

Міністерство освіти та науки України
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського»

На правах рукопису

УДК 130.122 + 133.4 + 304.4

Кучерук Олег Олексійович

**ТРАНСФОРМАЦІЯ МОЛОДІЖНОЇ СВІДОМОСТІ В
КОНТЕКСТІ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ:
СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ**

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Дисертація

на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук

Науковий керівник:

Добролюбська Юлія Андріївна

доктор філософських наук, професор

Одеса – 2016

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Теоретичні підстави вивчення феномена молодіжної масової культури	
1. 1. Масова культура в полі філософської рефлексії	9
1. 2. Сутнісний зміст сучасної масової молодіжної культури.....	29
Висновки до першого розділу.....	52
Розділ 2. Неоміфологія сучасності та субкультурні течії в трансформації молодіжної свідомості	
2. 1. Методологія дослідження молодіжної свідомості в соціально-філософській ретроспективі.....	56
2. 2. Трансформаційний вплив масової культури на міфологізацію молодіжної свідомості	75
2. 3. Трансформаційний аспект молодіжних субкультурних течій.....	98
Висновки до другого розділу.....	120
Розділ 3. Вплив масової культури на трансформацію молодіжної свідомості	
3. 1. Концепти масової культури в трансформації молодіжної свідомості.....	124
3. 2. Домінанта мережевих комунікацій у трансформації ментальності українського суспільства.....	146
Висновки до третього розділу.....	166
Висновки	169
Список використаних джерел	173

ВСТУП

Актуальність дослідження. Реальність сучасного світу демонструє повне перетворення цивілізації, зміни соціокомунікативного, економічного, політичного і культурного середовища. Важливу роль в зазначених процесах займає глобалізація, що затвердилася в сучасному світі, структурним елементом якої є масова культура. Розвиток техніки і технологій, доступність мережі Інтернет, стихійність саморозвитку мережевої архітектури, глобальна соціально-мережева задіяність молоді в світові інформаційні потоки, демонструють наростання трансформаційних тенденцій, верифікувати вектор руху яких на сьогоднішній день вельми складно. Дослідження трансформації молодіжного мислення в контексті відновлення і перетворення сумарного аксіологічного базису набувають статус, що превалює, оскільки стосуються майбуття, стратегії та перспективи соціокультурного будівництва в будь-якій державі.

Теоретичне осмислення проблем масової молодіжної культури, трансформації молодіжної свідомості носить уривчастий і фрагментарний характер. Досліджуються окремі сегменти молодіжних культурних практик, при цьому відсутній системний теоретичний пласт, що охоплює найбільшу різноманітність причин і домінант, які сприяють трансформації молодіжного світосприйняття, котрий аналізує можливі форми соціокультурних конструкцій в футурологічній перспективі.

Здійснення системного дослідження різноманітних факторів, які впливають на трансформацію молодіжної свідомості в контексті масової культури, аналіз їх сутнісного змісту постали **науковим завданням** для дисертанта.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Робота виконана в рамках наукової тематики кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу

«Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» «Методологія та технологія сучасного філософського пізнання» (№ 011U010462) і є одним з аспектів соціально-філософського дослідження теоретико-методологічних основ трансформаційних процесів сучасного українського суспільства. Тема дослідження затверджена на засіданні Вченої ради університету, протокол № 5 від 29.12.2014 р.

Мета роботи – виявити особливості трансформації молодіжної свідомості в контексті масової культури.

Досягнення вищевказаної мети зумовлене певними дослідницькими задачами:

- дослідити теоретичні підвалини феномена молодіжної свідомості;
- розглянути методологічне підґрунтя та сутнісний стан масової молодіжної культури в контексті її трансформаційного впливу на масову молодіжну свідомість;
- здійснити соціально-філософський аналіз масової молодіжної культури та її вплив на трансформацію молодіжної свідомості;
- розкрити вплив різномірних концептів масової молодіжної культури на трансформацію молодіжної свідомості у соціально-філософській площині;
- з'ясувати багатоаспектні соціокультурні трансформаційні фактори, що сприяють формуванню новоархаїчного простору в молодіжному середовищі;
- виявити особливості розвитку молодіжних субкультур та їх перехід в стан постсубкультур і включення зазначених спільнот в єдине поле масової молодіжної культури;
- прослідкувати вплив комунікативного потенціалу мережі Інтернет на трансформацію ментальності українського соціуму.

Об'єктом дослідження є зміст і сукупність трансформаційних домінант сучасної масової молодіжної культури.

Предмет дослідження – трансформація молодіжної свідомості в контексті масової культури.

Методологічне підґрунтя дисертаційного дослідження.

Методологічною базою дисертації є ідеї, теорії та концепції ретроспективної філософської рефлексії, спрямованої на досягнення феноменів становлення інформаційної цивілізації, розвитку масової молодіжної культури в контексті її трансформаційного впливу і формування нової світоглядної парадигми. У стратегії осмислення проблематики масової молодіжної культури застосовувались соціокультурний, соціально-філософський і конструктивно-критичний підхід.

Діалектичний метод надав можливість простежити явище масової молодіжної культури в його хронотопному розвитку з аналізом всіх тих накопичуваних протиріч, що сприяли становленню та трансформації даного феномена. Застосування критичного методу дозволило розглянути предмет дослідження крізь призму його конструктивного і деструктивного змісту з урахуванням можливості імовірнісного прогнозування поточних соціокультурних тенденцій. Метод аналітичного абстрагування допустив здійсненність відволікання від ряду сутнісних характеристик даного феномена з одночасним витяганням і аналізом властивостей сторін і аспектів масової молодіжної культури, які цікавлять дослідника. Метод узагальнення та систематизації привів до сукупного об'єднання різнобічних граней предмета з подальшим зведенням даної множинності до абстрактно-узагальнюючих висновків. Актуальність методу соціально-філософського аналізу виправдана необхідністю розгляду проблематики трансформації молодіжної свідомості в контексті її загальності, суб'єкт-об'єктності та універсальності. Синергетичний підхід дозволив розглянути предмет дослідження в контексті його стихійної самоорганізації та нелінійності.

Робота виконана з дотриманням основних принципів гуманітарного дослідження: об'єктивності, всебічності та системності, що надало

можливість розгляду трансформації молодіжної свідомості в контексті масової культури в площині генезису, розвитку, діалектичної взаємодії та потенційної спрямованості еволюціонування цього явища.

Наукова новація дисертації полягає в тому, що вперше у соціально-філософській площині розглядаються проблеми впливу масової молодіжної культури на трансформацію молодіжної свідомості. Аналіз української соціально-філософської методологічної бази показав, що дана проблематика не мала належного висвітлення.

Вперше:

– піддається широкому висвітленню сукупність сучасних інформаційних домінант, спрямованих на трансформацію молодіжної свідомості; при цьому вони розглядаються під кутом саме масової молодіжної культури, що видозмінила та розширила технології маніпулювання масовою свідомістю;

– молодіжні субкультури позбавляються традиційного онтологічного статусу як структури, що опонують офіційним соціальним та політичним інститутам і трактуються як технічно-детерміновані ідейним полем масової культури спільноти, що штучно формуються під впливом економічної кон'юнктури.

Дістало подальшого розвитку:

– ідея входження суспільства в постінформаційний стан, коли інформація стає не просто глобальним ресурсом управління, а й соціомашиною трансформаційного впливу, що володіє рушійною силою соціокультурного та ментального переформатування молодіжного світосприйняття;

– теоретичні положення футурологів Е. Тофлера і Ж. Фреско, щодо перспектив розвитку постіндустріального світу в предметному аспекті трансформації молодіжної свідомості в контексті масової культури;

– думка про екзистенційну унікальність та неповторність людського ества, необхідність індивідуального «бунту» проти стану речей, який складається в сучасному суспільстві, коли масова свідомість стає скерованою та спрямованою у бік споживчих цінностей.

Уточнено:

– поняття «масова молодіжна свідомість» в контексті модернізації технологій маніпулювання та управління громадською думкою;

– проблемне питання міфологізації молодіжної свідомості і роль масової молодіжної культури у формуванні новоархаїчного простору в молодіжному соціальному середовищі;

– сутнісний зміст «масової молодіжної культури», яка інтегративно глобалізована і вестернізована за своєю суттю, відповідає цінностям молоді, на формування яких активно впливає та формується на основі кон'юнктурно-економічної детермінації;

– домінанта мережевих комунікацій у модусі трансформації ментальності українського суспільства, яка полягає в масовому залученні українців до мережевого обміну інформацією, що контекстуально обумовлено глобальними трансформаційними тенденціями сучасного постіндустріального світу;

– субстанціональний зміст сучасної молодіжної субкультури, яка втратила початковий сенс в ідейній опозиції політичним і комерційним інститутам, і стала шоу-бізнес-технологією формування штучно створених молодіжних спільнот.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що дозволяє виявити особливості масовізації і міфологізації молодіжної свідомості, виробляти регулятивну політику української держави в галузі молодіжної політики і національно-патріотичного виховання, здійснити оцінку соціокультурних процесів в молодіжному середовищі з урахуванням

трансформаційних можливостей і потенціалів Інтернет-простору, який стихійно самовідтворюється та трансформується.

Положення дисертації надають можливість вирішувати питання гармонізації суспільного життя в аспектах різномірних проблем сучасного молодіжного буття, яке перебуває в стані постійної соціокультурної трансформації.

Ідеї, зміст і висновки дисертації можуть бути використані в практиці викладання загальних курсів з філософії, соціальної філософії, культурології, педагогіки, пов'язаних з проблематикою молодіжної масової культури, технологічної детермінації у формуванні сучасного типу свідомості, трансформації молодіжного світосприйняття.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною роботою. Висновки та основні положення дисертаційної роботи розроблені автором на основі результатів, отриманих у процесі дослідження.

Апробація результатів дисертаційного дослідження здійснювалася під час методологічних семінарів кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності, кафедри всесвітньої історії та методології науки, у виступах на конференціях ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», на ряді міжнародних та загальноукраїнських конференцій, науково-практичних семінарах університетів України: «Методологія та технологія сучасного філософського пізнання» (Одеса, 2014 р.), «Історіосфера» (Одеса, 2013, 2014, 2015 р.р.), «Людина віртуальна: нові горизонти» (Рубіжне – Харків – Київ – Житомир – Баку – Ніш – Зелена Гура, 2015 р.), «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» (Одеса, 2015 р.).

