


УДК 316.77

Наталя МАСІ,
старший викладач кафедри
документознавства та інформаційної діяльності
Одеського національного політехнічного
університету

ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОМУНІКАЦІЙНА КУЛЬТУРА МОЛОДІ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА» (за дисертаційним дослідженням)

У статті розглянуто розвиток молодіжної культури як соціокультурного явища сучасного суспільства: показано культуротворчу функцію віртуальних комунікацій, яка реалізується за допомогою специфічних соціально-комунікативних практик, що спираються на потенціал сучасних засобів комунікації і виступають фактором глобальних культурних змін.

Ключові слова: молодіжна культура, комунікації, субкультура, гра, інформаційна культура.

В статье рассмотрено развитие молодежной культуры как социокультурного явления современного общества: показано культурообразующую функцию виртуальных коммуникаций, которая реализуется с помощью специфических социально-коммуникативных практик, опирающихся на потенциал современных средств коммуникации и выступающих фактором глобальных культурных изменений.

Ключевые слова: молодежная культура, коммуникации, субкультура, игра, информационная культура.

The article deals with the development of youth culture as a social and cultural phenomenon of modern society: shown kulturotvorcheskoy virtual communications function, which is implemented by specific socio-communicative practices, based on the potential of modern means of communication as the factor of global cultural change.

Key words: youth culture, communication, subculture, game, information culture.

Постановка проблеми. Інформаційна цивілізація рубежу ХХ-ХХІ століть започаткувала радикальне перетворення соціокультурного простору, формуючи так звану інформаційну культуру. Це запозичене від соціальних характеристик поняття виявилось досить багатограним і готовим до використання у численних значеннях.

Могутній розвиток інформаційних технологій визначив базові зміни у формах комунікації, насамперед, за рахунок їх глобальної віртуалізації, у результаті якої, в простір віртуальних мереж переходять багато видів професійної і соціально-

культурної діяльності. Саме за допомогою віртуальних комунікацій здійснюється сьогодні управління суспільством; вони стають найважливішим інструментом реалізації влади в суспільстві.

Інтерактивні комунікації поміняли світ повсякденності, розширили можливості соціалізації, ускладнили механізми формування ідентичності і конструювання моделей суб'єктивності. Розробка нового покоління комп'ютерів і нових принципів програмування, дозволяє сучасній людині не тільки зануритися в процес освоєння віртуальної реальності, але й фізично ви-



пробувати на собі зміни, що відбуваються під її впливом. Прорив у нову реальність породжує нові проблеми, значеннєвим ядром яких стають норми і принципи адаптації людського мислення до умов штучно створених і технічно обладнаних середовищ існування.

У культурі нового суспільства, яке формується під впливом його інформатизації, відбуваються складні процеси, пов'язані з переходом культури масового споживання до вимогливого в культурних відносинах індивідуального користування, перенесення престижу з матеріальних оцінок споживаних цінностей у бік символічних культурних якостей. Якісні зміни в культурі інформаційного світу підвищують її роль у розвитку і функціонуванні суспільства.

В цьому процесі особливе місце належить молодіжній культурі як специфічному, характерному тільки для певної соціальної групи, стилю поведінки, спілкування, проведення дозвілля, уявлень про світ, які втілюються в особливому молодіжному способі життя. Молодіжна культура є культурою, характерною для способу мислення і дії в молодіжному середовищі. Іншими словами, молодіжна культура - це система цінностей і знань молодих людей, пов'язаних з певним статусним положенням у системі соціокультурного відтворення. Вона формується як результат складної системи взаємодії різноманітних молодіжних субкультур, контркультур, соціокультурних гомогенних середовищ, які розповсюджені в їх середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для людської цивілізації молодіжна культура часто стає «полігоном» успіхів у суспільстві, джерелом адаптації, дає почуття впевненості і задоволення від перебування в колі друзів, собі подібних, сприяє формуванню позитивної чи негативної самооцінки. Спілкування з однолітками в молоді надзвичайно важливе для особистісного самоствердження. Оскільки авторитет дорослих знижується, виникає посилене бажання знайти місце серед однолітків. Період життя молодих людей, протягом якого вони є носіями молодіжної субкультури, починається в старших класах школи і продовжується, як правило, до створення власної сім'ї. Протягом цього періоду молодіжні субкультури

вносять в одноманітне життя підлітка веселощі, сильні емоції, «переживання» життя. Отже, молодіжна культура формується в молодіжному середовищі для задоволення не тільки потреби в самореалізації її носіїв, але і для проведення дозвілля [2].

