

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ВИЩОЇ ОСВІТИ

БОЙКО АНДРІЙ ОЛЕКСАНДРОВИЧ

УДК 316.4:141.2+37.03+316.32

ФЕНОМЕН МАСИ ЯК АТРИБУТ СУСПІЛЬСТВА І КУЛЬТУРИ

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук

КИЇВ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Інституті вищої освіти Національної академії педагогічних наук України.

Науковий керівник – доктор філософських наук,
старший науковий співробітник
Самчук Зореслав Федорович,
Інститут вищої освіти НАПН України,
головний науковий співробітник відділу
політики та врядування у вищій освіті.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, доцент
Кострюков Сергій Володимирович,
ДВНЗ «Національний гірничий університет»,
професор кафедри цивільного,
господарського та екологічного права;

кандидат філософських наук, доцент
Крохмаль Наталія Василівна,
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова,
професор кафедри управління, інформаційно-
аналітичної діяльності та євроінтеграції.

Захист відбудеться 29 червня 2016 р. о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.456.01 в Інституті вищої освіти Національної академії педагогічних наук України за адресою: 01014, м. Київ, вул. Бастіонна, 9, дев'ятий поверх, зала засідань.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Інституту вищої освіти Національної академії педагогічних наук України за адресою: 01014, м. Київ, вул. Бастіонна, 9, восьмий поверх, к. 802.

Автореферат розіслано 29 травня 2016 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



М. В. Гриценко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Світоглядна і теоретико-методологічна запитаність проблематики, пов'язаної з феноменом масовості, зумовлена насамперед роллю, яку маси і масова культура відіграють у стрімко глобалізованому світі, а також усвідомленням необхідності збереження базових цінностей національних культур в умовах зростаючої універсалізації культурного життя і формування монокультурного світу.

Складність і суперечливість феномена маси в сучасному суспільному бутті, здатність масової культури до трансформацій під впливом соціальних, технічних, естетичних та інших факторів, її реактивна мобільність і чутливість до вимог конкретно-історичних обставин – ці обставини зумовлюють необхідність теоретичного осмислення масовидності як соціокультурного феномена на новому рівні з урахуванням попереднього досвіду його вивчення у світовій та вітчизняній філософській літературі. Значущість такого цільового орієнтира дослідження набуває все більш очевидних ознак, якщо врахувати, що масова культура динамічно перетворюється із продукту функціонування мас на повноцінного суб'єкта, інструмент і спонукальний чинник, практика функціонування якого призводить до ще більшої масовизації суспільства.

Теоретичні моделі мас, масових тенденцій і масової культури, породжені філософською та культурологічною думкою початку і середини ХХ століття, вочевидь потребують уточнення з огляду на перетворення мас і масової культури у феномен глобального масштабу, а також тому, що масова культура відіграє провідну роль у системі культури постіндустріального суспільства. Де-факто масова культура перетворилася з продукту функціонування мас на повноцінного суб'єкта, інструмент, спонукальний чинник, практика функціонування якого посилює механізми ще більшої масовизації суспільства.

Підвищення ролі й розширення функціонального діапазону масової культури пов'язані передовсім зі збільшенням числа суб'єктів історичної діяльності, які є носіями цінностей цього типу культури. Стрімкий розвиток науки й техніки, що призвів до появи постіндустріального й інформаційного суспільства, вплинув на масифікацію суспільних відносин і на розширення функціонального діапазону масової культури, яка сьогодні претендує на монопольний статус.

Ступінь наукової розробки проблеми. Перші спроби теоретичного осмислення феномена мас в життєдіяльності суспільства і культури відносяться до рубежу ХІХ – ХХ століть. Вони пов'язуються з іменами Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда та інших вчених, яким належать класичні праці з дослідження психології натовпу і мас. У теоретичному доробку цих мислителів істотне місце посідає розгляд проблеми масовидності у тісному зв'язку з перспективами збереження індивідуальної повноцінності й особистісного суверенітету, а також у контексті процесів переродження громадянського суспільства в масове.

У працях Ж. де Меестра, Л. Бональда, Е. Берка, А. де Токвіля була зроблена спроба осмислити феномен набуття духовним життям як масових ознак, так і наслідків тієї «збоченої рівності», до яких призводить поширення стереотипізованого, редукованого і спримітизованого світогляду.

Аналізуючи природу масового суспільства, представники Франкфуртської школи (М. Горкгаймер, Т. Адорно, Е. Фромм, В. Беньямін, Г. Маркузе) зробили акцент на виявленні негативних аспектів і загроз, які в умовах масового суспільства набувають виразних ознак в економіці, політиці й духовному житті. В їхніх працях підкреслюється, що масова культура з неминучістю породжує «людину-локатора» (Д. Рісмен) або «одновимірну людину» (Г. Маркузе), яка опиняється в ситуації перманентного і щоразу більш глибокого потрійного відчуження: по-перше, від результатів своєї праці, по-друге, від суспільства, по-третє, від самої себе.

Починаючи з 70-х років ХХ сторіччя в західному суспільствознавстві з'являється низка праць, у яких проблема мас і масової культури осмислюється в іншій аксіологічній площині, ніж та, в якій працювали західні мислителі передвоєнного та повоєнного періоду. Д. Белл, Е. Шилз, Ж. Фурастьє, А. Турен, Дж. Гелбрейт, Е. Тоффлер, К. Боулдінг обґрунтували ідею, відповідно до якої перехід суспільства від індустріальної до постіндустріальної стадії розвитку призводить до «усереднення культури», внаслідок чого цінності, що раніше були лише надбанням еліти, виявляються доступними масам, а сама масова культура істотно змінюється, набуваючи рис, які колись були притаманні народній та високій культурі.

Наприкінці 80-х – на початку 90-х років проблема впливу феномену мас на становлення суспільства і культури привернули увагу постмодерністів (Ф. Джеймісона, Р. Барта, Ж. Батая, М. Бланшо, Ж. Бодрійяра, Ф. Гваттарі, Ж. Дельоза, Ж. Дерріди, У. Еко, С. Жіжека, Ю. Крістевої, Ж.-Ф. Ліотара, М. Фуко), занепокоєних експансією візуальних форм і жанрів, що витісняють «книжкову» культуру, а також формуванням «керованої маси» за допомогою комунікативних технологій. Нарешті, у 2014 році в серії «Філософський поєдинок» за авторства К. Ясперса та Ж. Бодрійяра вийшла друком книга під симптоматичною назвою «Химера натовпу», присвячена ключовим проблемам людини і людства ХХ – початку ХІХ століть, зумовлених передовсім впливом масовидних тенденцій на генезис суспільства і культури сучасного формату.

