

УДК 339.9(477)

**Олексенко Р. І.**,  
доктор філософських наук, професор, доцент  
кафедри філософії, Мелітопольський державний  
педагогічний університет ім. Богдана Хмельницького  
(Україна, Мелітополь), roman.xdsi@rambler.ru

### ФІЛОСОФІЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Розкриваються проблеми та історія розвитку інформаційного суспільства. Проаналізовано вплив інформації на суспільство в період глобалізації та інформаційної революції. Розглянуто історичні аспекти проблеми співвідношення ідеології та культури аналізували чимало філософів культури в епоху домінування масової свідомості. Досліджено ідеологічну функцію масової культури.*

**Ключові слова:** філософія, інформаційне суспільство, глобалізація, «масова культура», «мозаїчна культура», Інтернет.

Модернізоване суспільство відрізняється від традиційного високим рівнем громадянської культури населення, завдяки чому політичною формою його існування є демократія. У модернізованому суспільстві існують іманентні механізми, які забезпечують перманентне відтворення економічного зростання – на противагу традиційним соціумам, в яких відсутні внутрішні стимули для економічного розвитку. На противагу індивідам традиційного, модернізоване суспільство є значно мобільнішим у фізичному, соціальному та психологічному сенсах. На відміну від традиційного суспільства, людина модернізованого соціального формату володіє спроможністю пристосовуватися до мінливих обставин дійсності.

В епоху домінування масової свідомості проблему співвідношення ідеології та культури аналізували чимало філософів культури: Г. Лебон, Х. Ортега-і-Гассет, Е. Кассіер, П. Сорокін, Т. Адорно та інші. На зміну розуміння ідеології як хибної свідомості (К. Маркс і Ф. Енгельс), прийшло безліч нових інтерпретацій: ідеологічне як синонім семіотичного (М. Бахтін), ідеологія як апологія існуючого порядку (К. Мангейм), ідеологія як спосіб встановлення культурної гегемонії (А. Грамші), ідеологія як укриття від «травматичних реалій сутності» (С. Жіжек), ідеологія як «маска і зброя», як «симптом і ліки» (К. Гірц). Р. Барт виокремлює такі аспекти ідеології: претензія на універсальність, агресивність, прагнення придушити особистісну свідомість і відчуження відповідальності індивіда, стереотипність, котра передбачає набір легко впізнаваних кліше. Очевидною є спільність аспектів ідеології і сутнісних особливостей масової культури.

До появи писемності картина світу для індивіда мала зовсім інший вигляд. Спираючись на статтю Дж. К. Карозерса «Культура, психіатрія і письмове слово» М. Мак-Люен привертає увагу до того, що первіснообщинному ладу притаманне придушення розумового життя і особистості. За рахунок домінування почуття достеменної і неподільної причетності до колективу «людина позиціонувала себе як досить незначну частинку набагато більшого організму – сім'ї, клану, але аж ніяк не як незалежного і суверенного суб'єкта, покладається на власні сили» [3, с. 27]. Якщо порівняти виховання дітей сьогодні і за первіснообщинного ладу, то з'ясуємо, що європейська дитина вчиться оперувати складними будівельними кубиками, ключами і замками, водопровідним краном і багатьма іншими речами, натомість дитина дописемної епохи отримувала освіту, яка практично повністю базувалася на усному слові.

До епохи електрики людина підійшла з великим багажем знань античних, середніх часів, епохи Відродження і емпіричним досвідом століття механіки. З цього моменту швидкості істотно підвищуються. Енергія як втілення і основна рушійна сила епохи електрики стає доступна все більшій кількості людей, «дозволяє будь-якому місцю бути центром» [3, с. 44].

З появою телебачення відбувається ще один якісний стрибок. Поступово статус чільної позиції серед способів комунікації зміщується з друкарської індустрії в напрямку візуально-аудіального способу передачі інформації. М. Мак-Люен виокремив два основних аспекти телебачення:

1. Телебачення має мозаїчний принцип побудови зображення, коли весь світ представлений незрозумілим, логічно незв'язаним набором повідомлень. За невеликий проміжок часу можна ознайомитись з інформацією, котра відрізняється за масштабами, локацією і епохою.