Публікації. Загальний зміст та висновки дисертаційного дослідження відображені в 13 публікаціях без співавторів. У тому числі – 5 статей в спеціалізованих фахових виданнях зареєстрованих у МОН України; 1 стаття у науковому виданні іншої держави; 7 – тези та матеріали конференцій.

Розділ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ВИВЧЕННЯ ФЕНОМЕНА МОЛОДІЖНОЇ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

1. 1. Масова культура в полі філософської рефлексії

Сучасна соціокультурна ситуація демонструє домінування масової культури в усіх галузях і напрямках культуротворчого процесу. Телебачення, глянцеві журнали, соціокомунікативний простір Мережі Інтернет, субкультурні молодіжні організації відштовхуються від аксіологічних і світоглядних установок, що надаються масовим культурним простором. У суспільстві з ліберативно-демократичним вектором розвитку масову культуру прийнято вважати закономірним явищем, що забезпечує можливість індивідуальної самоідентифікації відповідно до домінуючої культурної ідеології. Масова культура при цьому є цілеспрямовуючим орієнтиром, що сприяє гармонійному входженню людини в соціум, виконуючим для неї регулятивно-адаптаційну функцію. Але так само особливістю масової культури є її непомітний вплив на пересічну особистість, з подальшою уніфікацією і стандартизацією свідомості, породженням ілюзії соціальної гармонізації. Відбувається трансформація мислення у відповідності до внутрішнього змісту масової культури, яка є структурним компонентом глобалізації, що ствердилась в планетарному масштабі.

Становлення масового суспільства і введення у філософський термінологічний апарат понять «маса», «масова людина», «колективне несвідоме», «надлюдина», «соціальний факт», «натовп», «публіка» йде корінням ще в XIX – початок XX століття. У зазначеному контексті слід згадати теоретичні побудови Ж. Батая [12], М. О. Бердяєва [20], Р. Генона [44], Е. Дюркгейма, Е. Каннето, Г. Лебона [107], К. Манхейма [118], Ф. Ніцше [131], Х. Ортеги-і-Гассета [134], Г. Тарда [107], З. Фрейда [181], О. Шпенглера [201], К. Юнга [177] та інших класичних мислителів, що

стояли в авангарді соціально-філософської рефлексії пізнього нового і новітнього часів. Їх положення ляжуть в основу теорії, що формується, індустріального, а згодом постіндустріального суспільства, що проявляє у своєму розвитку всі ознаки формування масовості і стандартизованості світосприйняття.

Представник філософії життя О. Шпенглер, працюючи над циклічної теорією розвитку історичного процесу, протиставляє поняттю «культура» поняття «цивілізація», обґрунтовуючи закономірність вмирання всякої цивілізації, в тому числі і «фаустівської», в результаті переходу «культури» в нову якість «цивілізації».

Виходячи з логіки міркувань великого класика та дотримуючись системної доцільності дисертаційного дослідження необхідно зробити невелике відхилення від ретроспективного філософського дискурсу і висказати деякі судження, щодо поняття «культура», оскільки розуміння цієї категорії надає можливість ефективного осмислення феноменів масової молодіжної культури. Отже, виникнення поняття «культура» йде корінням ще в античні часи, згодом цей термін еволюціонував від розкриття духовно-ментальних змістів певної людини, або народу до узагальнюючої категорії, яка є виразником духовної, матеріальної, світоглядної природи всього людства.

Сучасна дослідниця культури та масової культури Г. В. Костіна каже про те, що «до теперішнього часу в філософії, культурології, соціології, антропології вироблені визначення культури, яких налічується понад п'ятсот. Одні бачать в культурі найбільш оптимальний засіб адаптації індивіда до умов його існування в даному конкретно-історичному контексті, інші визначають дане поняття як сукупність матеріальних і духовних цінностей, вироблених людиною, треті під культурою розуміють виключно духовне життя суб'єкта. Деякі, висуваючи на перший план роль креативного початку,

сприймають культуру як процес творчої діяльності людини і суспільства. Ще одна група вчених розглядає культуру як форму історичного життя.

Серед даних підходів до визначення культури і концепцій культури можна виділити наступні: діяльнісну, історичну, соціологічну, аксіологічну, семіотичну, ігрову, символічну, етичну і деякі інші» [89, с. 16-17]. Відповідно, узагальнюючи соціально-філософський контекст дослідження категорії «культура» треба підсумувати, що в розумінні дисертанта культура являє собою переконання, цінності, ціннісні орієнтації і виразні засоби, які є спільною справою для будь-якої групи людей, що служать для упорядкування соціального досвіду та регулювання суспільних форм і типів поведінки.

Повертаючись до аналізу соціально-філософської спадщини щодо питання виникнення та розвитку масової культури необхідно підкреслити, що підвалини для дослідження вказаного феномену закладаються ще в некласичній парадигмі філософського мислення.

Так, Ф. Ніцше аргументує думку, що включення широких мас в процес культуротворення призводить до суспільного занепаду і виродження еліти. Використовуючи афоризми, він у в'їдливій формі висловлюється щодо масової людини і її сприйняття дійсності: «вся наша соціологія не знає іншого інстинкту, крім інстинкту стада, тобто підсумованих нулів, – де кожен нуль має «однакові права», де вважається чесною бути нулем ... ». У своєму творі «Так говорив Заратустра» Ф. Ніцше відтворює образ «надлюдини», яка є якісно новим еволюційним щаблем розвитку людського ества. Цей суб'єкт майбутнього, в інтерпретації Ф. Ніцше, володіє непохитною волею і індивідуальністю, є антиподом масової людини-пристосуванця.

К. Юнг вважає, що навколишнє середовище дозволяє суб'єкту проявити себе за допомогою тих установок, які підсвідомо знаходяться всередині особистості. Він увів у психоаналіз поняття «колективне несвідоме», що

складається з неусвідомлених першообразів-архетипів. «Коллективне несвідоме» К. Юнга є відображенням більш глибокого шару людської психіки, на відміну від «індивідуального несвідомого». Таким чином, з тверджень швейцарського психоаналітика випливає, що в людській природі закладені підсвідомі зумовленості до колективної самосвідомості.

Одними з ранніх теоретиків «масового суспільства» і «масової психології» є французькі соціологи і філософи Г. Лебон і Г. Тард. Зазначені мислителі розкривають закономірності формування масового суспільства, а також виявляють інструментарії впливу на колективні соціальні інстинкти. Г. Лебон вважає, що індивідуальність, потрапляючи під вплив масових психо-емоційних установок, виявляє схильність до зниження критичних здібностей розуму та піддається маніпулятивному зовнішньому впливу. Його колега Г. Тард викладає судження про те, що величезний вплив на процес соціалізації особистості надають засоби масової інформації, які формують громадську думку і світоглядну картинку. Г. Лебон і Г. Тард протиставляють визначенню «натовп» визначення «публіка», вказуючи на те, що останнє є «групою вищого розряду», що складається з більш ідейних і інтелектуально обдарованих соціальних одиниць. «Публіка, так само як і натовп, буває нетерпима, горда, упереджена, самовпевнена і під ім'ям думки вона має на увазі, щоб все їй підкорялося, навіть правда, – якщо вона їй суперечить... Але публіка різниться від натовпу тим, що яке б не було її походження, пропорція ідейної та віруючої публіки сильно переважає над публікою пристрасною і діючою, тим часом як віруюча і ідеалістична натовпу ніщо в порівнянні з натовпами, охопленими пристрасною і всенищівними» [107, с.282 - 283].

Так само одним з ранніх мислителів, що вивчає закономірності розвитку «масового суспільства», є талановитий іспанський філософ і соціолог Хосе Ортега-і-Гассет. У своїх філософських есе «Повстання мас» і «Дегуманізація мистецтва» Хосе Ортега-і-Гассет аналізує соціокультурну

ситуацію, що склалась в Європі, пов'язану з активним включенням «мас» в суспільну і культурну життєдіяльність. Мислитель критично ставиться до статистичного суспільства, в якому кожен знає своє місце і міркує про те, що «натовп» з побоюванням і обуренням ставиться до всього неординарного, готового кинути виклик стереотипній думці і смаку «маси». Філософ задається питанням, чи не є народ або маса біологічною основою, на тілі якої справжнє мистецтво відтворюється аристократичної елітою. «Протягом півтора століть «народ», маса претендували на те, щоб представляти «все суспільство». Музика Стравінського або драма Піранделло створюють соціологічний ефект, що змушує задуматися над цим і постаратися зрозуміти, що ж таке «народ», чи не є він просто одним з елементів соціальної структури, відсталою матерією історичного процесу, другорядним компонентом буття. Зі свого боку нове мистецтво сприяє тому, щоб «кращі» пізнавали самих себе, пізнавали один одного серед сірого натовпу і вчилися розуміти своє призначення: бути в меншості і битися з більшістю» [134, с. 221 - 222].

Схожі думки висловлює британський філософ та соціолог К. Манхейм. Він вважає, що в умовах становлення «масового суспільства», схильного до манипулятивного ідеологічного впливу, саме «демократичні еліти» повинні зіграти роль соціального арбітра, що не допускає формування тоталітарно-адміністративної моделі суспільного функціонування, і «не тільки зберегти абстрактний принцип демократії, але й надати йому нову форму» [118 с. 545]. Філософ підкреслює, що «Нова наука про людську поведінку дає в руки уряду знання про людський розум, яке можна використовувати для збільшення ефективності управління. Або перетворити його в інструмент, який грає на емоціях мас» [118, с. 542].