Загалом поняття «натовп» і «маса» досліджувалися в працях Н. Еліаса, Е. Канетті, Г. Лебона, С. Московічі, Х. Ортеги-і-Гассета, С. Сігеле, Г. Тарда, Е. Тоффлера, З. Фрейда. Явище масової людини аналізувалося С. Кримським, Г. Лебоном, Ж. Ліповецькі, Х. Ортегою-і-Гассетом, С. Пазенком, М. Поповичем, Г. Тардом та іншими. Явище соціальної атомізації розкрито в працях Х. Арендт, Т. Гоббса, Г. Дилігенського, С. Кара-Мурзи, Д. Лукача, Н. Лумана, С. Московічі, Б. Рассела, Е. Тоффлера, Е. Фромма. Особливості й закономірності масової поведінки досліджувалися в роботах Г. Лебона, У. Макдугала, М. Михальченка, Г. Почепцова, С. Московічі, З. Фрейда,

Е. Фромма та інших авторів. Типи масової поведінки висвітлювалися в працях Г. Блумера, П. Сорокіна, Ф. Тьоніса та інших дослідників.

Основні ідеї, пов'язані з тлумаченням феномену маси, а також поняття «натовп», «публіка» (близьких до досліджуваного феномену) знайшли своє відображення в працях Т. Адорно, Х. Арендт, Аристотеля, М. Горкхаймера, Е. Канетті, Е. Кассіра, Н. Макіавеллі, К. Мангейма, Г. Маркузе, Р. Мілса, С. Московічі, Ф. Ніцше, Х. Ортеги-і-Гассета, Платона, Д. Рімена, С. Сігеле, Е. Фромма, М. Шелера.

Нині у філософській, соціологічній, психологічній та культурологічній літературі відсутній аргументаційний консенсус не лише щодо сутності й історичних передумов виникнення, а й ролі, яку феномен маси відіграє в суспільстві. Сучасні дослідження цієї сфери суспільної дійсності позначені багатоманітністю, поліаспектністю, світоглядним і методологічним плюралізмом. Втім, попри значну увагу, невиразним і в багатьох аспектах суперечливим залишається окреслення структури, функцій та історичних типів масової культури в суспільстві, точаться гострі дискусії щодо характерних особливостей маси, історичного періоду її виникнення і закономірностей розвитку. Крім того, бракує концептуальних праць, у яких розглядалася б діалектика масового та елітарного. Сукупність зазначених особливостей дослідницького статусу феномену маси свідчить про виразну актуальність проблеми масовидності в контексті функціонування сучасного суспільства і культури.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Загальний напрям дисертаційної роботи пов'язаний з темами дослідження відділу соціальних проблем вищої освіти та виховання студентської молоді Інституту вищої освіти НАПН України 2012–2014 рр. «Вища освіта як фактор подолання ціннісного розколу в Україні» (державний реєстраційний номер 0112U02215) та відділу якості вищої освіти 2015–2017 рр. «Світоглядні пріоритети гуманізації вищої освіти» (державний реєстраційний номер 0115U002182).

Мета дослідження полягає в узагальненні засобами соціальної філософії змістовно-функціональних особливостей і закономірностей феномена мас як атрибуту суспільства і культури.

Окреслена мета потребує виконання таких взаємопов'язаних дослідницьких завдань:

- проаналізувати змістовно-функціональну суперечливість феномену маси як атрибуту суспільства і культури;
- концептуалізувати положення про корелятивну взаємозалежність між соціокультурною динамікою та фактором мас;
- здійснити змістовно-функціональну демаркацію спеціалізованої та масової культури;
- окреслити змістовне розмежування людини-індивіда та людини-маси;
- виокремити характерні ознаки натовпу;
- узагальнити каузальність підвищенням ролі й розширення функціонального діапазону масової культури;

- з'ясувати найбільш виразну функціональну складову масової культури;
- виявити ключову ознаку сучасних ЗМІ;
- окреслити причини успіху масової культури.

Об'єкт дослідження – суспільство і культура як буттєва сфера феномена маси.

Предметом дослідження є змістовно-функціональні аспекти феномена маси як атрибута суспільства і культури.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження утворює сукупність загальнонаукових, загальнофілософських та спеціальних методів, застосованих з метою забезпечення об'єктивності, цілісності, обґрунтованості й достовірності наукових результатів.

Зокрема, в роботі використано такі методи: системний – для розгляду феномена маси як елемента системи суспільства і культури; діалектичний – з метою дослідження масових процесів і явищ у розвитку і взаємозв'язку; індукції – для узагальнення з високим ступенем достовірності процесів, що визначають особливості генезису масовості в системі суспільної життєдіяльності; дедукції – задля виведення логіки одиничного із загального і конкретно-історичного із трансісторичного; єдності історичного та логічного – для з'ясування особливостей виникнення й закономірностей становлення уявлень про зміст масових явищ і тенденцій; компаративістський – з метою виявлення світоглядних, аксіологічних та телеологічних відмінностей різних концептуальних підходів до сутнісних ознак феномена маси; проблемний – для виявлення факторів, які стоять на заваді артикуляції змістовно-функціональних аспектів феномена маси; феноменологічний – з метою виявлення буттєвого діапазону явища масовизації.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що

Вперше:

- концептуалізовано положення про корелятивну взаємозалежність між соціокультурною динамікою та фактором мас, сутність якої полягає в наступному: якщо в доіндустріальні епохи суспільство було генератором мас, вбачаючи в них ключовий ресурс свого функціонування, то попередні два століття минули під знаком оберненої детермінативної піраміди – маси набувають виразних суб'єктних ідентитетів, щоразу більше визначаючи буттєві пріоритети суспільства в найрізноманітніших сферах.

Уточнено:

- положення про змістовно-функціональну демаркацію спеціалізованої та масової культури: на відміну від спеціалізованої (високої, елітарної) культури, яка завжди була орієнтована на інтелектуальну, мислячу публіку, масова культура свідомо орієнтується на «середній» рівень масових споживачів;

- причини успіху масової культури: пізнання, здійснюване з її допомогою, є привабливим для мас з низки причин. Зокрема, «полегшена» інтерпретація маскультулом змістовної ієрархії повсякденності компліментарно

сприймається і засвоюється масовизованим індивідом, який здебільшого не схильний до тривалого і складного пошуку істини.

Поглиблено:

– тезу про те, що підвищенням ролі й розширення функціонального діапазону масової культури пов'язані передовсім зі збільшенням числа суб'єктів історичної діяльності, які є носіями цінностей цього типу культури;

– інтерпретаційний акцент, згідно з яким маса, будучи породженням, атрибутом і навіть імперативом соціального, в результаті спонтанного, латентного, генетично закладеного в ній експансіонізму, з часом поглинає соціальне, паралізує його сутнісні функціональні механізми, загрожує онтологічному суверенітету соціального, ставить під сумнів саму буттєву фактичність, достовірність соціального;

– змістовне розмежування людини-індивіда та людини-маси – це два принципово різних явища: якщо індивіда переконують, то масі навіюють. Масову людину характеризують дві основні риси: нестримне зростання життєвих потреб і перманентні намагання полегшити своє життя.