Молодіжні субкультурні утворення створюються самими молодими людьми для молодих, тобто для себе, а тому вони покликані відповідати тим їх потребам і інтересам, що актуальні саме для них і саме в цей час. Вхідження молоді людини в те чи інше молодіжне субкультурне утворення означає прийняття нею його норм, цінностей, світосприймання, манер, стилю життя, а також зовнішніх атрибутів приналежності до даного утворення, якими є зачіска, одяг, жаргон, прикраси тощо. Значимі для тієї чи іншої молодіжної субкультури чи контркультури ідеї і цінності одержують зовнішнє вираження в обов'язковій для її членів символіці групи: за допомогою її молодь розпізнає «своїх»; виділяє «своїх» серед «чужих»; працює на об'єднання і зімкнення групи; дозволяє молоді демонструвати і відстоювати свою позицію в соціальному середовищі [5].

Прагнучи сформувати чи зберегти власне «Я» у світі масової культури, молодь має потребу в альтернативному світі собі подібних. Хоча цей світ і виявляється тимчасовим, але він дуже значимий для неї, оскільки в ньому можна відгукуватися на позитивну чи негативну реакцію на свої вчинки, слова, починання. Це, а також багато чого іншого привносить у життя молоді участь у субкультурних утвореннях, у результаті чого в розвинутих суспільствах вона здобуває можливість, найчастіше - в ігровій формі, одержувати те, чого позбавлена в повсякденному житті; готуватися до вступу у доросле життя.

Одним з найважливіших факторів виникнення субкультурних утворень виступає ігрова природа людини, що особливо яскраво виявляється в дитячому, підлітковому і молодіжному віці. Гра - це форма прояву і утвердження суб'єктивності, спосіб самозахисту індивідуальності. При цьому, щодо гри, інформаційно-комунікативне середовище припускає технологію інформаційної взаємодії, що за допомогою сучасних операційних засобів мультимедіа ство-

рує ілюзію безпосередньої присутності в «екранному» світі. Така віртуальна реальність у деякому сенсі – синтез техніки і людської уяви. Її вплив на людину, її психіку, людське суспільство в цілому і його культуру важко переоцінити. Вже зараз воно активно освоюється молодими людьми, що іменують себе геймерами (від англ. game – гра), хакерами, кіберпанками. Сучасні комп'ютерні ігри все досконаліше імітують реальність. Хоча події, що відбуваються в грі, безумовно є менш «дійсними», ніж ті, які можна спостерігати на телеекрані, однак той факт, що гравець безпосередньо бере участь у цих подіях, створює набагато більш могутній ефект занурення у віртуальний світ. Крім того, дослідження показали, що, будучи не зовсім сьогоденням і залишаючи простір для фантазії, такий світ часто стає більш привабливим, ніж коли він є фотографічною копією реальної дійсності. На сьогоднішній день найбільшою популярністю користуються ігри, у яких людина спостерігає за тим, що відбувається немов би очима свого персонажа [1], [3].

Молоді гравці організовані за принципом клубу. Тим самим починає формуватися ігрове співтовариство. Соціальна спільнота геймерів є формою гомогенного соціокультурного середовища, що вперше в історії людства носить глобальний, наднаціональний, надкласовий і надполітичний характер. Це пов'язано з природою гри, тому що взаємозалежні в глобальній мережі комп'ютери забезпечують можливість участі безлічі зацікавлених гравців без будь-яких географічних обмежень. Руйнуючи звичні життєві стереотипи, ігрова поведінка, в той же час, компенсує дійсність, створюючи нову культурну реальність – нові змісти, цінності, міфи, ролі, відносини. Така реальність, як ми вже показали, надзвичайно співзвучна інформаційно-комунікаційному середовищу, яке створюється за допомогою новітніх засобів масової комунікації. Умовно говорячи, створення іншої, нової молодіжної культури полягає в поетапному поєднанні реальних суспільних інновацій з культурною традицією шляхом «ігрової» діяльності молоді, яка реалізується у віртуальному просторі.