Французький філософ і містик, один з авторитетних мислителів в області метафізики і традиціоналістики Р. Генон вважає, що сучасний світ володіє всіма ознаками морального занепаду і є певним передвісником

радикального переформатування людського буття в нову якість. Філософ є послідовним критиком цивілізації, розкриваючи всі її хворобливі прояви, обґрунтовуючи, відштовхуючись від індуїстської традиції, закономірність деструктивізму темної епохи Калі-Юга, тобто нашого часу. Він виступає за інтелектуальне і духовне перетворення особистості за допомогою звернення до «Прімордіальної Традиції», до надлюдської божественної онтології, що принципово не пізнається раціональними методами. «Чи дійде сучасний світ до фатального кінця того шляху, на який він вступив? Або ще до того, як він впаде у безодню, що затягує його все більше і більше, знову станеться втручання сили, що виправляє, так само, як це трапилося в період занепаду греко-латинської цивілізації ... При такому стані речей ми потребуємо не просто часткового виправлення ситуації, але повного і радикального її оновлення. Хаос і безлад настільки широко поширилися і досягли такої точки, що набагато перевершили усі раніше відомі межі» [44 с. 25].

Проблемою набуття людиною справжньої індивідуальності насичена творчість представника релігійного екзистенціалізму М. О. Бердяєва. Він вважає за необхідне звершення творчого прориву індивідом у набутті істинної свободи, прориву, спрямованого на подолання культурних та природних зумовленостей, що детермінують поведінкові реакції. Французький філософ Ж. Батай розробляє філософію соціальної ірраціональності і сакральності, приділяючи величезну увагу феномену людської смертності або «остаточної втрати соціальності». За Ж. Батаєм біологічна зумовленість до людської смертності лежить в основі прагнення до соціального співпереживання буття.

Пильної уваги дослідників у галузі соціальної філософії та масової культури заслуговують теоретичні вишукування представників Франкфуртської філософської школи. Відкриття цих учених відбивають неомарксистське розуміння історії, критику капіталістичного індустріального суспільства і є важливими складовими в процесі осмислення перспектив і

тенденцій сучасного глобалізованого світу і трансформації одновимірноспоживчого мислення масової людини. «Побудови теоретиків цієї школи містять досить глибокий аналіз суспільства і культури сучасності, перспектив, що відкриваються перед людством в епоху глобалізації. Розглядаючи філософію як в першу чергу дієвий інструмент соціальної критики, представники Франкфуртської школи зуміли виявити суттєві характеристики масового суспільства і культури епохи пізнього капіталізму, показати визначальні тенденції позитивного і негативного плану, пов'язані з феноменом глобалізації» [138, с.3].

До Франкфуртської філософської рефлексії відносяться дослідники Т. Адорно [192], В. Беньяміна [19], Л. Левенталя, Г. Маркузе [119], Ф. Поллока, Е. Фромма [182], Ю. Хабермаса, М. Хоркхаймера [192] та інші вчені. Дана школа виникає і розвивається в місті Франкфурті-на-Майні на базі Інституту соціальних досліджень, який з 1930 року очолює М. Хоркхаймер. Після приходу до влади Гітлера вчені емігрують до США, де і формують фундаментальні засади «критичної теорії». Представники Франкфуртської школи взяли за основу вчення К. Маркса, З. Фрейда, Г. Гегеля, І. Канта та інших мислителів класичної та посткласичної філософії, сформулювавши положення критики індустріального буржуазного суспільства і позитивістської традиції як ідеологічного виправдання функціонування технократичної держави.

Один з фундаторів Франкфуртської школи Г. Маркузе є учнем М. Хайдеггера, що сприяє впливу феноменологічної і екзистенціальної традиції на теоретичні основи даної рефлексії. Слід вказати на те, що при зовнішній схожості франкфуртського вчення з марксистською ідеологією, вони перебувають в непримиренному антагонізмі по відношенню один до одного, маючи розбіжності у принципових аргументаціях і висновках щодо ролі і місця мас у соціокультурному та політичному просторі. «Свою «критичну теорію» ідеологи Франкфуртської школи рішуче протиставляють

«радянському» марксизму-ленінізму як нібито такому вченню, яке «не відповідає» нашому часу, не здатне дати «критику розвиненого індустріального суспільства», дотримується ряду «застарілих догм». Перша і головна «догма», від якої закликають відмовитися теоретики Франкфуртської школи, – це положення марксизму про всесвітньо-історичну роль пролетаріату як суб'єкта соціалістичної революції і могильника капіталізму. Своє судження Маркузе обґрунтовує твердженням, ніби найважливіша особливість «високорозвиненого індустріального суспільства» – «інтеграція робітничого класу» в це суспільство в результаті маніпулювання потребами і свідомістю робочих мас з боку панівних класів» [160, с.8]. Проте заслуговує на увагу той факт, що в сучасному споживацькому суспільстві, ціннісною підставою якого є тривіальна масова культура, проявляються ті тенденції, які не були такі очевидні марксистським мислителям. Як справедливо зауважують М. Хоркаймер і Т. Адорно, масова культура сприяє формуванню свідомості людини-пристосуванця, з однотипним і затребуваним індустріальною цивілізацією мисленням. «Сьогодні культура на все накладає печатку однаковості. Кіно, радіо, журнали утворюють собою систему. Кожен окремо її розділ і всі разом виявляють рідкісну однотайність. Навіть протилежні за політичною спрямованістю естетичні маніфестації однаковим чином підносять хвалу загальному сталевому ритму» [192, с.149].

На думку представників Франкфуртської школи технологічний прогрес, розвиток засобів масової інформації та репродукування культурних артефактів сприяють формуванню одновимірно-стереотипної свідомості масової людини. У трактуванні В. Беньяміна конвеєрне відтворення культурних артефактів трансформує культурне поле традиції, сприяючи поширенню масовості в свідомості. «Репродукційна техніка, так можна було б виразити це в загальному вигляді, виводить репродукований предмет зі сфери традиції. Тиражуючи репродукцію, вона замінює його унікальний прояв масовим. А дозволяючи репродукції наближатися до сприймаючої її

людини, де б вона не знаходилась, вона актуалізує репродукований предмет. Обидва ці процеси викликають глибоке потрясіння традиційних цінностей – потрясіння самої традиції, що представляє зворотну сторону того, чим живе людство, в даний час кризи та оновлення. Вони знаходяться у тісному зв'язку з масовими рухами наших днів» [19, с.22].

Апологети Франкфуртської школи бачать у становленні індустріального конформістського суспільства ознаки тотальності і глобального адміністрування, що не порівнюється з ідеєю індивідуальності і набуття справжньої свободи людиною. «Розвинена індустріальна цивілізація – це царство комфортабельної, мирної, помірної, демократичної несвободи, що свідчить про технічний прогрес. Справді, що може бути більш раціональним, ніж придушення індивідуальності в процесі соціально необхідних, хоча і болісних видів діяльності...» [119, с.264]. Таким чином Г. Маркузе конформізм, репродукціонізм, розкіш і комфорт визначає як чинники, що формують пануючу суму цінностей і породжують ілюзію вибору, при якій маса не усвідомлює масово-культурної детермінованості соціального буття. Один з представників психологічного напрямку Франкфуртської філософії Е. Фромм вважає, що індивід перебуває у стані постійного самостановлення, метою якого є розкриття справжньої людської сутності. «Людське життя визначається неминучою альтернативою між регресом і прогресом, між поверненням до тваринному існуванню і досягненням людського буття. Кожне бажання повернення болісно і неодмінно веде до страждань і психічних захворювань, до фізіологічної і психічної смерті (божевілля)» [146, с. 448]. Він робить акцент на тому, що всі найпрогресивніші нововведення цивілізації не повинні відводити людину від розпізнання справжньої мети свого буття, відволікаючи її від розкриття неповторності та особливості існування в світі природи. В цілому філософська рефлексія франкфуртської школи демонструє критичне відношення до становлення масового суспільства постіндустріальної

цивілізації, інформаційний ілюзорний простір якого відтворюється буржуазними засобами масової інформації.

Радянській підхід до вивчення проблематики масової культури та її впливу на молодь відображений в працях Г. К. Ашина [7], В. Є. Баскакова, Б. М. Бессонова, В. Т. Глазичева, Н. В. Гончаренко, А. Я. Гуревича, Н. М. Зоркої [66], М. С. Кагана [74], О. М. Карцевої [78], О. В. Кукаркина [97], В. В. Молчанова, В. В. Постнікова та ін. Загальний зміст цих праць відображає марксистський філософський світогляд. У працях вищевказаних вчених робиться акцент на агонізації капіталістичної системи західних держав. Вказується на штучність масового культурного простору, конструювання його можновладними структурами з метою тотального контролю над свідомістю масової людини. Основною філософською ідеєю радянських вчених щодо масової культури є думка про ринкову та споживчу сутність тих процесів, які мають місце у світі буржуазного мистецтва. Говориться про те, що дана система функціонує на основі капіталістичних відносин, біля витоків яких стоять великі приватні і державні монополії. Таким чином, масове суспільство визначається як наслідок становлення ліберального ринку, спрямованого на створення масової аудиторії з метою матеріального збагачення корпорацій і тотального контролю над свідомістю суспільства. «Раніше буржуазна ідеологія орієнтувалася головним чином на внутрішнє споживання, мало піклуючись про реакцію мас, що залишалися поза систематичним і цілеспрямованим впливом. Зараз же теоретичні побудови буржуазних соціологів все частіше опиняються спочатку орієнтованими на масове споживання, на певну і бажану соціально-психологічну реакцію мас, тобто вироджуються в соціальну демагогію. Вони перетворюються все більш на знаряддя маніпулювання емоціями і свідомістю масової аудиторії. Такого роду пропагандистську спрямованість буржуазної соціології не можна, звісно, розглядати як її демократизацію;

головне для неї – вміло продати потрібні погляди, спираючись на засоби масової комунікації, які знаходяться в руках монополій» [97, с. 94].

Слід вказати на те, що радянськими філософами комуністичне вчення не трактується як тоталітарна ідеологія, що володіє схожими з масовою культурою методами в досягненні контролю над пролетарською свідомістю. Безапеляційність марксистської доктрини є ідеологічною підставою, на якій будується критика буржуазної масової культури як деструктивної і ворожої по відношенню до соціалістичного романтизму.