Набуло подальшого розвитку:

– твердження, згідно з яким до характерних ознак натовпу належать такі: імпульсивність, дратівливість, нездатність обмірковувати, відсутність рефлексії і критики, перебільшена чуттєвість і т. ін., які спостерігаються в істот, що належить до нижчих форм еволюції;

– уявлення про те, що найбільш виразною функціональною складовою масової культури є її органічна здатність здійснювати уніфікацію людської суб'єктивності, створювати ілюзію нівелювання відмінностей між людьми і універсальності всіх проблем, з якими має справу індивід;

– теза про те, що сучасні ЗМІ не стільки відображають реальність, скільки формують уявлення про реальність, генеруючи громадську думку і спрямовуючи її в напрямку певних світоглядно-аксіологічних, споживацьких та стереотипних трендів.

Теоретичне і практичне значення отриманих результатів полягає в узагальненні засобами соціальної філософії змістовно-функціональних особливостей і закономірностей феномена мас як атрибута суспільства і культури. Виконане дослідження розширює світоглядні горизонти для систематизації уявлень про феномен мас як атрибут суспільства і культури. Одержані наукові результати мають істотне теоретико-методологічне і праксеологічне значення, оскільки надають знанням про феномен мас і суспільні тенденції масовизації ознак критеріальної виразності й переконливості. Висновки дослідження можуть слугувати підґрунтям для підготовки нормативних курсів, підручників і навчальних посібників із соціальної філософії, соціології, соціальної психології, політології та культурології.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є результатом самостійної дослідницької роботи, в якій висвітлено власні ідеї та розробки автора.

Автореферат і опубліковані наукові статті, в яких викладено основні положення, виконані автором самостійно.

Апробація результатів дослідження. Ключові ідеї та висновки дисертаційного дослідження відображені у доповідях на низці конференцій: *міжнародного рівня* – «Людиномірність у науці, освіті та культурі: теоретико-методологічні аспекти» (м. Мелітополь, 2013 р.), «Імперативи розвитку України в умовах цивілізаційних викликів сучасного світу» (м. Київ, 2014 р.), «Освіта і життєвий світ особистості: європейський досвід і українські реалії» (м. Чернівці, 2015 р.), «Освіта і життєвий світ особистості: європейський досвід і українські реалії» (м. Чернівці, 2015 р.), «Ціннісний вимір політичної діяльності: сепаратизм як фактор політичної нестабільності в суспільстві» (м. Херсон, 2015 р.), *всукраїнського рівня* – «Сучасні проблеми гуманітаристики: світоглядні пошуки, комунікативні та педагогічні стратегії» (м. Рівне, 2014 р.), «Філософія як культурна політика сучасності» (м. Острог, 2014 р.), «Сучасні проблеми гуманітаристики: світоглядні пошуки, комунікативні та педагогічні стратегії» (м. Рівне, 2014 р.), «Філософські проблеми сучасності» (м. Херсон, 2014–2015 рр.).

Публікації. Результати дослідження знайшли відображення у 10 публікаціях: з них три – у вітчизняних наукових фахових виданнях з філософських наук, чотири – у виданнях, що включені до міжнародних наукометричних баз даних, три – в інших наукових виданнях, матеріалах конференцій.

Структура та обсяг дисертаційного дослідження. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел, що містить 365 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 210 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, виявлено ступінь наукового опрацювання проблеми, окреслено напрями її розробки, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет дисертаційного дослідження, висвітлено положення, котрі визначають наукову новизну дисертації, практичну цінність отриманих результатів, ступінь їхньої апробації, визначено структуру та обсяг дисертації.

У **першому розділі «Теоретико-методологічні основи дослідження ідейної сфери феномена маси»** здійснено порівняльний аналіз теоретико-методологічних підходів до феномену маси, окреслено зміст і спосіб дії факторів, на тлі яких відбувається становлення феномена маси та генезис уявлень про неї.

Масовидний аспект життєдіяльності суспільства був поліаспектно проаналізований концептуальним підходом, що бере свій початок від Жозефа Артюра де Гобіно, Гюстава Лебона, П'єра-Андре Тагійоффа і закінчуючи Хосе Ортегою-і-Гассетом – зокрема, його бестселером «Повстання мас» (1930).

Однак, з того часу відбулося щонайменше дві зміни глобального порядку, а саме: тотального характеру набули масова культура і суспільство масового споживання. Як результат – нині є всі підстави стверджувати про наявність взаємопотенціуючого тріумвірату в особі людини маси, масової культури і суспільства масового споживання. В умовах соціального домінування людини маси той бунт мас, про який писав Х. Ортега-і-Гассет, вже недоречний. Радше можна констатувати визрівання умов для чогось діаметрально протилежного – бунту проти мас, проти засилля масовидності та її ентропійної інерції.

Людина – результуючий ефект соціокультурних реалій. У свою чергу соціальна і культурна дійсність формується під впливом людини, її активності в різних сферах життєдіяльності. Така взаємозалежність призводить до того, що поняття «людина масової культури» та «культура масової людини» набувають споріднених, синонімічних ознак. Їх змістовне, сутнісне розмежування є складним теоретико-методологічним завданням соціальної філософії.

Ключові характерні ознаки індивіда, який опинився під впливом маси, є такими: розпорошення свідомої особистості й домінування на рівні прийняття рішень несвідомої особистості, орієнтація думок і почуттів в одному напрямку внаслідок навіювання, готовність до негайної реалізації нав'язаних ідей. Фактично індивід перестає бути самим собою, стаючи безвольним автоматом, маріонеткою в руках зовнішніх маніпуляцій. Відтак, зникає суб'єкт соціокультурної процесуальності, а перспективи функціонування суспільства стають заручниками непередбачуваності броунівського принципу дії мас. Різні аспекти цього феномену були виразно змальовані в працях Г. Лебона «Психологія мас», З. Фрейда «Масова психологія і аналіз людського Я», Х. Ортеги-і-Гассета «Повстання мас», Е. Канетті «Маса», С. Московічі «Наука про маси», Г. Блумера «Коллективна поведінка».

Скупченню людей притаманні риси, котрі істотно відрізняються від тих, які характеризують окремих індивідів, що входять до складу цієї сукупності. Свідома особистість зникає, а почуття й ідеї окремих одиниць, які утворюють натовп, набувають єдиного, однакового спрямування, підкоряються закону духовної єдності. Зникнення свідомої і суверенної особистості, консолідація почуттів і думок в одному напрямку – ось характерні ознаки натовпу.