2. Має місце взаємопоєднання інформаційних повідомлень за рахунок подолання свідомістю смислової роздробленості картинки, в результаті чого складається єдність сприйняття прийнятої інформації.

У сфері комунікацій галактика Гутенберга поступилася місцем галактиці Маклюена. Електронні засоби масової інформації сформували принципово нову комунікативну культуру, в якій відбувається синтез тексту, аудіо- та відеомодальностей сприйняття. В результаті виникла культура віртуальності, в якій в єдиному цифровому просторі функціонують усі форми культурної спадщини.

В епоху Нового часу процес масифікації істотно прискорився, з'явилися принципово нові форми суспільних комунікацій. Їх можна відрізнити від усіх інших типів за характерними рисами: «Вони передбачають порівняно велику різномірну й анонімну аудиторію, інформація передається публічно, часто з орієнтацією на її негайне сприйняття більшою частиною аудиторії і відрізняється швидкоплинністю» [6, с. 153].

З появою нових форм комунікації складається і новий тип культури. Абрам Моля називає сучасну культуру мозаїчною: «У наш час знання генеруються з розрізнених уривків, пов'язаних простими, здебільшого випадковими відносинами близькості за часом засвоєння, співзвучністю та асоціацією ідей... Ми будемо називати цю культуру «мозаїчною», бо за своєю сутністю вона є випадковою, складеною з безлічі дотичних фрагментів. Тут нема точок відліку, жодного по-справжньому загального поняття, зате є багато понять, які володіють значною вагою (опорні ідеї, ключові слова і т.п.). Ця культура вже не є основному продуктом університетської освіти, тобто якоїсь раціональної організації; вона – результат перманентного впливу на нас безладного потоку випадкових відомостей, від яких в пам'яті залишаються лише скороминущі враження та уривки ідей» [5, с. 45]. Мозаїчність, фрагментарність і розірваність стали однією з провідних тем і принципів творення об'єктів художньої культури (додекафонічна музика, постмодерністський роман), і сучасної філософії (шизосуб'єкт Дж. Дельоза і Ф. Гваттарі).

Терміном «мозаїчна культура» характеризується не сучасна культура взагалі, а її «таблиця, спроектована на «екран» індивідуальної свідомості» (в термінах А. Моля). Культуру в цілому французький дослідник інтерпретує «інтелектуальним «оснащенням», яким володіє кожна окрема людина в той чи інший момент, а також структурою

знань, якою індивід володіє як член певної соціальної групи» [5, с. 46]. В цьому сенсі «мозаїчна культура» – майже те ж саме, що й «мозаїчна свідомість».

Задовго до Абрама Моля (в 40–і роки) в американській, а згодом і в світовій пресі закріпився термін «масова культура». Адекватне уявлення про «масову культуру» можна отримати, помістивши її в такий контекст: масове суспільство, масове виробництво, масове споживання, масова комунікація. З них випливають найважливіші атрибути масової культури, що відзначаються різними дослідниками: 1) орієнтована на максимально велику аудиторію, а тому, з одного боку, гранично стандартизована, а з іншого, – спрямована на стандартизацію масового смаку; 2) впроваджується у величезних масштабах, що передбачає наявність певної інфраструктури; 3) має товарний статус і ринковий обіг; 4) транслюється засобами масової комунікації.

Термін «масова культура» з'явився спочатку в американській пресі, а після появи статті Д. Макдональда «Теорія популярної культури» (1944) закріпився і в науковому дискурсі. Чимало дослідників (Т. Адорно, М. Маклюен) відрекомендовують масову культуру «бульварною культурою», «популярною культурою», «індустрією культури», «індустрією свідомості», «ринковою культурою» тощо. Масова культура – закономірне явище будь-якого суспільства, її основні параметри – поширеність культурного зразка в масах, відтворюваність масами цих культурних зразків.

Масова культура спрямована на створення такого стану речей, за якого споживач її виробів постійно дізнавався б те, що він вже знає, і бачив би в цих виробках доказ споконвічності існування відомих йому цінностей. Вона привчає людей дивитися на всю багатоманітність і складність сучасного світу через жорстко фіксовану призму поширених нею стандартів. Масова культура – це спосіб життя сучасної людини, для масової свідомості вона виконує роль потужного підсилювача звичних уявлень.