Не можна не згадати, що одним з найважливіших завдань культури в радянській публіцистиці є формування революційно-діалектичного мислення людини, що усвідомлює необхідність соціально-перетворюючих дій. Відштовхуючись від цієї концепції, генерується негативне ставлення до конформістів-пристосуванців масового суспільства, позбавлених активної громадянської позиції. «Основною ланкою ленінської теорії культури є питання про з'єднання культури з революційною діяльністю мас, з їх творчою (господарською, організаційною, політичною) роботою. Соціалізму потрібна не культура, що орієнтується на маси як на пасивних, позбавлених самодіяльної ініціативи споживачів, а культура самих мас, що знаходить в їх діях єдино гідну форму свого існування. Цю проблему В. І. Ленін розглядає як вирішальну з погляду соціального перетворення країни» [147, с. 283].

Необхідно також згадати, що в радянський період не мали можливості бути озвученими ідеї, альтернативні бінарному капіталістичному чи комуністичному світогляду. Не робилися спроби об'єктивного аналізу масової культури з метою визначення певних конструктивних засад даного явища. Дискурс відштовхувався від офіційної доктрини діалектичного матеріалізму, не виходячи за обумовлену ідеологією парадигму, з безпосередньою критикою масової культури як негативного буржуазного явища. Відомий радянський дослідник західної масової культури А. В. Кукаркин справедливо висловлює категоричне неприйняття

радянською ідеологічною машиною тих ціннісних орієнтацій, що супроводять зазначений культурний феномен. Він пише: «концепція масового суспільства була взята на озброєння буржуазними ідеологами і політиками в якості альтернативи марксистському вченню про соціалізм. Вони намагалися з її допомогою прикрасити на свій манер фасад існуючої системи, нав'язати трудящим споживчий стереотип життєвих цілей. Спекуюючи на змінах в обсязі, характері і структурі особистого споживання населення розвинених капіталістичних держав, буржуазна пропагандологія прагне прищепити трудящим міщанську психологію, відвести їх зі світу соціальних проблем в безпечну заплаву світу речей, здійснити за них і для них прорив з буття в побут. Націлена на притуплення класової свідомості, вона намагається вселити людям, що їхні інтереси повністю можуть бути задоволені в рамках капіталізму, без зміни соціально-політичних основ» [97, с. 95].

У цьому контексті вказується на комерційну та аполітичну сутність капіталістичного мистецтва, на те, що безпосереднім критерієм в оцінці буржуазного масового продукту є його касовість і прибутковість. Таким чином, грошовий фактор визначається як пріоритетний стимул у відтворенні масових культурних артефактів. «У капіталістичних країнах відносини кіно і глядача чітко регулюються грошима. Касовий збір нерідко є головним і безумовним показником успіху фільму. Сума прибутку продюсера або фірми, цифра гонорару постановника чи актора визначають престиж, цінність, місце твору кіномистецтва і його творця на кіноринку. Фільм - в першу чергу товар, матеріальна річ ... Саме поняття «успіх» на Заході майже повністю зводиться до успіху касового, що завжди звертає на себе увагу в бесідах радянських кінематографістів з кінематографістами капіталістичних країн: нам здається дивним, що, про кого б не йшлося - про Інгмар Бергман, про Стенлі Креймер, - йдеться насамперед про успіх збору, про цифри виручки і показники каси» [66, с. 5].

Слід згадати про те, що радянська філософська рефлексія відштовхується від ідеї безумовної та остаточної перемоги соціалістичної системи над капіталістичною. Філософська думка носить маніфестальний характер, концентруючи інтелектуальні зусилля на апології існуючого політичного ладу. Необхідно вказати на стримуючі фактори цензури, спроб виявити об'єктивний зміст і функції масової культури, її конструктивні регулятивно-компенсаторські особливості. Але відмітимо, що таке відношення досить умовно, тому що саме в Радянському Союзі було створене масове суспільство, яке сповідувало неприйняття проявів персональної, поза межами корпоративної, особистісної точки зору. Комуністична соціально-економічна і політична система розглядається як єдина, історично обумовлена громадська конструкція, яка поставила людину в центр державних пріоритетів. «Суспільство, засноване на класовому антагонізмі, могло тільки мріяти про тип всебічної та гармонійно розвиненої людини – так, наприклад, як мріяв про це Ф. Шиллер. Реально ж несправедливо організоване суспільство потребувало саме однобокої, дисгармонійної, нерівномірно розвиненої особистості. К. Маркс і Ф. Енгельс показали, що всебічний і гармонійний розвиток особистості є природним і необхідним наслідком такого суспільного устрою, який перетворює людину з засобу досягнення яких-небудь інших цілей в вищу мету соціального буття» [75, с. 306]. Але також необхідно відзначити, що, незважаючи на ідеологічну заангажованість, радянська філософська думка піддає справедливій критиці багато аспектів буржуазної масової культури. Розкриває її споживчу сутність, вказує на формування конформістського суспільства, аналізує механізми маніпулювання мисленням з подальшою трансформацією масової свідомості.

У постмодерністській традиції масова культура видається глобальним полем «гіперреальності» (Ж. Бодріяр), яке відтворює економічно зумовлені, несправжні цінності, симулюючи реальність. Знання про масову культуру, яке формується в постмодерністській філософії, породило ряд таких

специфічних методів, підходів і понять, як: деконструкція, епістема, симулякр, інтертекстуальність. Такі поняття дозволяють трактувати зовнішній і внутрішній зміст феноменів під іншим кутом зору, на відміну від класичної та неklasичної традиції. Сутнісний зміст масової культури в світовідчутті постмодернізму детермінований кризою емпірико-раціональної моделі пізнання, сполученою з культурним колапсом сучасного суспільства, розпадом його базисних моральних і релігійних цінностей.

Масова культура через призму постмодерністського трактування розглядається цілою плеядою оригінальних мислителів. Найбільш відомі Ж. Бодрійяр [25], Ф. Гваттарі [52], Ж. Дельоз [52], Ж. Дерріда [54], У. Еко [209], Ж.-Ф. Ліотар [111], М. Фуко [183] та ін. Світоглядний зміст цих робіт відображає постнекласичний спосіб філософствування, якому властива еkleктичність і фрагментарність, критика будь-якого дискурсу, заперечення можливості раціонального пізнання світу. Літературно-мистецька та емоційна складова постмодерністського погляду на сучасне буття і масову культуру забарвлюється безформністю і абстракцією, інтуїтивністю і безрозсудністю, іронічним світосприйняттям і самотністю. Постмодернізм закликає відмовитися від спроб раціоналістичного трактування світу і розчинитися в індивідуальному інтуїтивно-поетичному світогляді. «Постмодерн запропонував людству нову версію самосвідомості, яка зробила акцент на суб'єктивації внутрішнього світу людини, на домінантній ролі процедур поетичних рефлексій індивідуального інтелекту. «Двозначність» (М. Хайдеггер), жахливо-сновідного характеру соціальної атмосфери кінця ХХ століття змінили інтелектуальний клімат у суспільстві, наповнили його алюзіями і неявно вираженими асоціаціями. Постмодерн намагається знайти себе по той бік протистояння раціоналізму і ірраціоналізму» [55, с. 42].

Можна сказати, що постмодернізм є філософською підставою масової культури, її своєрідним адвокатом у виправданні аморальності, життя заради відчуттів, егоцентризму, руйнуванні традиційних цінностей. Це абсолютно

нова епоха, сконцентрована на людині як на об'єкті максимального звільнення від оков моралі і раціоналізму.

Масова культура витягує з постмодернізму той ціннісний зміст, який відповідає її сутності: мозаїчність і фрагментарне сприйняття реальності, видовищність, естетизацію потворного, філософію божевілля і вседозволеності, чуттєве і езотеричне світосприйняття. «Побудови постмодернізму активно транслуються в масову культуру в спрощеному і примітивізованому варіанті нігілістичного гедонізму, що емансипує задоволення від категорій заборони, обмеження та обов'язку. Основним каналом подібної трансляції стає масове мистецтво, яке активно експлуатує теми порушення нормативних обмежень, естетизації насильства і статевої розбещеності, що спирається на провокаційні форми стилістики та засилля негативної героїки. У першу чергу це відноситься до масової літератури і кінематографу, що приймають характер "масового естетичного лиха" (І. Ільїн), які ставлять за мету не виховання моральності і естетичного почуття читача і глядача, а розвагу, що змушує їх потурати міщанському смаку, скасовувати морально-естетичні стандарти, заграючи з "несвідомим" реципієнта» [186, с.128].

У трактуванні Ж. Бодрієра масова свідомість є «рекламною свідомістю», а в знаменитому трактаті Ж. Дельоза і Ф. Гваттарі «Анти-Едіп» висловлюється думка про те, що масова культура створює з людини «машину бажання», інтегровану в інші соціальні системи, при цьому невротичний і шизофренічний стани суспільства відтворюються культурою споживання і підтримуються її розвитком.

Французький філософ-постмодерніст М. Фуко вводить у філософський термінологічний апарат поняття «епістема», під яким розуміється парадигмальна структура, що володіє сукупною сумою факторів і значень, характерних певній історичній добі. Він ставить перед собою завдання розробки справжньої інструментальної технології пізнання, яка була б в змозі

достовірно визначити роль, місце і призначення людини в світі природи і культури. М. Фуко висловлює міркування про те, що в класичній рефлексії людина як «складний об'єкт і верховний суб'єкт всякого можливого знання не має ніякого власного місця» [183 с. 332]. Виходячи з цього, він прагне до розширення пізнавальних можливостей гуманітарного дослідника, виводячи його за межі історичного дискурсу. На прикладі власного суб'єктивізму М. Фуко викладає судження про те, що «Спосіб буття життя, самий факт, що життя не може існувати, не наказуючи мені свої форми, все це дається мені насамперед моїм тілом; способом буття виробництва, його вплив, що визначає моє існування, дається мені моїм бажанням; нарешті спосіб буття мови, весь шлях історії, освітлюваний словами в коротку мить їх проголошення, а, можливо, навіть і в ще коротшу мить, даються мені лише в ланцюжку мого словесного мислення» [183 с.336].

Таким чином, філософія М. Фуко закликає в умовах тотального панування масової культури до розкриття справжнього сенсу власного існування, реалізації духовно-генетичних зумовленостей людської індивідуальності за допомогою звернення до способу спілкування, як до методології пізнання мислення людини, зумовленого соціокультурними детермінаціями епістеми Новітнього часу.