Сучасна парадигма соціального тісно корелюється з концепцією, викладеною Ж. Бодрійяром у книзі «У тіні мовчазної більшості, або кінець соціального» (1982). Автор наділяє масу базовими характеристиками постмодерністської картини світу: хаотичністю, безструктурністю, «ніщійністю». Маса не володіє ні атрибутом, ні предикатом, ні якістю, ні референцією. Це мовчазна більшість, котра буквально поглинає соціальне. Маса не може бути керованою ніякою політичною владою. Вона не є об'єктом управління (оскільки чинить опір будь-якому впливу), не є суб'єктом управління (оскільки не може бути суб'єктом автономної свідомості), ніким і нічим не може бути представлена. Вона існує поза демократичною репрезентацією.

Існують різні концептуальні підходи до визначення змістовних параметрів маси. Одні – як Г. Блумер – в масі вбачають «недиференційовану безліч», щось на кшталт гетерогенної аудиторії засобів масової інформації; інші – «механізоване суспільство», в якому людина є додатком машини, дегуманізованим елементом «суми соціальних технологій» (Ф. Г. Юнгер). Треті з масою пов'язують «некомпетентні судження», що відображають низьку якість сучасної цивілізації (Х. Ортега-і-Гассет). Четвертий підхід уподібнює масі натовп з властивим їй одноманітністю і цілепокладаючою неваразністю (Х. Арендт, Е. Ледерер).

У книзі «Століття натовпів» С. Московічі обґрунтовує тезу, згідно з якою маса стихійна не лише у фазі виникнення, а й існування. Це тимчасова сукупність рівних, анонімних і схожих між собою людей, в надрах якої емоції та ідеї мають тенденцію виражатися спонтанно. Концепція соціальної маси спирається на два критерії. Перший пов'язаний з рівністю, схожістю і анонімністю людей, що складають ту чи іншу соціальну групу. Ці характеристики віддзеркалюють концепцію масового індивіда. Рівність і анонімність слугують передумовами масовості групи як цілісного суб'єкта і масової поведінки. Другою властивістю соціальної маси, за версією С. Московічі, є спонтанність – характеристика маси як суб'єкта активності. Сенс спонтанності – в каузальній автономності дій, у відсутності безпосереднього зв'язку між діями та зовнішніми впливами.

У середині 30-х років ХХ століття масова культура стає предметом аналізу Х. Ортеги-і-Гассета, який у працях «Повстання мас» і «Дегуманізація мистецтва» концептуалізував теоретичне бачення цього явища. Згідно з його уявленням, масова культура – це не що інше, як культура масової людини, яка впевнена в тому, що може піднятися на вищий щабель соціальної драбини, вважає свої бажання і потреби найбільш значущими, а свої уявлення про естетичні та етичні ідеали – бездоганим абсолют. Термін «масова культура» з'явився спочатку в американській пресі, а після виходу в світ статті Д. Макдональда «Теорія популярної культури» (1944) закріпився і в науковому дискурсі.

Нині в західній філософській, соціологічній, психологічній та культурологічній літературі відсутня консенсусна точка зору не лише щодо сутності й історичних передумов виникнення, а й ролі, яку масова культура відіграє в сучасному суспільстві. Різняться й теоретико-методологічні основи досліджень феномена масової культури, які виконувалися західними авторами з даної проблематики останніми роками. Чимало дослідників (Т. Адорно, Г. М. Енценбергер, М. Мак-Люен) 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. Нині масова культура є найважливішим компонентом сучасного соціуму.

Універсальність масової культури стала концептуальною основою модернізації культурних традицій.

У другому розділі «**Масовидність як фактор буття суспільства і культури**» окреслено основні напрями досліджень за обраною темою, узагальнено змістовні особливості й закономірності феномена маси як атрибута.

Основною лінією смислової напруги в сучасному суспільстві є конфлікт культури та повсякденності. Якщо в реальності повсякденного життя процеси хабітуалізації мають «природний», тобто нерелекційний характер, то входження в світ культури спонукає до релекційної оцінки тих чи інших явищ. На відміну від реальності повсякденного життя, світ культури заснований на ідеї вдосконалення, сходження до фундаментальних сенсів і цінностей людського існування. Повсякденність – це здійснюваний день-у-день, постійний, невпинний процес буття, життєдіяльності людини, побутове життя. Світ повсякденності – світ, де перманентно живе, діє і творить людина. Саме повсякденність є тим, що М. Гайдеггер називав «дім буття» реальності.

У ХХ столітті аналіз предметного світу повсякденності здійснювався у працях Ф. Броделя, А. Гуревича, М. Мід та інших, у яких досліджувалася структура повсякденності, побут, звичаї, все, що стосувалося різних етапів і періодів історії людства. Дослідники повсякденного світу людини прагнуть охопити повсякденне життя в повному обсязі й усебічності, з'ясувати деталі повсякденності й латентні детермінанти.

Повсякденний світ – це світ звичок, стереотипів мислення, життєвих аксіом. Маргарет Мід зауважує, що у світі повсякденності важливо усвідомити приховані спонуки, які не зрозумілі людині іншої культури. Повсякденний світ – це дійсність рафінованого прагматизму. Зазначена особливість виразно артикулює переваги і недоліки цієї буттєвої сфери.

Сучасний цивілізаційний зсув, що призводить до різкої зміни ролі культури в житті соціуму, так чи інакше фіксується всіма дослідниками. Соціальні зміни в трансформаційний період суспільного розвитку набувають передовсім культурної мотивації, а легітимізація нових соціальних інститутів здійснюється насамперед через репрезентацію в культурі. Суспільство, заведене в тупик у результаті спонтанного розвитку техногенної цивілізації, конвульсійно шукає виходу в нетехнічній та позаекономічній сферах.

У цьому контексті варто зазначити, що культура володіє дивовижною властивістю, за допомогою якої можна вирватися з лещат сучасної кризи. Людство не вперше має справу з апокаліптичними настроями, при цьому саме культурна детермінанта завжди ставала тією силою, котра надавала прискорення суспільству на шляху виходу з кризи. Там, де було «суспільство», стала «культура» (Бекінгем) – один з висновків суспільствознавства кінця минулого століття.

У цьому плані показовими є праці П. Сорокіна, в яких мислитель розглядав кризу не як кінцевий, а як перехідний стан розвитку культури. Йдеться не про смерть культури взагалі, а про кризу деякого соціокультурного

типу. Ці ідеї П. Сорокіна споріднені з поглядами Х. Ортеги-і-Гассета, викладеними в праці «Людина і криза».

Погляди О. Шпенглера і М. Данилевського на кризу культури позначені більш песимістичним характером. Обидва мислителі звертають основну увагу на те, що кожна культура має локальний характер, а її криза постає останньою стадією розвитку. «Біографія культури» (О. Шпенглер) є не тільки здійсненням її «душевних можливостей», не лише періодом «цвітіння і плодоносіння», а й неминучою старістю і смертю.