Кожен представник молодіжних субкультурних утворень сам зараховує себе до

них; їх носії можуть формувати як групи безпосереднього контакту – компанії, об'єднання, тусовки, – так і групи віртуального спілкування [4].

Формулювання цілей статті. Розглянути розвиток молодіжної культури як соціокультурного явища сучасного суспільства: висвітлити культуротворчу функцію віртуальних комунікацій, яка реалізується за допомогою специфічних соціокультурно-комунікативних практик, що спираються на потенціал сучасних засобів комунікації і виступають фактором глобальних культурних змін.

Викладення основного матеріалу дослідження. Необхідно акцентувати на визначальне значення молодіжної культури у відтворенні культури сучасного суспільства. Молодіжна культура виникає не ізольовано, а як результат розвитку пануючої культури, внаслідок її диференціації. Цілком природно, що функціонування молодіжної культури може впливати на ціннісне ядро існуючої культурної системи. Домінуюча культура і молодіжна постійно взаємодіють одна з одною, в результаті чого відбуваються динамічні зміни в обох культурах. Молодіжна культура, будучи культурою в культурі, природно немислима і не існує сама по собі. Ці дві культури тісно взаємозалежні і доповнюють одна одну. Причому й у «материнській», і в «дочірній» культурах, поряд зі збереженням традиції, йде постійне напрацювання нового, з тією лише різницею, що, якщо норми і символи, створені і прийняті в рамках пануючої культури, задають основний принцип упорядкування всього суспільства, то норми і символи, створені і прийняті в рамках молодіжної культури, задають основний принцип упорядкування конкретного співтовариства. Подальша доля норм і символів, прийнятих у молодіжній культурі, буде залежати від цілого ряду факторів, серед яких своєчасність і несвоєчасність, відповідність чи невідповідність потребам, готовність чи неготовність молодих людей до їх сприйняття тощо. З урахуванням цих і ряду інших факторів, існує три сценарії, відповідно до яких розвиваються події:

– вони можуть виявитися незатребуваними у рамках молодіжної культури;



- вони можуть бути затребуваними в конкретних субкультурних утвореннях;
- вони можуть перейти в розряд домінуючих.

Оскільки ми маємо справу із взаємним процесом, то можна говорити про те, що всі перераховані варіанти притаманні обом культурам – і пануючій, і молодіжній.

Суспільство в цілому дуже консервативне і має чималу інерцію, тобто пручається змінам, які забезпечують його відносно стійкий стан. Тому інновація ніколи не поширюється відразу на все суспільство. Виникаючі інновації витісняються у сферу найменшого опору, як правило, у середовище молодих людей. Безумовно, в інновацій можуть виникати супротивники, що борються проти їх утвердження в суспільній практиці, здатні впливати не тільки на суспільну думку, але і на діяльність тих чи інших соціальних інститутів, домагаючись засудження чи ініціюючи підозру до інновацій у громадських організацій. Прогрес суспільства неможливий без подібної боротьби. Прийняття інновацій є грою цивілізації: всередині молодіжної культури цивілізація «програє» варіанти свого розвитку. Це одна з найважливіших функцій молодіжної культури з погляду суспільних інтересів. Таким чином, молодіжну культуру можна розглядати як поле інноваційних можливостей пануючої в суспільстві культури.

Вбачається таке: якщо інновація прийнята більшістю молоді, то згодом вона буде прийнята всім суспільством через деякий час уже тому, що молодь стає кістяком цього суспільства.

Таким чином, молодіжна культура стає джерелом нових цінностей, моделей майбутнього розвитку, можливо, подолання існуючої суспільної чи культурної кризи. У цьому випадку можна говорити про культуротворчу роль молоді, яку вона здобуває в періоди суспільних змін уже не як вікової групи, а як нового покоління.

Молодіжній культурі належить найважливіша роль у процесі впровадження у повсякденне життя суспільства новітніх засобів масової комунікації. Справа в тому, що сучасна комп'ютерна техніка, підвищуючи ефективність праці та навчання, скорочує робочий час і, одночасно, збільшує вільний час людини. Прилучитися до вірту-

альності для молоді людини означає вийти за межі щоденності, змінити свою свідомість, миттєво актуалізувати, виплеснути свої латентні можливості, глянути на світ інакше.