Серед сучасних вчених, що різнобічно охоплюють феномен масової культури, вивчають її взаємообумовленість з домінантним утвердженням інформаційних технологій в суспільстві, трактовку в синергетичній, діалектичній, метафізичній парадигмах, слід вказати на таких дослідників як: К. З. Акопян [121], Т. О. Андрєєва [3], О. В. Андрієнко [4], Д. В. Белобородов [16], О. Д. Белоброва [22], О. Ю. Бірчєвська [23], М. А. Болоков, Е. А. Гансова, І. В. Головачьов, Р. М. Іванов [70], Л. Є. Клімова [83], Г. С. Кнабе [84], М. В. Колеснік [87], Г. В. Костіна [90], Н. Б. Маньковська, Г. І. Маркова, Ю. В. Ожогіна, В. В. Попков [143], О. П. Пунченко [148], Е. Г. Соколов [158], Т. М. Стадлер [165], А. А. Стародумов, М. М. Суворов

[166], О. В. Халапсіс [188] та ін. Зазначені мислителі піддають багатоаспектному і багатофакторному аналізу феномен масової культури. Вони виявляють її сутнісний зміст і спрямованість, трансформаційний потенціал, роль, місце і функції в становленні сучасного постіндустріального суспільства. Розглядають феноменологічні і екзистенціальні підстави масової культури, її постмодерністську та постнекласичну контекстуальність. Аналізують генезис масової культури в сполученні з глобалізацією, яка затвердилася в світі, позначають її домінанти, що інтеріоризують соціальну свідомість. Визначають особливості становлення молодіжної масової культури, вказуючи на акцентовану залученість молоді в сучасний маскультурний інформаційний простір. Досліджують особливості функціонування масової культури в різних регіонах Планети, в тому числі і на пострадянському просторі.

О. Ю. Бірічевська вважає, що масова культура «забезпечує акумулювання і трансляцію базових цінностей, що забезпечують ідентичність особистості масового суспільства». Вона розкриває аспекти масової культури які сприяють міфологізації свідомості, демонструючи її спрямованість на формування споживчого мислення, «культивування інфантилізму і безвідповідальності». Дослідниця говорить про те, що масова культура сприяє побудові суспільства нового формату, в якому дихотомія «елітарного» і «народного» заміщується відтворенням шаблонної «масової свідомості». Еліта при цьому втрачає свій культуротворчий потенціал і відповідає своєму статусу виключно економічно. В її інтерпретації масова культура гарантує «стабільність сучасного суспільства», при цьому вона констатує що «Виникнення і розвиток масової культури зумовлене розвитком ринкової економіки, орієнтованої на задоволення потреб широкого кола споживачів» [23, с. 11].

Л. Є. Клімова розглядає масову культуру як «багатофункціональне соціокультурне явище», яке виконує ряд соціально адаптаційних функцій.

Виявляє амбівалентну подвійність масової культури, що позначає себе в позитивній якості в культурній інноваційності, відтворенні конформно-рекреаційного середовища, в негативному ж у сприянні до відриву суспільства від природного і традиційно-культурного середовища. Л. Є. Клімова вказує на те, що в процесі розвитку постіндустріальної масової культури, «відбувається трансформація уявлень про особистість як про суб'єкта культури». Інформатизація та технологізація соціуму, концептуально-обумовлена діяльність ЗМІ, світова глобалізація сприяють формуванню уніфікативно-стандартизованої свідомості масової людини, позбавленої індивідуалізму і неповторності. Л. Є. Клімова міркує про те, що «новий тип пов'язаності суспільства, особливий спосіб об'єднання людей, якість соціальних зв'язків призводить до становлення та утвердження особливого різновиду людини - людини масової. Ця людина, що стала реальністю сучасного інформаційного суспільства, є одночасно і його продукт, й сама умова його існування, збереження і відтворення» [83, с. 98].

Є. Г. Соколов апологізує явище масової культури, вказуючи на величезні пласти теоретико-методологічних пошуків, що розглядають під критичним кутом зору даний феномен. Вчений пише про те, що «Культура, яка в масовому порядку, тобто переважній більшості людей готова забезпечити «гідне життя» ... така культура хіба здатна викликати хоч когонебудь засудження!? Звичайно, ні. Але саме це і є масова культура в модусі «структур» повсякденності» [158, с.7]. Філософ позначає, що сучасна масова культура безумовно є «злобою дня» і вимагає об'єктивної і різнобічної філософської рефлексії.

Важливою теоретичною підставою вивчення масової і молодіжної культури є праці Г. С. Кнабе, в яких він розкриває особливості сучасної культури, трансформаційно-модифікаційні тенденції її розвитку, семіотичні коди і аксіологічну змістовність маскультур [84].

Д. В. Белобородов, аналізуючи пострадянський культурний простір, міркує про те, що широка постсоціалістична громадськість перебувала в очікуванні «поліфонічного буття», полікультурної лібералізації маскультурного простору, результат же не виправдав очікування, привівши масову свідомість до «відчуття какофонії» і «сприйняттю світу як хаосу». Філософ констатує, що сучасна масова культура призводить до зіткнення особистості з «дегуманізованим світом», в результаті чого відбувається розтрата «власної самобутності» [16, с. 13].

М. М. Суворов висловлює думку про те, що «морфологія масової свідомості складається із споживчих і гедоністичних інтенцій» при цьому «головними цінностями масової свідомості є тіло і річ». Вчений вказує на те, що аксіологія масової культури проявляє себе в «фетишизації техніки, культі споживання і придбання», а «основними функціями масового мистецтва виступають: ілюзорно-компенсаторна, сімулятивно-міфологічна і адаптаційна» [166, с.10].

Об'ємною науковою працею хрестоматійного характеру, що висвітлює різні аспекти, характеристики та функції масової культури є праця «Масова культура: Навчальний посібник» під загальною редакцією К. З. Акопяна [121, 304 с.]. В зазначеній роботі розглядаються теорії культурного модернізму, семіотичні знаки популярної та масової культури, питання становлення інформаційного суспільства і масової свідомості. Досліджується сучасна міфологія і міфи маскульту, шлях виникнення та розвитку споживацького музикального мистецтва. Вивчається співвідношення постмодернізму і сучасної відеокультури та історія виникнення та розповсюдження масової белетристики.

Вагомою теоретичною підставою для осмислення сутнісного змісту масової культури, виявлення особливостей функціонування молодіжної масової культури є праця Г. В. Костіної «Масова культура як феномен постіндустріального суспільства» [90]. Філософ і культуролог піддає

масштабному об'єктивному аналізу описуваний феномен, виявляючи адаптаційні, захисно-рекреаційні, комерційні функції масової культури. Розкриває феноменологію маскульту. Розглядає масову культуру як простір нової архаїки, що надає домінуючий вплив на міфологізацію масової молодіжної свідомості.

В кінці підрозділу з урахуванням досліджених наукових концепцій та підходів доцільно було б надати визначення поняттю «масова культура».

Отже, масова культура – це культура планетарного масштабу, що пристосована до смаків широких мас людей, яка відтворюється на принципах економічної доцільності та декларує поверхнєве ставлення до мистецтва, котра заснована на масовому (глобальному) тиражуванні та розповсюдженні, за допомогою засобів масової інформації та інформатизації, культурних артефактів та соціокультурних образів і типів масової комунікації.

Тому слід сформулювати наступні висновки:

- спроби всебічного аналізу масового суспільства, що перебуває в процесі формування та трансформації і масового мислення, сягають корінням ще в XIX – початок XX століття; мислителями зазначеного історичного періоду закладаються підстави теорії індустріального і постіндустріального суспільства;

- у філософській рефлексії франкфуртської школи приділяється прискіплива увага проблемі індивідуалізації свідомості, розкриваються політичні, комерційні та релігійні механізми маніпулювання громадською думкою;

- радянська філософська школа погоджується з франкфуртською в тому аспекті, що капіталістична система зацікавлена в спрощеному кон'юнктурно-комерційному мисленні масової людини, але відстоює при цьому теорію історичної ролі пролетаріату в знищенні агонізуючої соціально-диференційованої моделі політичного світоустрою;

– у постмодерністській традиції масова культура видається глобальним полем ілюзорної реальності, що породжує калейдоскопічне мислення; сама ж масова культура витягує з сутнісного змісту постмодерну ті ідейні установки, які відповідають їй: фрагментарність, символічність, домінування почуттєвого над раціональним, естетизацію потворного тощо;

– сучасні вчені, які вивчають феномен масової культури, застосовують широкий асортимент методологічних інструментів, що дозволяють розглядати дане явище під різними кутами зору, приходячи до об'єктивних висновків як негативного, так і конструктивного характеру щодо глобалізації, комп'ютеризації та масовізації суспільної свідомості.

У завершенні підрозділу слід вказати на пробіл системного теоретико-методологічного осмислення трансформації молодіжної свідомості в контексті масової культури, розкриття сукупної суми факторів, що здійснюють перетворюючий вплив на масове мислення молоді та алгоритмістіку її поведінкових реакцій. Зазначене дисертаційне дослідження ставить перед собою саме цю мету.

1. 2. Сутнісний зміст сучасної молодіжної масової культури

Сучасний світ позбавлений стаціонарної платформи розвитку соціокультурних процесів. Дане твердження особливо актуальне по відношенню до феномену генезису молодіжної масової культури. Інформатизація соціуму, глобалізація, що утвердилась в світі, урбанізація техногенного суспільства, комерціалізація культурного простору є безпосередніми причинами зазначеного процесу. Молодь – найбільш гнучка, підвладна трансформації соціальна група, що знаходиться в діалектичному процесі самозміни та саморозвитку. Її невтомність і прагнення до самоствердження є рушійними факторами модернізації і конвертації соціокультурних відносин, змін ідеологічних квінтесенцій епохи. З одного

боку, масова культура трансформує молодіжну свідомість, з іншого – сама піддається видозмінам і модифікації, стираючи межі між «елітарним» і «масовим» (А. В. Костіна), демонтуючи поняття «субкультура» (Г. С. Кнабе), породжуючи нове інформаційне (комп'ютерне) поле (М. Кастельс), вектор розвитку якого неможливо верифіковано визначити. Дана проблематика буде завжди носити принципово актуальний характер, відповідаючи темпам прискорення інформаційних процесів у постіндустріальному суспільстві.