Латентна гуманітарна криза, кризовий стан особистісного та індивідуального рівня функціонування суспільства сучасного формату є закономірним етапом розвитку сучасної культури. Її соціодинаміка віддзеркалює перманентний процес руйнування й набуття ідентичності, дестабілізації і досягнення нового рівня стабільності, архаїзації та оновлення, неузгодженості та гармонізації соціального та культурного світів. Компаративістський аналіз соціокультурної кризи, ситуації хаосу і «втраченого часу» дає змогу зафіксувати як екзистенційне самовідчуття сучасного індивіда, так і розщеплення сталого ядра суспільства і культури, дезінтеграцію соціальних зв'язків та інститутів. Можна констатувати настання «епохи криз», пов'язаних з прискоренням соціокультурного розвитку, масовизацією, щоразу більш ускладненою диференціацією, перманентною інновацією в різних сферах життя суспільства. Як наслідок – розмивається тотожність людини із собою і єдність соціуму.

Якщо феномен масовості має переважно негативну конотацію на рівні як суспільної, так і спеціалізованої філософської свідомості, то тісно пов'язаному з масовидними процесами феномену демократії здебільшого притаманне позитивне забарвлення – і це при тому, що, як зауважив Кароль Бунш, шляхом голосування можна стати правителем, але не чоботарем. Ще одну істотну особливість зауважив Ісайя Берлін у «Двох концептах демократії»: попри стереотипізоване уявлення, демократичні суспільства – не обов'язково союзницькі й неконфронтаційні.

Зауважені особливості актуалізують потребу розгляду демократії як буттєвої сфери, котра апріорі немислима поза масовидними процесами і тенденціями. Крім того, демократія як суспільний лад і спосіб життєдіяльності містить чимало інших іманентних світоглядних інтриг, які не лише виправдовують її аналіз, а й роблять потребу таких рефлексійних зусиль неухильною і безальтернативною. З-поміж амбівалентних аспектів інтригують інваріанти принципів демократії, історичні форми й теоретичні моделі демократії, демократія як світогляд, ефективність демократії – як передовсім співвідношення демократії та рівня життя. Насамкінець варто сформулювати чи не вирішальне для світоглядно-конотативного відношення питання: наскільки панацея демократії є універсальною? Чи пак – наскільки демократія є панацеєю?

Спримітизоване тлумачення маскульту природного і соціального середовища легко сприймається і засвоюється масовизованим індивідом, який,

як правило, здебільшого не схильний до тривалого і складного пошуку істини. Таке «полегшене засвоєння» допомагає зберегти в умовах інформаційного вибуху психологічне, духовне і навіть фізичне здоров'я. Маскульт знімає болісну для індивіда маси проблему особистісного вибору, надаючи можливість делегувати прийняття рішень щодо істинності чи хибності отриманої через ЗМІ інформації різним коментаторам.

Крім того, масова культура фактично виконує функцію плацебо-ефекту, надаючи індивіду можливість почуватися обізнаним і «сучасним». Відбувається самоствердження суб'єкта пізнання, набуття ним почуття власної значущості, частково компенсуються збитки, спричинені комплексом неповноцінності як результату того, що на підсвідомому рівні індивід підозрює про свій невисокий світоглядно-інтелектуальний рівень.

Особливостями сучасної ситуації є динамізм, нерівномірність, суперечливість розвитку суспільства. Люди втратили почуття критеріальної визначеності. Лавиноподібне наростання новацій для свідомості пересічної людини є джерелом тривоги і водночас нових перспектив. Людина постає перед необхідністю розв'язання проблеми адаптації до нових умов життя. Види адаптації бувають різними: екологічна, професійна та соціальна. Засоби масової інформації сприяють соціалізації людини в складних умовах сучасності, навчаючи дієвим способам регуляції життєдіяльності в суперечливій і динамічно мінливій обстановці, допомагають впоратись із конфліктними ситуаціями. Втім, виникає питання вартості таких світоглядних, онтологічних і психологічних «амортизаторів»: чи не занадто велику ціну ми сплачуємо за такий плацебо-ефект? Зрештою, виникає ще більш сакраментальне питання: а чи маємо ми вибір?

У третьому розділі «Масовидні тенденції сучасності: закономірності й особливості» узагальнено фактори і буттєві сфери масовизації, які здійснюють визначальний вплив на генезис і перспективи розвитку сучасного суспільства і культури.

Суспільство масового споживання – це той змістовний маркер сучасного соціуму, який ніхто з дослідників не ставить під сумнів. Причина такого консенсусу пояснюється тим, що цей тип суспільства має чимало структурних складових, які забезпечують йому саме такий статус. Йдеться про глобальну взаємодію, мегатренди розвитку, масову культуру, засоби масової інформації і, звичайно ж, людину маси, яка є не лише квінтесенцією інших структурних компонентів суспільства масового споживання, а й набуває ознак спонукального чинника явищ і процесів, в основі яких лежить масовий ефект.

Сучасний індивід, навіть будучи доволі освіченим, залишається фахівцем лише в окремій сфері (максимум – у кількох сферах). В інших галузях він об'єктивно потребує «інформаційних навігаторів» у формі коментаторів, інтерпретаторів, аналітиків та рекламних агентів, які дозволяють оперативно зорієнтуватися в безмежному просторі інформації про суспільні події, господарсько-технічні тенденції, соціокультурні новації і тренди, альтернативи розвитку тощо.

Адекватне уявлення про масову культуру можна отримати, помістивши її в такий контекст: масове суспільство, масове виробництво, масове споживання, масова комунікація. З них впливають найважливіші атрибути масової культури, що відзначаються різними дослідниками: 1) орієнтована на максимально велику аудиторію, а тому, з одного боку, максимально 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.

Основним транслятором нового виду культури стали сучасні засоби масової комунікації. Кінематограф, Інтернет, популярна література заповнили дозвілля людини і набувають усе більш вирішального впливу на свідомість людей. Образи популярної культури увійшли в життя практично всіх і кожного, захоплюючи пересічного індивіда в комунікативні практики на всі рівнях, в інтригуючу гру, яка надає сучасному соціуму все більш виразних ознак «суспільства театру» (І. Гофман).

Засоби масової 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, актуалізовані й загострені перебігом суспільного розвитку. Завдяки глобалізації ЗМІ, комп'ютерних мереж та доступності інформдозвілля виникає глобальна мода на певну музику, стиль одягу, поведінку тощо. У масовому суспільстві найпоширенішою і найбільш характерною культурною позицією постає споживацьки-розважальна.

Мегатренд масовизації і стандартизації культури, який Еліас Канетті та Хосе Ортега-і-Гассет критикували як загрозу гуманізму та майбутньому всього суспільства, а Роберт Музіль відрекомендував небезпекою «людини без властивостей», нині сприймається як соціальна норма і навіть як взірць для наслідування: не людина привласнює, інтеріоризує елементи зовнішнього світу, а саму людину «привласнює» новітня культурна індустрія. Це простежується на рівні стереотипних вердиктів: успішна жінка користується лише такою косметикою, мужній чоловік палить тільки такі цигарки і вживає саме таке віскі, молодь віддає перевагу винятково цьому (а не іншому!) спортивному бренду.