Особливістю інформаційного суспільства є те, що створюється нова інфосфера, основою якої є інтелект. Володіння технологією раціонального використання інформаційних ресурсів суспільства є одним з компонентів інформаційної культури особистості. Інтернет забезпечує швидкий віддалений доступ до численних джерел інформації, що робить навички роботи в Інтернет важливим компонентом інформаційної культури особистості. Зазначені фактори змінюють характер людської діяльності і типи ресурсів, які втягуються в суспільне виробництво, що повинно привести до істотної модифікації традиційної соціальної структури. Актуальність дослідження методологічних основ творчості обумовлена, насамперед, пошуком нових духовних цінностей, пов'язаних з виникненням нових проблемних сфер науково-технічної і художньої творчості.

Уявлення про віртуалізацію суспільства дозволяє зрозуміти, чому так бурхливо розвивається Інтернет: мережа дозволяє позбавити комунікації від сервісу-нагляду соціальних інститутів і розширює практику неінституціоналізованих взаємодій. З одного боку, Інтернет дає свободу ідентифікації: віртуальне ім'я, віртуальне тіло, віртуальний статус, віртуальна психіка, віртуальні звички, віртуальні переваги і віртуальні вади. З іншого боку – відбувається втрата, відчуження реального тіла, статусу тощо. Звідси Інтернет стає засобом трансформації особистості і як індивідуальної характеристики, і як соціокультурного та історичного феномена.

Швидкий розвиток системи комунікації на основі інформаційно-телекомунікаційних технологій впливає на зміни, що відбуваються так само й у сфері молодіжних соціальних комунікацій, тобто в сфері спілкування молоді. Зростання числа інформаційних джерел, з якими вступають у контакт люди, у тому числі молодь, збільшення обсягу і розмаїтості відомостей, що одержуються по їх каналах, веде до підвищення ступеня їх поінформованості з будь-

яких боків життя суспільства, втягненості в різні сфери його життя. Інформаційно-телекомунікаційні технології перетворюються на субстанціональну підставу молодіжної системи комунікацій. У підсумку вони впливають на таку складову молодіжної субкультури як спосіб життя.

Молодь за допомогою інноваційних методів і технологій виробляє і відтворює духовний суспільний продукт, який впливає на формування суспільних смаків, звичок, ціннісних орієнтацій, поведінкової етики, естетичного смаку й естетичної свідомості. Рекламна віртуальна комунікація все більше прагне до освоєння всього різноманіття духовних і креативних сил людини, охоплюючи практично всі сторони культурного простору.

Сучасні інформаційні і комунікаційні технології безпрецедентно розширюють можливості спілкування: на наших очах формується глобальний віртуальний форум. Комунікаційні ресурси Інтернету здаються майже безмежними: бази даних, розсильні аркуші інформації, телеконференції, участь у міжнародних інтернет-клубах з культури і мистецтва, спілкування в реальному часі як у текстовому, так і в голосовому режимах, можливість доставити за будь-якою персональною і корпоративною адресою маніфестацію своїх інтересів, концепції тощо.

Інформаційні і комунікаційні ресурси Інтернету для нагромадження інформації, презентації своєї діяльності для глобальної аудиторії (включаючи енциклопедії, довідники, каталоги, афіші, анонси нових послуг тощо), організації інтерактивного спілкування між будь-якими, а особливо – молодіжними групами й аудиторіями одна з одною, безмежні. Більш того, фактично споживачі мають можливість самі задовольняти потребу в інформації, розвивати свій інтерес і створювати «продукт для себе». Комунікативна політика, що проводиться в Інтернеті, це курс дій підприємства, спрямований на планування і здійснення взаємодії фірми з усіма суб'єктами маркетингової системи на основі використання комплексу засобів комунікацій Інтернету, які забезпечують стабільне й ефективне формування попиту і просування товарів і послуг на ринки, з метою задоволення пот-

реб покупців і одержання прибутку. Найбільш цікавою і перспективною тенденцією стає можливість об'єднання інформаційних і творчих ресурсів для створення принципово нових віртуальних продуктів: віртуальних виставок, колекцій, віртуальних версій неіснуючих об'єктів, цілих напрямків. Ця діяльність одержала назву медіа-мистецтва і net-art.