Нині масова культура є найважливішим компонентом сучасного соціуму. Універсальність масової культури стала концептуальною основою модернізації культурних традицій. «Для окремого індивіда на зміну патріархальному «культурному монізму» на основі «свого» віросповідання та місцевої культурної традиції прийшов внутрішній плюралізм, оскільки кожна людина, з одного боку, вписана в мережу масових комунікацій і стає (частіше за все не усвідомлюючи) носієм універсальної масової культури і набору субкультур» [7, с. 59]. З іншого боку, комунікації – це певний каталізатор формування і динаміки самого змісту культури [8, с. 12].

Слід зазначити, що «сучасна культура» і «масова культура» – не одне й те саме. Це видно при аналізі соціальних функцій масової культури. Розкриваючи їх, А. Флієр спирається на концепцію культурної міфології. Відповідно до неї в культурі виділяються дві сфери: повсякденна культура, освоювана людиною в процесі її соціалізації в середовищі проживання (насамперед у процесах виховання і загальної освіти), а також спеціалізована культура, освоєння якої вимагає спеціальної (професійної) освіти. Повсякденна культура реалізується у відповідних формах способу життя. Вона передбачає «володіння звичаями повсякденного життя соціального та національного середовища, в якому людина проживає і

соціально самореалізується» [9, с. 141]. Процес оволодіння повсякденною культурою є загальною соціалізацією та інкультурацією особистості, котрі інкорпують індивіда в культуру конкретного суспільства.

Проте, культура не вичерпується повсякденною культурою, а включає в себе ще й спеціалізовану. Сучасні знання, норми, культурні зразки та смисли виробляються майже виключно в надрах високоспеціалізованих сфер соціальної практики і засвоєні відповідними фахівцями. Для основної ж маси населення мова сучасної спеціалізованої культури (політичної, наукової, художньої і т.д.) майже недоступна для розуміння. Суспільству потрібна система засобів смислової адаптації, «перекладу» трансльованої інформації з мови високоспеціалізованих галузей культури на рівень повсякденного розуміння невідготовлених людей, «розтлумачення» цієї інформації масовому споживачеві. Потрібна певна «інфантилізація» її образних втілень для «управління» свідомістю масового споживача в інтересах виробника тієї інформації.

Сучасний індивід, будучи доволі освіченим, тим не менше, залишається фахівцем лише в окремій сфері. В інших галузях він потребує коментаторів, інтерпретаторів, вчителів, журналістів, рекламних агентів та інших «гідів», які допомагають долати безмежний простір інформації про суспільні події, культурні новації, альтернативи розвитку тощо. Крім того, «людям потрібен якийсь засіб, що знімає надмірну психічну напругу, котра є результатом масованого інформаційного впливу, а також редукує складні інтелектуальні проблеми до рівня простих дуальних опозицій, надаючи індивіду можливість відпочити від соціальної відповідальності й особистісного вибору. Реалізатором таких потреб і стала масова культура» [9, с. 143].

Ідеологічна функція масової культури полягає в її здатності вселяти своїм споживачам погляди, ідеї і уявлення, котрі конструюють розуміння навколишньої дійсності. Ідеологічна функція тяжіє над іншими функціями масової культури, в тому числі й над процесом передачі пізнавальної інформації від джерел, які володіють спеціалізованим науковим знанням, до адресата – масової аудиторії.

Засоби комунікації створюють навколо індивіда настільки насичену інфосферу, що це не може не позначитися на його особистості. Сама цивілізаційна динаміка вимагає формату людини певного типу – здатної вирішувати проблеми, загострені перебігом суспільного розвитку. Завдяки глобалізації ЗМІ, комп'ютерних мереж та доступності інформдзвілля виникає глобальна мода на певну музику, стиль одягу, поведінка тощо. «На більш високому рівні можна говорити про інтенсивне формування нових моделей і норм поведінки» [4, с. 50].