Сутнісний зміст молодіжної масової культури, що виявляється в культурній інтеріоризації, соціалізації особистості, комерціалізації культурного простору, інформатизації молоді, тривіальності культурних артефактів, соціальному регулятивізмі, уніфікації свідомості, гедонізмі, конформізмі і споживацтві є рушійним фактором трансформації молодіжної свідомості, що формує аксіологічний базис і модель поведінки молодіжної соціальної групи.

Проблема дослідження молодіжної масової культури вимагає виявлення механізмів її самовідтворення, сутнісних характеристик феноменів і чинників, що визначають її рух. Актуальними є питання онтологічного статусу молодіжної масової культури, пошуку вірного методологічного підходу в процесі відображення зазначеного явища. Інформаційні процеси, що прискорюються в постіндустріальному суспільстві, сприяють трансформації молодіжної свідомості, що, у свою чергу, надає революційний вплив на перетворення соціокультурного середовища.

На сьогоднішній день немає однозначного трактування такого феномена сучасного життя як масова культура. Діапазон оціночних характеристик коливається від крайнього негативізму до об'єктивного визнання закономірності становлення масової культури. Аксіологія масової культури вимагає неупередженого аналізу, позбавленого ідеологічної прихильності. «Що таке масова культура. Яку роль вона відіграє в соціальних процесах? Які функції вона виконує в житті людини і суспільства? У

вітчизняній соціально-філософській літературі масова культура досі не стала предметом систематичного вивчення. Фундаментальні наукові дослідження масової культури поодинокі. Більшість з них тенденційні і вирішують завдання не стільки об'єктивного аналізу, скільки ідеологічно орієнтованої критики. Серйозним недоліком багатьох, не тільки вітчизняних, досліджень є і те, що вони обмежуються аналізом художнього змісту масової культури, причому, найчастіше, у світлі особистих політичних і естетичних уподобань автора. При цьому з поля зору йдуть питання генезису і еволюції масової культури, її об'єктивного нормативно-ціннісного (аксіологічного) змісту і детермінацій» [23, с. 3]. Думка О. Ю. Бірічевської зводиться до того, що масова культура - закономірний процес розвитку людської цивілізації, який бере свій початок в епоху Просвітництва. Масова культура забезпечує ідентичність особистості в масовому суспільстві, але також виконує і функцію міфологізації свідомості. Дослідження трансформації молодіжної свідомості в контексті масової культури взагалі не мають статусу системного теоретико-методологічного осмислення. Вишукування численної когорти філософів носять, як правило, еkleктичний характер і охоплюють специфічні прояви молодіжної масової культури такі як: субкультурний генезис, віртуалізація молодіжного соціального середовища, вплив ЗМІ на молодіжну свідомість і т.д.

Класичною є теза про те, що молодь – каталізатор суспільно-політичних і культурних модернізацій. Пасіонарність, енергійність, спрямованість, відсутність побутової прихильності, яка консервативно впливає на прийняття рішень, трансформує дану соціальну групу в генератор потенційних політичних і культурних перетворювачів соціального буття. «Саме молодь, цей суб'єкт творчості і політичної дії, в ХІХ столітті створює відповідну міфологію, ідеологію і філософію. І, з іншого боку, сама стає об'єктом ідеологічних і комунікативних маніпуляцій з боку владних, більш міцно вкорінених соціальних суб'єктів» [99, с. 15].

Молодіжна соціальна група є товариством потенційних можливостей, що перебуває в діалектичній взаємодії з культурою. Необхідним акцентом володіє теза про те, що масова культура, яка містить в собі суму світоглядних установок, надає самий прямий вплив на молодіжну свідомість, трансформуючи та видозмінюючи її. Виходячи зі сказаного, можна зробити висновок, що традиційні внутрішньо-сімейні цінності, у міру дорослішання дитини, піддаються деформації під впливом зовнішніх культурних джерел.

На сьогоднішній день особливим ступенем актуальності володіють питання, що стосуються співвідношення соціальних і сімейних факторів у вихованні молоді особистості. Видатний німецький і британський філософ К. Манхейм справедливо відмічає, що «молодь ні прогресивна, ні консервативна за своєю природою, вона - потенція, готова до будь-якого починання. До настання статевої зрілості дитина живе в сім'ї, і її погляди формуються відповідно до емоційних та інтелектуальних традицій родини. У період юнацтва вона вступає в перші контакти з сусідським оточенням, суспільством і деякими сферами суспільного життя. Підліток знаходиться, таким чином, не тільки біологічно на стадії бродіння, дозрівання, але і соціологічно потрапляє в новий світ, звичаї, звички і система цінностей якого відрізняються від того, що він знав раніше» [118, с. 574]. Треба додати, що сьогодні, коли технологічні можливості інформатизації суспільства досягли якісно нової якості функціонування, дитина-підліток потрапляє під вплив інформаційних чинників Інтернет-простору знаходячись в сімейному середовищі. Досить часто сучасна сім'я являє собою лише форму колишнього значення, економічна ситуація, яка змушує батьків приділяти весь час роботі, сприяє відстороненості дітей від світу дорослих та зануренню їх в комфортний простір штучних реалій, цінностей та подій.

Необхідно підкреслити, що зовнішнє культурне середовище має переважаючий вплив на процес соціалізації молоді особистості. Цивілізаційна матриця адаптує і стандартизує індивіда під задану манеру

поведінки в соціумі. Інструментарієм в досягненні зазначеної мети служить масова культура, яка репрезентує брехливе і поверхневе різноманіття. Сотні інформаційних джерел обрушуються на молодіжну свідомість, зводячи нанівець як традиційну сімейну, так і релігійну модель виховання.

Г. Маркузе наголошує на тому, що завдяки впливу засобів масової інформації на родинну свідомість відбувається трансформація сімейного буття. Стереотипи поведінкових реакцій формує не родинна традиція, а зовнішнє соціокультурне середовище. «Вже з дошкільного рівня преса, радіо і телебачення нав'язують поведінкову модель як для підпорядкування, так і для бунту. Покарання ж за відхилення відбувається не стільки всередині сім'ї, скільки за її межами і направлено проти неї. Поширення прийнятих цінностей покладено на експертів засобів масової інформації, які навчають стереотипам як діловим (умілість, стійкість, особистісні якості), так і романтичним. Змагатися з такою освітою сім'я просто не в змозі, і здається, що сторони міняються місцями: син знає краще; в його особі зрілий принцип реальності протистоїть віджилим батьківським формам» [119, с. 89]. Викликає певну стурбованість те, що сама цивілізація, яка технологічно перероджується і стрімко змінює форми суспільно-політичних та економічних систем, кидає виклик усьому ортодоксальному і традиційному. Її надмірна революційність і молодіжна непосидючість актуалізує одвічні питання онтології про співвідношення матеріальних і духовних домінант.

Входження цивілізації в постіндустріальний або інформаційний період розвитку призвело до глобалізації, яка корінним чином впливає на генезис молодіжної масової культури. Глобалізація формує певний стереотип поведінки молоді, що руйнує просторові і тимчасові перешкоди, конструюючи зразок ідентичності та задаючи алгоритм поведінки. «В умовах соціальних змін молоді люди виступають носіями нових цінностей, моделей поведінки і культурних зразків, які інтеріорізуються наступними поколіннями. Це дозволяє розглядати молодь як потенціал розвитку суспільства.

Глобалізація розширює можливості соціального розвитку молоді, а ідентичність, як властивість зберігати свою цілісність і усвідомлювати приналежність до спільнот, в умовах нестабільності стає одним з найважливіших чинників реалізації молодіжного потенціалу. Вона проявляється в свідомості у вигляді орієнтації на певні зразки поведінки, а також визначає рівень інтенсивності соціальної активності, готовності до виконання соціальних ролей, громадянських обов'язків» [189, с. 3]. Двигуном зазначеного процесу є мода і реклама, орієнтована на споживання. Заслуговує на увагу те, що придбання товарів (шопінг) і трата грошей стають головним сенсом життя не тільки маргінальної субкультури «мажорів», тобто дітей процвітаючих батьків, але й широких верств молодіжної соціальної групи. Також слід позначити що відбувається розтрата творчої енергії молоді, того креативу, який спрямовувався радянською системою виховання на формування у молодих людей любові до науково-технічних винаходів, плідної праці, підкорення космосу тощо.

Таким чином, споживча масова культура стає певною новою ідеологічною основою сучасних соціальних процесів, відштовхуючись від цього феномена, вибудовується система соціально-економічних і культурних відносин у соціумі. «Споживче суспільство, оперуючи каналами масової комунікації, підміняє справжнє прагнення до прогресу прагненням до нових придбань. Молоді люди потрапляють в залежність від придбання нових товарів, вони відчують себе ущербними, неповноцінними, якщо не володіють цими товарами» [65, с. 22]. Творців масової культури дана сфера приваблює можливістю економічного збагачення і входженням в богемно-гламурне співтовариство апологетів кон'юнктурно-комерційного культурного простору.

Не менш вагомим є фактор особистої популярності режисерів, композиторів, іміджмейкерів та інших представників масової культури. Зазначений процес бере свій початок ще в епоху модернізації, але набуває

істотне значення в середині ХХ ст. «Сфера «масової культури» привертає все більше число жадаючих прибутку капіталістів-виробників. Можливість розбагатіти, так само як і спокуса слави, привертає до неї деяких художників і письменників, тим більше що елітарне мистецтво, саме тому, що воно постачає товар обмеженому колу цінителів, може забезпечити хліб насущний настільки ж обмеженому колу його творців.» [149, с. 56].