Таким чином, сучасні комунікації як феномен культури почали представляти собою специфічне проектне середовище – організований простір трансляції і породження нових соціокультурних реалій, які актуалізуються у вигляді нових ідентичностей, моделей суб'єктивності і стилів життя. При цьому, культуротворча функція віртуальних комунікацій реалізується за допомогою специфічних соціально-комунікативних практик, які спираються на потенціал сучасних технічних засобів комунікації і таких, що виступають фактором глобальних культурних змін.

Сьогоднішнє молоде покоління, розчинившись у віртуальному просторі, створило для себе свій власний образ світу – світ необмежених можливостей. Він знаходиться під пильним контролем лише власної свідомості молодої людини. Питання тільки в тому, яка ця свідомість. Для молодих людей пропала і потреба в створенні молодіжної субкультури за старим типом. Немає необхідності кудись йти і думати, що робити, коли можна, не виходячи з дому, сидячи біля екрана монітора, спілкуватися з масою людей і одержувати навіть більше, ніж може дати традиційна «тусовка».

Отже, виникла молодіжна субкультура нового типу – кібер-субкультура. Молодь з цієї субкультури не побачиш такими, що «тусуються» на вулиці; їх субкультура розчинилася у віртуальній реальності. Вона подібна вірусу: невидима для оточуючих, але «вважає» нову молодь. Її представники не завжди знають один одного в обличчя, але їх дуже багато, причому по усьому світі, без кордонів, що є основною відмінністю цієї субкультури від традиційних молодіжних субкультур. Саме поширення інформаційно-телекомунікаційних технологій породило ці зміни в молодіжній культурі.



Висновки з даного дослідження. Відносини людини зі світом під впливом віртуальних комунікацій будуються сьогодні складно і суперечливо. З одного боку, вони сприяють розвитку особистості, розширюють культурне поле життя, породжують нові сенсоутворюючі центри; з іншого боку, здійснюють деформуючий вплив, змінюючи спосіб мислення і менталітет, шкалу культурних норм і цінностей. Формування сучасної молодіжної культури здійснюється в межах декількох тенденцій, таких як:

- тенденції індивідуалізації, які полягають в розширенні спектру сценаріїв стилю життя, форм «включеності» у соціум за допомогою засобів масової комунікації і за допомогою підключення до глобальних інформаційних анклавів через комп'ютерну мережу;

- тенденції посилення психологічної залежності в результаті тривалого блукання у віртуальному інформаційному лабіринті і втратою контролю над своїми діями;

- тенденції експансії маніпулятивних практик, коли за допомогою новітніх інформаційних технологій підсилюється маніпулювання суспільною й індивідуальною свідомістю;

- тенденції росту симулятивних форм презентації соціальної компетентності, за яких дефіцит місця і часу призводить до того, що єдиною раціональною формою наукової дискусії стає нелогічна, неструктурована, але, разом з тим, ефектна презентація образу чи ідеї теорії;

- тенденції збагачення спектру соціальних технологій і механізмів вибудовування партнерських відносин.

Специфіка віртуальної комунікації в Інтернет-просторі знаходить своє відображення в такому:

- вербальна семантична свобода і креативність, які дозволяють переборювати соціально-психологічні і міжкультурні бар'єри та легко створювати нові комунікативні лінії діалогу;

- демократичність, анонімність і здатність до саморозвитку;

- демократичність щодо різних відхилень соціально-нормативного характеру;

- соціально-рольова універсальність ідентичності (формат Інтернет-спілкування вбирає в себе весь соціально-рольовий спектр, що максимально повно відбиває значеннєвий, ціннісний і статусний прошарок суспільного буття); необмеженість комунікації просторово-тимчасовими рамками і незалежність спілкування від територіальних і мовних умовностей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белинская Е.П. К проблеме групповой динамики сетевого сообщества [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://psynet.carfax.ru/text/bel1.htm>
2. Галкин Д. Виртуальный дискурс в культуре постмодерна [Текст] // Критика и семиотика. – 2000. – № 1-2. – С. 29 – 34.
3. Гладарев Б. Повседневное пользование информационно-коммуникационными технологиями [Текст] // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. – 2004. – С. 33 – 40.
4. Кучмуруков В. В. Виртуальные коммуникации как фактор трансформации культуры информационного общества [Текст]: автореф. дис. канд культурологии. – Улан-Удэ: Тип. ИПК ФГОУ, 2006. – 28 с.
5. Нестеров В. К вопросу о динамике сетевых сообществ [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/groupdyn>