У ХХ столітті вільний ринок значною мірою переродився в деградуючий економічний механізм. Можна виокремити щонайменше три генеалогічно зумовлені причини руйнування вільного ринку: по-перше, він суттєво деформується внаслідок державної регламентації промисловості й торгівлі; по-друге, він призводить до фатального протиріччя – необмеженого зростання виробництва, яке ігнорує обмеженість ресурсів Землі; по-третє, «моральні правила», що лежать в основі ринкової економіки, мають неекономічне походження, що тягне за собою фатальні колізії. В результаті комплексної взаємодії цих факторів до кінця ХХ століття парадигма вільного ринку поступилася місцем парадигмі масового споживання, в межах якої ринкові

відносини хоч і залишаються в силі, але грають вже аж ніяк не перший скрипку.

Епоха спонтанного дії ринкових механізмів пішла в минуле, звільнивши місце епосі продавців повітря і ловців мрій. Нині саме цей мегатренд визначає ринкову значущість будь-якого фактора і явища. Хоча фактор споживання є невід'ємним атрибутом і навіть імперативом кожного індивідуального і соціального буття людини, однак ґрунтовна рефлексія з приводу цього феномена тільки починає набирати обертів. Зокрема, філософи осмислюють еволюцію споживчих форм, аналізують споживання як функцію культури і ментальності, світоглядні азимути, що лежать в основі маркетингових технологій; психологів цікавить несвідоме, спонтанне, баланс раціонального/іраціонального в споживчих практиках; соціологи віддають перевагу соціальним факторам і моделям споживання: потреб, мотивів, рекламної комунікації і т. ін.

Ідеологія консьюмеризму змістовно включає наступні положення: 1) споживання – це нескінченний процес; 2) споживання – єдино можлива форма вияву абсолютної свободи; 3) споживання – єдино можливий процес соціального пізнання, соціалізації і стратифікації; 4) споживання – це безпосередня участь у виробництві (споживання як «негативне виробництво» і в той же час ресурс для виробництва благ); 5) споживання – винятковий механізм для індивідуалізації людини і її розвитку; 6) задоволення від споживання становить моральний стрижень сучасної людини.

Епіцентром світоглядної напруги сьогодення варто визнати торжество теорії і практики радикального гедонізму, яке завдяки своєму транквілізуючому ефекту подекуди призводить навіть до атрофії інстинкту самозбереження. Е. Фромм не випадково привернув увагу до того, що *бути* і *мати* – це два основні споконвічні способи людського існування. Проблема полягає в тому, що багатьма людьми володіння вважається найбільш природним способом існування і навіть єдино прийнятним способом життя людини.

ВИСНОВКИ

Підсумки дисертаційного дослідження підбито у таких положеннях.

1. Ніщо не відображає сутність сучасного суспільства виразніше, ніж змістовний маркер «масове». Зрештою, елемент маси постає невід'ємним атрибутом і навіть імперативом кожної системи соціокультурної дійсності. Більше того: маса і суспільство – суть тавтологія. Однак, будучи породженням, атрибутом і навіть імперативом соціального, маса в результаті спонтанного, латентного, генетично закладеного в ній експансіонізму, з часом поглинає соціальне, паралізує його сутнісні функціональні механізми, загрожує онтологічному суверенітету соціального, ставить під сумнів саму буттєву фактичність, достовірність соціального.

2. Між соціокультурною динамікою та фактором мас існує корелятивна взаємозалежність: якщо в доіндустріальні епохи суспільство було генератором мас, вбачаючи в них ключовий ресурс свого функціонування, то попередні два століття минули під знаком оберненої детермінативної піраміди – маси набувають виразних суб'єктних ідентитетів, щоразу більше визначаючи буттєві пріоритети суспільства в найрізноманітніших сферах.

3. Людина-індивід та людина-маса – це два принципово різних явища. Цю різницю можна стисло і ємно підсумувати таким чином: якщо *індивіда переконують*, то *масі навіюють*. Масову людину характеризують дві основні риси: нестримне зростання життєвих потреб і перманентні намагання полегшити своє життя. Масу найбільше цікавить власний добробут і найменше – джерела цього добробуту.

Індивід у натовпі – це піщинка в масі інших піщинок. Якими б не були індивіди, що складають масу, їх перетворення в натовп достатнє для того, щоб вони опинились під впливом «колективного без свідомого» чи то «колективної душі» (К. Г. Юнг, Г. Лебон), яка змушує їх відчувати, думати і діяти інакше, ніж думав, діяв і відчував би кожен з них поодиноці, окремо. У колективній душі інтелектуальні здібності індивідів і загалом їхня індивідуальність зникають; різнорідне тоне в однорідному, гору беруть несвідомі якості.

Колективне безсвідоме дозволяє людям спілкуватися безпосередньо, оминаючи «блокпости» свідомості. Його природа позаособова; воно успадковується, а не розвивається, а якщо й розвивається, то не на індивідуальному, а на колективному рівні. Як резюмував К. Г. Юнг, колективне безсвідоме – це світ по той бік свідомості: на рівні безсвідомого людина вже (чи пак – ще) не є чітко вираженою індивідуальністю, особистістю.

4. Ключовою особливістю натовпу є його готовність бути об'єктом, реципієнтом навіювання. Навіяна ідея оперативно передається всім, а опанувавши натовпом, прагне виразитися в дії. Оскільки ж для натовпу неймовірного не існує в принципі, то зникають перепони на шляху реалізації практично будь-яких ідей. Гіпертрофована чуттєвість призводить до того, що натовп не знає ні сумнівів, ні коливань. Сила почуттів натовпу збільшується внаслідок відсутності відповідальності: впевненість у безкарності тим сильніша, чим більший натовп, а усвідомлення чисельної могутності спонукає виявляти такі почуття й здійснювати такі дії, які неможливі для окремої людини. Судження натовпу практично ніколи не є результатом всебічного обговорення. Хто володіє мистецтвом справляти враження на уяву натовпу, той володіє мистецтвом управляти ним.

До переліку характерних ознак натовпу належать такі: імпульсивність, дратівливість, нездатність обмірковувати, відсутність рефлексії і критики, перебільшена чуттєвість і т. ін., які спостерігаються в істот, що належить до нижчих форм еволюції. Таким чином, стаючи часткою натовпу, людина фактично спускається на кілька щаблів нижче сходами цивілізаційного становлення.