Сутнісним змістом молодіжної масової культури стає орієнтація її виробників на сенсаційність, життєвість і доступність репрезентуємого матеріалу. Режисери, журналісти, блогери, незалежні експерти подають інформацію, орієнтовану на ті інформаційні блоки, які апріорно володіють рейтинговим потенціалом. При цьому користувач масової інформації буде впізнавати себе і свою манеру поведінки у віртуальній історії чергового героя журнальної статті, коміксу або кінострічки. Популярним штампом є прелюдія в стилі стандартної історії, звичайної української, російської чи американської родини з захоплюючим розвитком сюжетної лінії, розрахованої на встановлення психологічного контакту з масовою аудиторією, і наданням можливості життєвого співчуття і співпереживання подіям, що викладаються. Користувач занурюється в штучно змодельований світ і спостерігає за подіями, віртуально знаходячись безпосередньо в епіцентрі дії, при цьому не ризикуючи бути обдуреним, викраденим або вбитим. «Прагнення домогтися розуміння «масового читача» змушує журналістів відтворювати принципи природної установки свідомості: взаємність перспектив і взаємність мотивів, що виражається в публікації матеріалів, у яких сам автор і його герой виступають у ролі «такого ж, як і всі», а також у сенсаційності публікацій, розрахованих на цілком передбачувану реакцію читачів-глядачів. Такий спосіб взаємодії з «споживачем інформації» на основі уявлень, які стали звичними, призводить до складання довірливого ставлення до журналістських матеріалів, а отже, і

до певного рейтингу видання або журналіста, що має значення для них як в професійному, так і матеріальному аспекті» [165, с.19].

У розвиненому світі знаходження у визнаному і популярному колу конструкторів масового культурного простору, є прикладом індивідуального творчого успіху, а також предметом широкого наслідування для молодих людей, що знаходяться на природній соціально-психологічній стадії визначення особистісних кар'єрних інтересів і перспектив.

Ж. Батай у своєму творі «Проклята доля» говорить про те, що біля витоків формування споживчого індустріального суспільства стояв принцип «речизма», який був наслідком відходу від християнської моралі стягання Духу у бік матеріального накопичення. «Річ», на відміну від католицької та протестантської ідеології, стала новим знаряддям соціального поневолення, прихованим і не проявленим інструментарієм маніпуляції. Він пише що «Не було ні найменшої потреби підтримувати найвищою мірою чисту – і настільки ж мізерну – духовність, єдину, яка з самого початку була досить суворою для того, аби врівноважити поневолення всього тіла і всієї діяльності річчю. Але як тільки був прийнятий принцип поневолення, світ речей (світ сучасної індустрії) зміг розвиватися сам по собі, вже не думаючи про відсутнього Бога. Уми, завжди готові до схоплювання реальних об'єктів, ясно усвідомили всю вигоду від того, щоб дозволити прихованості вислизнути за межі пробудженої свідомості. До того ж, царство речей підтримувалося природною схильністю людини до рабства». Ж. Батай висловлює думку про те, що людина за своєю природою схильна до покійного стану і що «речизм» індустріальної епохи з'явився несправжнім, в онтологічному контексті, сурогатом, що утворює сенс, свого історичного періоду, який прийшов на заміну концепціям містики і аскетизму [12, с. 122 - 123].

Сучасна молодіжна масова культура демонструє вкрай спрощене і комерційне відношення до створення культурних артефактів. Проблема

тривіальності «мистецтва» і залежності автора від масового «смаку» виникла не тільки у зв'язку з винаходом Інтернету чи телебачення, вона бере свій початок ще в епоху Просвітництва, з виникненням перших бульварних «жовтих романів». «В Англії в XVIII ст. зародилася велика частина протиріч, властивих сучасній комерційній культурі, набули поширення багато форм масових засобів культурної комунікації, так само як і прийоми створення відповідної аудиторії, а письменник (в якості представника «соціальної групи інтелектуалів») став залежати від фінансової підтримки публіки, в яку включається вже не тільки обмежене коло представників привілейованих класів, а й широкі верстви населення, передусім буржуазія, яка мала достатньо дозвілля, щоб скористатися всіма формами розваги, наданими їй ринком.

Письменник перетворюється і творить за замовленням швидкозростаючої книжкової торгівлі. Вироблений літературний товар послужив прототипом майже всієї сучасної популярної продукції: газета, заповнена як новинами дня, так і просто плітками або спеціальними статтями, призначеними задовольняти допитливість різних груп читачів» [97, с. 18-19]. Саме тут закладається культура споживання масової інформації. Робиться акцент на меркантильності і «сенсаційності» інформаційних блоків, які не вимагають від споживача даної продукції інтелектуальних зусиль. Пропадає мотивація в поглибленому пізнанні в галузі наук і мистецтва, людина не відчуває своєї неповноцінності або необхідності розвитку, навколо неї маса таких же людей, як і вона сама, і вона повністю розчиняється в цій масі, знеособлюючись і стаючи її органічною частиною. «Особливою естетичною якістю масової культури служить її здатність позбавляти споживача від всяких інтелектуальних зусиль, проклавши для нього найкоротший шлях до задоволення. Так, любовна лірика у виконанні співака Едді Геста «більш зворушлива», ніж в Еліота і Шекспіра, а

зображення дівчат на обкладинці книжок або журналів – «сексуальніше», аніж жива оголена жінка.

До цієї легкості споживання додається простота виробництва, зумовлена стандартизацією» [97, с. 58]. Слід вказати на те, що в епоху Просвітництва цей процес ще не був поставлений на глобальні комерційні рейки і, відповідно, не було транснаціональних корпорацій, зацікавлених у спрощеній свідомості споживача. Але абсолютно інша ситуація складається в сучасному світі, в усталену епоху глобалізації та капіталізму. Ринкова система споживчих відносин, яка звела в ранг ідеалу задоволення, є благодатним ґрунтом для розвитку і становлення молодіжної масової культури. Гроші, успіх, видовищність стають новими теологічними символами сучасної цивілізації, і в цьому контексті стирається межа між культурою і ринком, зливаючи ці явища в єдину культурну субстанцію.

Молодь у художньо-алегоричній фантазії допустимо уподібнити безформній культурній композиції, форму і рух якої визначає домінуюча маскультурна ідеологія, що трансформує її світогляд. На сьогоднішній день таким інформаційним полем є масова молодіжна культура з властивою їй здатністю до уніфікації та міфологізації мислення. Не важливо, чи буде певна група молодих людей слідувати міфу, що нав'язується, масової культури або буде протистояти йому, структуруючи власну опозиційну ідеологію чи міф, епіцентром зазначеного процесу буде масова культура, діалектично взаємопов'язана з молоддю і з процесом трансформації молодіжного мислення. Висловлюваний процес революційним чином буде зчиняти руйнівний вплив на усталені соціально-політичні та культурні підвалини, пропонуючи новий, до цього не пізнаний, шлях, яким би жахливим а пріогі потенціалом він не володів.

Необхідно сказати, що в сучасному суспільстві ідея загального лібералізму, помножена на відособленість, гіперперсональність і неординарність індивіда набуває статус превалювання. Даний концепт не

володіє видимим статусом маніпулювання, але при уважному розгляді виявляє всі ознаки трансформації свідомості та глобального адміністрування, цілі й завдання якого заслуговують окремого дослідження. Нагальним є твердження про те, що егоїстична індивідуальність як стиль і спосіб життя розглядається репродуктивною машиною масової культури як ідеальне поле для соціального експерименту. При цьому концепт зовні проявленої неординарності є симулякром справжньої індивідуальності, оскільки відтворює іміджеві відмінності суб'єктів по програмним концепціям масової культури з метою комерційної вигоди. Професійними творцями масової культури розробляються і вводяться в життя проекти і артефакти, що володіють маніпулятивним потенціалом по відношенню до молодіжної та зрілої свідомості. Реалізуються схеми прихованого управління бажаннями людини, її егоїзмом, за допомогою моди, реклами, сексуального розкріпачення, прагнення до накопичення і т.д. У цьому контексті слід згадати вислів великого Й. В. Гете: «Немає рабства безнадійніше, ніж рабство тих рабів, хто себе вважає вільним від пут». Тому у сучасному суспільстві стверджується нова система невидимого і тоталітарного контролю над мисленням і поведінкою, описуване явище пов'язане з процесом глобалізації та інформатизації суспільства і носить керований характер. Що і відмічає у своєму відомому есе «Ерос і цивілізація. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества» Г. Маркузе. Він пише, що «індустріальна цивілізація переживає поширення тоталітаризму. Він приходить скрізь, де інтереси панування починають переважати над продуктивністю, стримуючи її можливості або змінюючи напрямок їх реалізації. Оскільки раціональність панування досягла моменту, коли вона починає загрожувати власним підвалинам, людей слід тримати в стані постійної мобілізації, як зовнішньої, так і внутрішньої ... Маніпулювання свідомістю описувалося в різних дослідженнях, присвячених тоталітарній і «популярній» культурам: координування приватної і

суспільної практики, спонтанних і змушуваних реакцій. Яскраві приклади цієї тенденції – індустрія бездумного проведення часу і триумф антиінтелектуальних ідеологій. Це розповсюдження контролю на раніше вільні області свідомості і дозвілля дозволяє послабити сексуальні табу (вельми важливі до цього, так як загальний контроль не міг бути настільки ефективним). У порівнянні з пуританськими і вікторіанськими періодами сексуальна свобода сьогодні, безсумнівно, зросла (хоча й відчутна реакція проти 1920-х). Проте в той же час сексуальні відносини все більш зливаються з соціальними, приводячи до гармонії сексуальної свободи і порядку, побудованого на прибутку. Фундаментальний антагонізм між сексом і соціальною користю (який є відображенням конфлікту між принципом задоволення і принципом реальності) розмивається поступовим настанням принципу реальності на принцип задоволення» [119, с. 86 - 87].

Слід підкреслити, що дані висловлювання Г. Маркузе знаходять підтвердження в сутнісному прояві сучасної масової культури в засобах масової інформації, що має істотний вплив на трансформацію молодіжної свідомості. Всілякі рекреаційні шоу-програми, які декларують бездумне проведення часу, створюються за принципом відсутності інтелектуального навантаження і спрямованості на відволікання масової аудиторії від поточних соціальних та економічних проблем.

Необхідно також звернути увагу на те, що сутнісним змістом молодіжної масової культури є гедонізм. Елементи еротизму, задоволення, зміненого стану свідомості червоною ниткою проходять через молодіжну культуру, координуючи її спрямованість і специфіку функціонування. Слід згадати, що гедонізм як філософське вчення не є винаходом постіндустріального суспільства, а йде корінням в класичну Елладу до трактатів Арістіпа (435-355 рр. до н.е.), що свідчить про історично глибинну підсвідому затребуваність сучасною молоддю гедоністично орієнтованої масової культури.