Описуючи цю ситуацію, М. Князева видокремлює чотири ступені-шаблі культурного модусу: пасивний, споживачьки-розважальний, активно-сприймаючий та креативний.

Надмірне споживання інформації характеризується як великими її обсягами, так і значною динамікою, швидкістю надходження. Звідси випливає й неможливість засвоєння та переробки отриманої інформації. Як результат – контрпродуктивна культурна активність, за якої процес – все, а мета – ніщо. Ненаситна жага інформації пояснюється мозаїчністю свідомості. Така свідомість не має структури, внутрішньої логіки, стрижня. Воно не може бути завершено, збудовано, тому пізнання

не приносить почуття інтелектуального прояснення, не завершується катарсисом [1, с. 81].

Виходячи з положення про універсальність масової культури для масового суспільства, слід розмежовувати низькопробний маскульт (з 50-х років ХХ століття за ним закріпилась назва «кітч») та масову культуру в позитивному розумінні цього терміна, яка «набуває масового характеру не тому, що ширококомвні канали охоплюють щоразу більш масову аудиторію, а тому, що умови життя широких мас людей набувають усе більш масового характеру» [2, с. 125].

Засоби масової комунікації увиразнюють модель реальності, а сама комунікація є одним з визначальних складових сучасного суспільства. Особливого значення набувають засоби масової інформації. Формуючи інформаційний простір, саме ЗМІ в наш час є найбільш ефективним інструментом формування ціннісних орієнтацій суспільства.

У наш час «на зміну п'ятисотлітньому пануванню гутенбергівської Галактики як домінант інформаційних потоків і комунікативних відносин індустріального суспільства прийшла Всесвітня павутина, яка радикально змінила архітектоніку, основні закономірності й регулятори соціального життя попередніх епох.

Для багатьох користувачів «Інтернет перетворюється з царства знань у царство інформації, іншими словами, в «другу реальність», яка поступово витісняє зі свідомості конкретне людське життя, перетворюючись на подобу fast-food – fastthinking – готову «їжу» для роздумів. При цьому інформація як підступно-оманливий віртуальний «двійник» знання здебільшого не стає, на відміну від реальної матриці когнітивного процесу, стимулом до дії. Більше того, її циркуляція все частіше є фантомом, самоціллю, відірваною від критерії користі, а тим більше – від вдосконалення внутрішнього світу людини.

#### Список використаних джерел

1. Князева М. Л. Человек в информационном пространстве: культурный модус личности // Библиотекосведение. – 1996. – №6. – С.79–86.
2. Кукаркин В. Буржуазная массовая культура. – М.: Политиздат, 1985. – 399 с.
3. Мак-Люэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М.: Гиперборей, Кучково поле, 2007. – 464 с.
4. Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития // XXI век: информация и общество / Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 1999. – 208 с.
5. Моль А. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Под ред. Б. В. Бирюковой. – М.: Наука, 1973. – 410 с.
6. Райт Э., Костелло С., Хейчен Д., Спрэйг Д. Классовая структура американского общества // Социологические исследования. – 1984. – №1. – С.151–158.
7. Разлогов К. По ту сторону наслаждения // Свободная мысль. – 1994. – №12. – С.57–64.
8. Филиппенков В. М. Коммуникативные традиции в философии и культуре // Коммуникации в культуре: Мат. науч.-теоретич. семинара (14–16 марта 1996 г.) / Отв. ред. А. М. Сергеев. – Петрозаводск, 1996. – С.10–16.
9. Флиер А. Я. Массовая культура и ее социальные функции // Общественные науки и современность. – 1998. – №6. – С.138–148.

#### References

1. Knjazeva M. L. Chelovek v informacionnom prostranstve: kul'turnyj modus lichnosti // Bibliotekovedenie. – 1996. – №6. – С.79–86.
2. Kukarkin V. Burzhuznaja massovaja kul'tura. – М.: Politizdat, 1985. – 399 s.
3. Mak-Ljujen M. Pонимание медиа: Vneshnie rasshirenija cheloveka. – М.: Giperboreja, Kuchkovo pole, 2007. – 464 s.