5. Масова культура перетворилася з продукту функціонування мас на повноцінного суб'єкта, інструмент, спонукальний чинник, практика функціонування якого призводить до ще більшої масовизації суспільства. Підвищенням ролі й розширення функціонального діапазону масової культури пов'язані передовсім зі збільшенням числа суб'єктів історичної діяльності, які є носіями цінностей цього типу культури. Стрімкий розвиток науки й техніки, котрі призвели до трансформації суспільства в постіндустріальне й інформаційне, вплинули й на масову культуру, яка в наш час претендує на монопольний статус.

6. Основними функціями масової культури слід визнати адаптаційну, комунікативну, соціалізуючу, рекреаційну, ідеологічну, ціннісно-орієнтаційну. Однак найбільш виразною функціональною складовою масової культури є її органічна здатність здійснювати уніфікацію людської суб'єктивності, створювати ілюзію нівелювання відмінностей між людьми і універсальності всіх проблем, з якими має справу людина.

Тексти масової культури мають міфологічну етиологію, яка простежується на прикладі нерелективності, безальтернативності, стереотипності, клішованості, реактивації архетипного потенціалу і апелювання до сфери колективного несвідомого. За великим рахунком, масова культура постає сучасною міфологією з усіма її атрибутами і функціями, а картина світу, притаманна сучасній масовій свідомості, свідчить про домінування міфологічного світовідчуття.

Масова культура істотно трансформує мислення, котре набуває ознак поверховості, здатності «ковзати» по поверхні значних інформаційних площ і сприймати значні обсяги інформації, однак без її ґрунтового осмислення і критично-рефлексійного засвоєння. Це «кліпове», образне мислення постає імперативом сучасності.

7. Той факт, що масовидні форми в тій чи іншій мірі були притаманні різним історичним періодам, не дає достатніх підстав розглядати масову культуру в якості перманентного атрибута культурно-історичного розвитку людства. Більш коректним і аргументаційно переконливим слід визнати тезу про те, що масова культура є специфічним соціокультурним феноменом, котрий виникає на певному щаблі розвитку суспільства. До її основних характерних ознак відноситься генеалогічний зв'язок із засобами масової комунікації та інформаційними технологіями.

Масова культура відіграє провідну роль у системі культури постіндустріального суспільства, а масова людина набула монопольного статусу універсального арбітра, до якого апелюють політики, ЗМІ, реклама. Саме масова людина легітимізує, канонізує і освячує будь-яке сучасне явище, тенденцію і трансформацію.

8. Сучасні ЗМІ не стільки відображають реальність, скільки формують уявлення про реальність, генеруючи громадську думку і спрямовуючи її в напрямку певних світоглядно-аксіологічних, споживацьких та стереотипних трендів. Будучи де-факто монополістами в інтерпретаційній сфері масової

свідомості, сучасні ЗМІ можуть скинути з п'єдесталу значущості будь-які фактичні показники, надавши вирішального значення навіть незначним факторам і невиразним тенденціям.

9. Пізнання, здійснюване в рамках масової культури, є привабливим для мас з низки причин. Зокрема, «полегшена» інтерпретація маскультом змістовної ієрархії повсякденності компліментарно сприймається і засвоюється масовизованим індивідом, який здебільшого не схильний до тривалого і складного пошуку істини.

Попри очевидні недоліки, таке «полегшене засвоєння» водночас має і деякі переваги: зокрема, будучи адаптованим до потреб середньостатистичного індивіда, воно допомагає йому зорієнтуватись в умовах інформаційного пресингу. Крім того, маскульт знімає болісну для індивіда маси проблему особистісного вибору, надаючи можливість делегувати прийняття рішень щодо істинності чи хибності отриманої через ЗМІ інформації різним коментаторам.

10. На відміну від спеціалізованої (високої, елітарної) культури, яка завжди була орієнтована на інтелектуальну, мислячу публіку, масова культура свідомо орієнтується на «середній» рівень масових споживачів. Головним каналом поширення масової культури є сучасні засоби комунікативної техніки (книгодрукування, преса, радіо, телебачення, кіно, відео- та звукозаписи).

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 складна для розуміння. Суспільству потрібна система засобів смисловим адаптації, «перекладу» трансльованої інформації з мови високоспеціалізованих галузей культури на рівень повсякденного розуміння, «розтлумачення» цієї інформації масовому споживачеві.

В умовах зростаючої спеціалізації знання і ускладнення його знакових кодів чимало сфер високої, елітарної культури (художньої, наукової, філософської) залишаються недоступними для більшості людей. Їх основи в спрощеному вигляді формулює масова культура, котра володіє особливою системою засобів смислової адаптації. Ця здатність масової культури здійснювати зв'язок між повсякденним та спеціалізованим знанням стала на рубежі XIX – XX століть однією з причин її появи.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Бойко А. О. Феномен масової культури крізь призму ієрархії змістовних атрибутів / А. О. Бойко // Вища освіта України: теоретичний та науково-методичний часопис. – № 2, Додаток 1. – 2015. – С. 158–162. (Темат. вип. «Наука і вища освіта»).

2. Бойко А. О. Людина масової культури у сучасному суспільстві / А. О. Бойко // Релігія та Соціум. Міжнародний часопис. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. – № 4 (20). – С. 133–138.

3. Бойко А. О. Структурно-функціональний аналіз масової культури / А. О. Бойко // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Серія «Філософія». – Харків : ХНПУ, 2015. – Вип. 44. – С. 18–31.

**Статті у виданнях, що включені
до міжнародних наукометричних баз даних:**

4. Бойко А. О. Фактор маси і його кумулятивний ефект в сучасному суспільстві / А. О. Бойко // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : «Видавництво «Гілея», 2015. – Вип. 98 (7). – С. 215–218. *(Входить до міжнародних наукометричних баз даних: EBSCO Publishing, Inc.; SIS (Scientific Indexing Services); EBSCO InfoBase Index; PИИЦ).*

5. Бойко А. О. Масова людина, масова культура і засоби масової інформації як сутнісні ознаки суспільства масового споживання / А. О. Бойко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць / Під ред. В. Г. Воронкової. – Вип. 62. – Запоріжжя: ЗДІА, 2015. – С. 74–84 *(Входить до міжнародних наукометричних баз даних: Ulrich's Periodicals Directory; PИИЦ (Росія); EBSCO InfoBase Index; WorldCat; Academic Search Engine (BASE); ResearchBib; Directory of Open Acces Journals (DOAJ)).*

6. Бойко А. А. Человек массы в обществе массового потребления / А. А. Бойко // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : «Видавництво «Гілея», 2016. – Вип. 105 (№ 2). – С. 229–233. *(Входить до міжнародних наукометричних баз даних: EBSCO Publishing, Inc.; SIS (Scientific Indexing Services); EBSCO InfoBase Index; PИИЦ).*

7. Бойко А. О. Філософська рефлексія сучасної культури епохи суспільства масового споживання / А. О. Бойко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць / Під ред. В. Г. Воронкової. – Вип. 64. – Запоріжжя: ЗДІА, 2016. – С. 90–99. *(Входить до міжнародних наукометричних баз даних: Ulrich's Periodicals Directory; PИИЦ (Росія); EBSCO InfoBase Index; WorldCat; Academic Search Engine (BASE); ResearchBib; Directory of Open Acces Journals (DOAJ)).*

Публікації в інших наукових виданнях, матеріали конференцій:

8. Бойко А. О. Людина масової культури та культура масової людини: рефлексії щодо сутнісних ознак / А. О. Бойко // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. В.П. Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. – Вип. 127. – С. 121–131.

