А. Масова культура: сучасні аспекти дослідження. *Вісник НАКККіМ*. 2014. № 2. С. 97–102.
2. Возняк С., Костюк Т. Культура як соціальне явище: аксіологічний вимір. *Соціологічні студії*. 2012. № 1. С. 16–21.
3. Дротянко Л. Інформаційне суспільство і сучасний університет. *Вісник Національного авіаційного університету*. Серія: Філософія. Культурологія. 2007. № 2 (6). С. 5–8.
4. Дружинець М. Масова культура: підходи до вивчення та напрямки теоретичного осмислення. *АРТ платформ*. 2020. Вип. 1. С. 277–292.
5. Кириченко В.В. Інформаційне суспільство: еволюція явища та глобалізаційна трансформація суспільного світосприйняття. *Теорія і практика сучасної психології*. №2. 2018. С. 22–26.
6. Лютий Т. Масова і популярна культура: проблема демаркації. *Наукові записки НаУКМА*. Філософія та релігієзнавство. 2019. том 3. С. 85–99.
7. Мітчук О., Горбенко Г. Сучасне інформаційне суспільство та сучасний період журналістики. *Образ*. 2024. Вип. 1 (44). С. 150–157.
8. Муравйов В. Інформаційне суспільство: трансформація від індустрії знань до цифровізації. *Науковий вісник Ужгородського Університету*. 2019. Серія Економіка. Вип.1 (53). С. 39–47.
9. Політанський В. Інформаційне суспільство в Україні: від зародження до сьогодення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія Право. 2017. Вип. 42. С. 16–22.
10. Українська художня культура в умовах інформаційного суспільства: НАН України, ІМФЕ ім. М.Т. Рильського. Київ, 2019. 476 с.

Анотація

Штепа О. О., Зінченко Н. О., Коваленко С. В. Масова культура як результат становлення інформаційного суспільства: соціально-філософський аналіз. – Стаття.

Автори статті визначили, що масова культура – це складний соціальний феномен ХХ століття, що являє собою особливий тип виробництва та споживання культурних цінностей, притаманний масовому суспільству. Передумовами виникнення масової культури стали, по-перше, демократизація культури, тобто широке залучення індивідів до споживання культурних продуктів. По-друге, індустріалізація, яка створила масове виробництво та, відповідно, масове споживання, урбанізація як процес зосередження населення та економічного життя у містах. Специфіка масової культури проявляється в цілій низці її суттєвих ознак. Масова культура розрахована на «усереднений» рівень розвитку масового споживача, сформований за допомогою культивування її ж стереотипів. Масова культура характеризується динамізмом, оскільки оперативно реагує на зміну соціальної реальності та потреби

ринку з його швидкоплинними запитами. Через це масова культура є гнучкою і відкритою системою, здатною до самооновлення та самовдосконалення шляхом перетворення унікальних цінностей інших культур на предмети масового споживання. Продукти масової культури носять серійний та стандартизований характер, оскільки процес їх створення здійснюється за аналогією до поточно-конвеєрного виробництва (культурна промисловість). Масова культура орієнтована на примітивізацію, тобто спрощення уявлень про світ, про себе, вульгаризацію культурних смислів і мови їхнього вираження. Масова культура здійснює експлуатацію простоти та цікавості, культивування насильства та посередності. Вона проявляється як специфічний засіб сприйняття навколишньої дійсності та інструмент пристосування до умов індустріального та постіндустріального світу, що формується в умовах технологічно розвинутого масового суспільства, як явище, що характеризується специфікою виробництва, тиражування і трансляції культурної продукції у сучасних соціокультурних реаліях.

Ключові слова: масова культура, інформаційне суспільство, соціально-філософський аналіз, людина, технічний прогрес, комерціалізація, вульгаризація, медіа, масові комунікації, науково-технічна революція, культурний продукт, споживач.

Summary

Shtepa O. O., Zinchenko N. O., Kovalenko S. V. Mass culture as a result of the formation of information society: socio-philosophical analysis. – Article.

The authors of the article noted that mass culture is a complex social phenomenon of the 20th century, which is a special type of generation and the creation of cultural values attached to mass supremacy. The main reason behind the rise of mass culture was, first of all,

the democratization of culture, so that individuals could become more widely involved in the production of cultural products. In other words, industrialization, which created mass production and, apparently, mass proliferation, urbanization as a process of concentrating the population and economical living in places. The specificity of mass culture is manifested in a whole range of its essential signs. Mass culture is protected for the «average» development of mass culture, formations for the additional cultivation of stereotypes. Mass culture is characterized by dynamism, which promptly responds to changes in social reality and consumes the market with its rapid inputs. Through mass culture there is a dense and open system, created before self-reinvention and a self-refined way of transforming the unique values of other cultures into objects of mass production. Mass culture products are of a serial and standardization nature, since the process of their creation proceeds analogously to the flow-conveyor production (cultural industry). Mass culture is oriented toward primitiveness, a simplified expression of the world, about oneself, the vulgarization of cultural meanings and expressions of language. Mass culture involves the exploitation of simplicity and brutality, the cultivation of violence and mediocrity. It manifests itself as a specific purpose for the application of extreme efficiency and a tool for reaching the minds of the industrial and post-industrial world, which is being formed in the minds of a technologically advanced mass supremacy, as a phenomenon, which is characterized by the specificity of production, circulation and transmission of cultural products in current sociocultural realities.

Key words: mass culture, information society, social and philosophical analysis, people, technological progress, commercialization, vulgarization, media, mass communications, scientific and technical revolution, cultural product, companion.