4. Meljuhin I. S. Informacionnoe obshhestvo: istoki, problemy, tendencii razvitiija // XXI vek: informacija i obshhestvo / Pod red. Ja. N. Zасurskogo. – М.: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 1999. – 208 с.
5. Mol' A. Sociodinamika kul'tury: Per. s fr. / Pod red. B. V. Birjukovoj. – М.: Nauka, 1973. – 410 s.
6. Rajt Je., Kostello S., Hejchen D., Sprjeig D. Klassovaja struktura amerikanskogo obshhestva // Sociologicheskie issledovanija. – 1984. – №1. – С.151–158.
7. Razlogov K. Po tu storonu naslazhdenija // Svobodnaja mysl'. – 1994. – №12. – С.57–64.
8. Filippenkov V. M. Kommunikativnye tradicii v filosofii i kul'ture // Kommunikacii v kul'ture: Mat. nauch.-teoretich. seminar (14–16 marta 1996 g.) / Otv. red. A. M. Sergeev. – Petrozavodsk, 1996. – С.10–16.
9. Flier A. Ja. Massovaja kul'tura i ee social'nye funkcii // Obshhestvennye nauki i sovremennost'. – 1998. – №6. – С.138–148.

**Oleksenko R. I., Doctor of Philosophy, Professor, Associate Professor, Department of Philosophy, Melitopol State Bohdan Khmelnytsky Pedagogical University (Ukraine, Melitopol), roman.xdsl@rambler.ru**

#### The philosophy of the information society development in the era of globalization

*Problems and history of the Information Society are revealed. The influence of media on society through globalization and the information revolution are researched. The historical aspects of the relationship between ideology and culture in the era of dominance of mass consciousness are analyzed. The ideological function of mass culture is investigated.*

**Keywords:** philosophy, information society, globalization, «mass culture», «mosaic culture», Internet.

**Oleksenko R. I., доктор философских наук, профессор, доцент кафедры философии, Мелитопольский государственный педагогический университет им. Богдана Хмельницкого (Украина, Мелитополь), roman.xdsl@rambler.ru**

#### Філософія розвитку інформаційного общества в епоху глобалізації

*Раскрываются проблемы и история развития информационного общества. Проанализировано влияние информации на общество в период глобализации и информационной революции. Рассмотрены исторические аспекты проблемы соотношения идеологии и культуры в эпоху доминирования массового сознания. Исследована идеологическую функцию массовой культуры.*

**Ключевые слова:** философия, информационное общество, глобализация, «массовая культура», «мозаичная культура», Интернет.

\* \* \*

УДК 130.122+316.77

**Стецюра К. О.,**  
викладач кафедри філософії, Національний  
технічний університет України «Київський політехнічний  
інститут» (Україна, Київ), katernyina.stetsura@gmail.com

#### МЕДІА КАРТИНА СВІТУ ЯК МАТРИЦЯ КОНСТРУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*Досліджено феномен медіа картини світу у контексті його генетичного зв'язку з картиною світу та становленням медіакультури як домінуючої форми культури інформаційного суспільства. Дослідження побудовано на основі психолінгвістичного, лінгвофілософського (І. В. Анненкова, І. А. Розогіна та ін.) та соціально-філософського підходу (К. Вульф, М. Гайдеггер, Л. Стародубцева тощо) до виявлення суті медіа картини світу як міждисциплінарного предмету наукового інтересу. Увагу сконцентровано на окресленні меж та сутності поняття медіа картина світу як нової інтерпретаційно-орієнтаційної системи особистості, визначення форм та контекстів побутування медіа картини світу у соціально-філософському дискурсі. Визначено форми буття медіа картини світу (за критерієм наближення до реальності та за критерієм актуалізованості), а також виділено контексти як значимі смислові координати її формування та вектору конструювання особистості. У висновку підкреслено інтегруючу та інтерпретативну роль медіа картини світу у системі «людина-медіакультура».*

**Ключові слова:** медіа картина світу, картина світу, медіакультура, медіа, медіареальність.

Із розвитком інформаційних технологій відбувається все більш відчутна диверсифікація форм відображення реальності, ускладнюється характер кореляції змістовних і формальних структур відображуваних образів та схем.