9. Бойко А. О. Типологія культури епохи суспільства масового споживання / А. О. Бойко // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 7. Релігієзнавство. Культурологія. Філософія: [Зб. наукових праць] / ред. рада: В. П. Андрущенко (голова); за ред.

проф. О.В. Уваркіної. – К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. – Вип. 35(48). – С. 3–9.

10. Бойко А. О. Масова культура і засоби масової комунікації крізь призму глобального інформаційного середовища / А. О. Бойко // Імперативи поступу України в умовах цивілізаційних викликів сучасного світу: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 27 січня 2015 р. – К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. – С. 13–15.

АНОТАЦІЇ

Бойко А. О. Феномен маси як атрибут суспільства і культури. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук за спеціальністю 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України. – Київ, 2016.

У дисертації концептуалізовано тезу, згідно з якою між соціокультурною динамікою та фактором мас існує корелятивна взаємозалежність: якщо в доіндустріальні епохи суспільство було генератором мас, вбачаючи в них ключовий ресурс свого функціонування, то попередні два століття минули під знаком оберненої детермінативної піраміди – маси набувають виразних суб'єктних ідентитетів, щоразу більше визначаючи буттєві пріоритети суспільства в найрізноманітніших сферах.

Носієм цінностей масової культури є людина маси – недиференційований суб'єкт з невираженим особистісним стрижнем, особливостями якого є некритичність сприйняття дійсності, світоглядно-аксіологічна інфантильність тощо. «Масова людина» рекрутується з усіх соціальних верств – у цьому сенсі масова культура постає феноменом, котрому притаманні ознаки всезагальності.

Якісні параметри масової культури обумовлені особливостями конкретно-історичної маси. Маса сучасного формату – це сукупність індивідів, об'єднаних насамперед спільністю споживаної продукції – інформації, розваг, моди, іміджевих ролей і стереотипів.

Ключові слова: маса, суспільство, масова культура, атрибут, імператив, генезис, причинно-наслідкові зв'язки, особливості й закономірності, змістовно-функціональний статус.

Бойко А. А. Феномен массы как атрибут общества и культуры. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.03. – социальная философия и философия истории. – Институт высшего образования Национальной академии педагогических наук Украины. – Киев, 2016.

В диссертации концептуализирован тезис, согласно которому между социокультурной динамикой и фактором масс существует коррелятивная взаимозависимость: если в доиндустриальную эпоху общество было

генератором масс, усматривая в них ключевой ресурс своего функционирования, то предыдущие два века прошли под знаком обратной детерминативной пирамиды – массы обретают выразительный субъектный идентитет, все более определяя бытийственные приоритеты общества.

Носителем ценностей массовой культуры является человек массы – недифференцированный субъект с невыраженным личностным стержнем, особенностями которого являются не критичность восприятия действительности, мировоззренчески-аксиологическая инфантильность и т. п. «Массовый человек» рекрутируется из всех социальных слоев – начиная с социального дна и заканчивая истеблишментом. В этом смысле массовая культура предстает феноменом, которому присущи признаки всеобщности.

Императивным признаком массовой культуры является не количество носителей ее ценностей, а особые ее качества: высокая степень адаптивности, производство определенного типа сознания – пассивного и нетворческого, ориентация на вкусы и потребности «среднестатистического индивида», использование средств массовой коммуникации как основного канала распространения и потребления ее ценностей.

Качественные параметры массовой культуры обусловлены особенностями конкретно-исторической массы. Масса современного формата – это совокупность деперсонализированных индивидов, объединенных не столько участием в той или иной деятельности, сколько общностью потребляемой продукции – информации, развлечений, моды, имиджевых ролей, стереотипов, а также единством картины мира и системы ценностей.

В отличие от массовой культуры индустриального общества, массовая культура постиндустриального общества выполняет не только гедоническую, коммуникационную, идеологическую, ценностно-ориентационную и рекреативную функции, но и является мощным инструментом конструирования квази-реальности, создаваемой средствами массовой коммуникации, особой мировоззренчески-аксиологической системой, в рамках которой реальность замещается копиями; мифологизацией реальности.

Человек – результирующий эффект социокультурных реалий. В свою очередь, социальная и культурная действительность формируется под влиянием человека, его активности в различных сферах жизнедеятельности. Такая взаимозависимость приводит к тому, что понятие «человек массовой культуры» и «культура массового человека» приобретают родственные, синонимические признаки. Их содержательное, сущностное разграничение является сложной теоретико-методологической задачей социальной философии.

Ключевыми характерными признаками индивида, оказавшегося под влиянием массы, являются распыление сознательной личности и доминирование на уровне принятия решений бессознательной личности, ориентация мыслей и чувств в одном направлении вследствие внушения, готовность к немедленной реализации навязанных идей. Фактически индивид перестает быть самим собой, становясь безвольной марионеткой внешних манипуляций. Поэтому исчезает субъект социокультурной процессуальности, а

перспективы функционирования общества становятся заложниками непредсказуемости броуновского принципа действия масс.

Ключевые слова: масса, общество, массовая культура, атрибут, императив, генезис, причинно-следственные связи, особенности и закономерности, содержательно-функциональный статус.

Boiko A. A. The crowd phenomenon as an attribute of society and culture – Manuscript.

This dissertation conceptualizes the thesis, according to which there is a correlative interdependence between socio-cultural dynamics and factor of human masses: while in the pre-industrial era, human society was the generator of the masses, and been viewed as a key resource for its functional activities, the past two centuries have passed under the sign of the inverse determinative pyramid - human masses gained expressive personal symptoms more and more defining existential priorities of society in various fields.

The bearer of the popular culture values is a mass man - a hypothetical common man with unexpressed personal core, uncritical perception of reality, ideological and axiological infantilism, etc. “Mass man” exists in all social strata - in this sense, popular culture is a phenomenon with signs of generality;

The qualitative parameters of popular culture are influenced by the features of the concrete historical human masses. Modern mass society is characterized by the absence of unique values or distinct personality traits, individuals united by common primarily consumed products - information, entertainment, fashion, imaginary roles and stereotypes.

Keywords: mass society, mass culture, attribute, imperative, genesis, cause and effect, characteristics and patterns, meaningful and functional status.