

КРЕАТОСФЕРА ЯК АЛЬТЕРНАТИВА МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

В останнє десятиліття все частіше піднімається питання про те, яким чином впливає розвиток сучасних інформаційних технологій та супроводжуючих його глобальних економічних змін як на соціум в цілому, так і на кожную особистість зокрема. Становлення так званого інформаційного (постіндустріального, пост економічного тощо) суспільства часто визначається як „невідворотний шлях”, як „об’єктивна закономірність” і т.п. розвитку будь-якого індустріального суспільства. Однак, при дослідженні феномену так званого інформаційного суспільства, окремим дослідникам властиве не критичне сприйняття сучасної моделі інформаційного суспільства з характерним для неї жорстким технологічним детермінізмом. Такий підхід, гадаємо, не має перспектив адекватної істинної інтерпретації „інформаційної революції” як однієї з тенденцій трансформації суспільства.

Незважаючи на те, що деякі з дослідників не звертаються до проблеми масової культури безпосередньо, їхні висновки щодо економічної, соціальної і культурної специфіки інформаційного суспільства недвозначно дають зрозуміти, що масова культура як соціокультурний феномен продовжує бути актуальною й активно існує у виді індустрії розваг, а також у багатьох областях, зв’язаних зі стандартизованим мисленням. Соціальною основою масової культури в постіндустріальній і інформаційній соціальній системі залишається та частина суспільства, що відчужена від структур управління економікою нового типу і змушена відповідати стратегіям підпорядкування і “включення у взаємодію”, а також частина “технічної еліти”, що має можливість вибору між різними формами і типами культури.

Проблема масової культури є однією з основних у різних варіантах концепції “постіндустріального суспільства”, починаючи з 1973 року, коли Д. Белл увів це поняття в науковий обіг. Трактуючи позитивно “масове суспільство”, його економіку, політику, соціальні і культурні інститути, автор стверджував, що під впливом засобів масової комунікації, масового виробництва і споживання, а також масової культури в сучасному суспільстві відбувається процес становлення економічної, соціальної, політичної і культурної гомогенності. “Омасовлення” при цьому отримало нове значення і стало розумітися, як процес усереднення культури, при якому цінності, що були лише надбанням еліти, стали доступними масам. Белл вважав, що для нової форми цивілізаційної організації буде характерним не тільки відновлення індустріальне і політичне, але і культурне, що виразиться в стандартизації, урбанізації і конструюванні нового стилю мислення з його раціоналізмом і індивідуалізмом.

Якщо ж звернутися до роботи О. Шпенглера “Сутінки Європи”, то німецький філософ взагалі пов’язує занепад культури з феноменом “омасовлення”. Аналіз концепції “катакомбної культури” М.Бердяєва також показує згубний вплив „маскульту” на суспільний прогрес – згідно цієї концепції культура, виходячи на поверхню, “вмирає” в омасовленні.

Різні концепції містили ідею про те, що значення масової культури в постіндустріальному суспільстві визначається її здатністю виступати як своєрідний фактор гармонізації соціальних відносин, могутнього механізму ідентифікації й адаптації. Погоджуючись з тим, що масова культура – це не стільки естетичний, скільки соціальний феномен, вважаємо хибним твердження, що вона сприяє встановленню контакту людини зі світом, підтверджує його причетність до визначеної спільності, нівелює в нього відчуття самотності тощо. На жаль, вказані детермінанти масової культури насправді тільки створюють ілюзію свободи вибору, свободи творчості, можливості індивіда відкривати себе, адекватно оцінювати і вірно ідентифікувати.

Масова культура формується в умовах індустріального і постіндустріального суспільства. Відбувається комерціалізація інститутів духовної культури, формування інституту універсального духовного споживання, а, скоріше – масового псевдодуховного споживацтва. Масова культура стає такою, як вона є, не від браку професіоналів (вона може найняти найвправніших), а за вимогою свого пана – споживача. І за це споживач підносить її на місце зниклої еліти, платить їй ніжною любов'ю і погоджується справно функціонувати в якості "покупця щастя".

У роботах більшості західних дослідників майбутнє суспільство зумисно і послідовно видається нерозривно пов'язане з творчістю, і аналіз творчої діяльності покладається як обов'язковий інструмент при розгляді перспектив розвитку людства [До прикладу, див.: Gerschuny J. – *After Industrial Society? The Emerging of Self-Service Economy.* – Atlantic Highlands, New Jersey, 1978. – P.68]. Та чи можлива реалізація креативного потенціалу людини в умовах масової культури? Відповідь навряд чи буде позитивна. Втім, реалізація можлива. Здійснення – неможливе в принципі (згадаймо: дійсність – співпадіння сутності та існування (Гегель); соціальна реальність – розходження між ними.). Адже, як би ми не називали суспільство з домінантою масовою культурою – чи „постіндустріальне”, чи „інформаційне”, чи „постекономічне”, – воно залишається ринковим (капіталістичним). Погоджуючись з думкою а та а, зазначимо, що панування тотального ринку й інших форм відчуження приводить до того, що творча діяльність, здійснювана у світі відчуження, є лише однією (і притому, зовсім не визначальною) з детермінант поведінки людини. У тій мірі, у якій суб'єкт такої діяльності підлеглий ринкові, грошам, капіталові, його потреби, цінності і мотиви життєбуття будуть залишатися переважно утилітарними. В цьому сенсі хибною слід визнати і думку авторів енциклопедичного словника з проблем людини Волкова Ю.Г. та Полікарпова В.С., які стверджують, що „в індустріально розвинених країнах „друга промислова” (точніше, інформаційна революція) веде до формування постіндустріальної цивілізації, що вимагає людини нового типу – гомо креатора, творчої особистості, яка поєднує ініціативу, знання, здатність реалізувати ідею...Постіндустріальне суспільство створює можливості для повної реалізації людської особи...” [Волков Ю.Г., Поликарпов В.С. *Человек: Энциклопедический словарь.* – М.: Гардарики, 1999. С. 412-413.]

Сучасний рівень розвитку комунікацій, інформаційних технологій міг би забезпечити існування креатосфери, що співзвучна категорії «культура» у її інтерпретації Е.Льєнковим і рядом інших творчих марксистів-шестидесятників як світу співтворчості в єдності продуктивної діяльності, спілкування і їхніх результатів – як предметів культури, так і гармонійно розвинутої особистості людини. Але існування креатосфери в такому сенсі за сучасних ринкових умов унеможливорюється по-перше тим, що на цьому і такому ринку товаром є і сама людина (пролетарій), по-друге, тим, що сучасні засоби масової комунікації мають конкретних власників і це передбачає створення нового класового суспільства. Зокрема, виникає цілий соціальний клас – когнітаріат. Це – люди, що виробляють знання (інформацію), управляють знаннями, розподіляють та організують їх відповідним чином. Така ситуація може потягнути за собою таке явище, як інформаційний колоніалізм, що є перш за все монополізацією впливу на ЗМІ, а отже – розповсюдження (агресивне нав'язування) певної ідеології, вплив на зміст культури. Креатосфера повинна стати альтернативою масової культури, яка є імманентною інформаційному суспільству.

Справа в тім, що для креатосфери (сфери „життя” творчої діяльності, її результатів, зокрема, знань і інших культурних набутоків, її суб'єктів і відносин між ними) характерна інша, ніж у ринковій економіці, система цінностей і цілей розвитку. Ними стають міра розвитку творчих здібностей кожного, багатьох і всіх, можливості співтворчості і вільний час громадян. Причому – і це істотно! – будь-яких громадян будь-якої країни: у світі креатосфери класовий підхід „не працює (хоча він, природно, зберігає своє значення для пануючого нині світу реальних соціальних відносин).

В цьому сенсі необхідно зазначити, що розвиток та побудова креатосфери в сучасному суспільстві повинні бути засадовим принципом для забезпечення становлення творчої та всебічнорозвиненої особистості і існування такого стану у формі практичної всезагальності. Але ця справа може бути здійснена тільки за адекватного суспільного устрою.