Молодь XX-XXI століть заявляє про себе як про активного суб'єкта історичного процесу, сповідуючи ідеали тілесності і насолоди не тільки як конформні практики, але і як форми соціального протесту і відмови від пануючої дійсності. Варто згадати субкультурні організації 60-70-х років XX ст., які демонстрували культ неробства і соціальної відстороненості в контексті постулативних вимог до культурних перетворень цивілізації. «Найважливішим досягненням молодіжної активності другої половини XX століття стало переосмислення культурних практик неробства в контексті суспільних трансформацій. Відмінною особливістю практик неробства найбільш відомих молодіжних спільнот другої половини XX століття є та, що не була раніше присутня в даній культурній традиції, протестна спрямованість, що виражається або в активній боротьбі, у формі «бунту» або «революції» або орієнтована на ескапістське ставлення до пануючої соціальної реальності. Крім цього, нова культурна традиція неробної молоді виявляється синкретичною, еkleктично ввібравши в себе ті чи інші філософсько-культурологічні, політичні чи релігійні ідеї. Нарешті, найважливішою особливістю розвитку практик неробства цього періоду є їх повсюдна ювеналізація – вперше в історії соціальних рухів новим суспільним актором, «культурною аристократією» стала молодь, що фактично визначило зростання значення молоді в соціокультурних процесах кінця XX – початку XXI століття» [139, с. 16].

Сама людська природа, історія її формування пов'язана з гедоністичним самопізнанням і одвічним пошуком тілесного і трансцендентного задоволення. Любов до насолоди, акцентовано пропонованою молодіжною масовою культурою, на тлі краху моральних ідеалів та традиційних родинних відносин, стає логічним наслідком сучасного розвитку культури в епоху постмодернізму. У цьому контексті масова культура несе в собі адаптивну і регулятивну функцію, відповідаючи людській фізіології, піклуючись про кожного члена свого суспільства,

створюючи для нього нехай ілюзорне, але комфортне середовище, захищаючи від агресивності і недосконалості світу, холодного і нескінченного космосу, неминучої смерті...

Особливо увагу привертає вплив еротичності масової культури на розвиток суспільства, що досліджується численною когортою мислителів. Слід особо відмітити вишукування Г. В. Костіної, яка докладно прослідковує значимість концептів еротизму масової та масової молодіжної культури на трансформацію соціальної свідомості. «Еротичність масової культури була тією її якістю, яка відзначалася найпершими критиками цієї складової культури. Бажання і Спокуса – знаки цієї культури як культури споживчої. Споживча культура спокушає кожного за допомогою компенсованих бажань, нейтралізованих еротичних імпульсів, сублімованих сексуальних потреб. Маскультура виступає як турбота про кожного – в першу чергу, про тіло кожного – вона виробляється, щоб споживатися – фізіологічно, духовно, інтелектуально, вона замінює людині потребу в справжній самоактуалізації в контексті реального простору. Вона занурює свого суб'єкта в особливі стани свідомості, пропонуючи йому реальність, більш явну, ніж реальність перебування, і ілюзію ідентичності цих реальностей. Ці два простора не тільки взаємодоповнюються, але і взаємозамінні, і споживача не бентежить те, що феномени першої замінюються симулякрами другої. Факт підміни тут не завжди буває виявленим і усвідомленим. Масова культура і функціонує, власне, в рамках цього режиму, це її основна, провідна функція – створювати ілюзорний світ, що нейтралізує соціальну напруженість, індивідуальні комплекси, фізіологічні розлади, відчуття нереалізованості і незадоволеності культурою. Тут кожен обласканий, оповитий турботою, любимий, долучений до світу, просвічений і зрівняний з усіма в якості і кількості споживаного» [90, с.133 - 134].

Таким чином, гедоністично орієнтована масова культура є надійним bastionом молодіжної свідомості, адаптуючи її до реальної буденності, не

вивільняючи при цьому зі стану ілюзорного сприйняття реальності. Вона може бути спрямована на соціальні групи молоді з внутрішніми ескапістськими настроями і бути певною формою екзистенціальної опозиції бруталності сучасного світу. Зазначена трансформація свідомості вбирає в себе ознаки відсторонення молодіжної аудиторії від соціальної дійсності і концентрування виключно на власному егоїзмі та тілесності.

Масова психологія сучасної молоді регламентує вседоступність і вседозволеність по відношенню до навколишнього середовища. Людина-конформіст не відчуває своєї тимчасовості та відповідальності перед природою, все, на що зорієнтована її свідомість – це матеріальне задоволення і радість розваги. Вся масова молодіжна культура сучасності просякнута ідеєю успіху і пов'язаний цей успіх з єдино можливим станом «нормальної людини» - бути багатим, бути нещадним і бути популярним. Масова людина – це постійно невдоволена дитина, яка вимагає від цивілізації все більш спрощеного соціального буття і вічно підтримуючу її безтурботний стан культуру. «Пора вже намітити першими двома штрихами психологічний малюнок сьогоденної масової людини: ці дві риси – безперешкодне зростання життєвих запитів і, отже, нестримна експансія власної натури і, друге, вроджена невдячність до всього, що зуміло полегшити їй життя. Обидві риси малюють вельми знайомий душевний склад – розпещеної дитини. І загалом можна впевнено докладати їх до масової душі як осі координат. Спадкоємиця вікопомного і геніального колишнього, геніального за своїм натхненням і дерзанням, сучасна чернь розпещена оточенням. Балувати – це означає потурати, підтримувати ілюзію, що все дозволено і ніщо не обов'язково. Дитина в такій обстановці позбавляється понять про свої межі. Позбавлена від будь-якого тиску ззовні, від будь-яких зіткнень з іншими, вона і справді починає вірити, що існує тільки вона, і звикає ні з ким не рахуватися, а головне, нікого не вважати краще себе» [134, с. 319].

Культура споживання направляє людське мислення в русло безтурботного і безвідповідального світовідчуття. Сучасна кіноіндустрія і засоби масової інформації служать єдиній меті – розвазі суспільства і відволіканню масової свідомості від поточних глобальних проблем, які виникають перед людством. Індивід, що володіє критичним мисленням, не вигідний і не затребуваний сучасною соціокультурною геополітичною системою. Капіталізм, який затвердився в сучасному світі, робить ставку на ринкові відносини у сфері культури, домагаючись поставлених цілей – отримуючи розпечену і бездуховну масову свідомість, яка вічно бажає нових видовищ і розваг. Така людина не володіє концептуальним і різнобічним мисленням, є смиренним об'єктом маніпуляції з боку зацікавлених у цьому процесі структур.

Необхідно висказати деякі судження щодо сутнісних відмінностей між масовою та масовою молодіжною культурою. Остання проявляє себе наступним чином:

- в віковій особливості масової молодіжної культури, акторами якої є саме молоді люди 15 – 35 років;
- в орієнтації масової молодіжної культури саме на молодіжну соціальну групу, котра являє собою ментально та емоційно мінливу соціальну субстанцію, що зумовлено недостатністю життєвого досвіду, експериментуванням із власним соціальним буттям, що проявляє себе в опозиційному ставленні до цінностей дорослого життя, відсутністю соціально-побутової залежності (життя молоді 15-25 років до одруження), прагненням до змін в матеріальному середовищі (наслідування модним маскультурним оновленням), соціальними змінами (школа, коледж, інститут тощо), об'ємним інтегруванням в світ інформаційних технологій;
- за допомогою того, що масова молодіжна культура породжує та впроваджує в молодіжне соціокультурне буття саме ті культурні

артефакти, що відповідають інтересам та цінностям молоді (світ комп'ютерних ігор та мережевого спілкування, простір моди, спорт, музикальна культура, середовище кіномистецтва переважно в напрямках «бойовик», «фентезі», «жахи» тощо).

Також, необхідно було б співвіднести поняття «популярна культура» та «масова культура» з наданням визначення поняттю «масова молодіжна культура». Не дивлячись на те, що певні дослідники ставлять знак тотожності між масовою та популярною культурами, треба вказати на певні відмінності між цими типами культур.

Популярна культура в першій половині ХХ ст. передувала виникненню феномену масової культури, а утвердження і розповсюдження останньої обумовлено розвитком та впровадженням в суспільне життя глобальних засобів масової інформації, виникненням та масовим розповсюдженням з часом мережі Інтернет та мережевих комунікацій.

Популярна культура не обов'язково може бути масовою, в цьому її сутнісна відмінність з останньою. «Буквально – це культура, яка популярна в різних верствах суспільства» [152, с. 9]. Внутрішній функціональний зміст, який відрізняє популярну культуру від масової, проявляє себе в тому, що популярну культуру характеризує «порівняльна близькість до елітарної культури, гетерогенність і більш висока вибірковість виробництва і споживання» [152, с. 9].

Масова молодіжна культура – це переконання, цінності, ціннісні орієнтації, комунікативні особливості, виразні засоби спілкування і поведінки молодого покоління, якому притаманні відносини засновані на дружбі та спільних інтересах. Вказана форма культури знаходиться в стані постійної самозміни, що провокується її невпинною культурною співпрацею з молодіжною соціальною групою, яка характеризується дозвіллевою спрямованістю, потягом до самовизначення, експериментуванням зі способом життя, прагненням до модернізації як до

стилю життя. Сутнісною особливістю масової молодіжної культури є те, що вона є наслідком глобальної соціокультурної інтеріоризації та розповсюджується засобами масової інформації та інформатизації. Являє собою креативний продукт, спрямований на попит в молодіжному середовищі численної групи іміджмейкерів, піар-технологів, маркетологів, акторів, режисерів тощо.

Молодіжна масова культура як наймогутніший інструментарій соціокультурних модернізацій в суспільстві виконує ряд функціональних завдань. Бінарна класифікація їх за принципом поділу на негативні і позитивні соціальні феномени дозволяє розкрити сутнісні характеристики масової молодіжної культури. Але також слід зауважити, що окремі аспекти масової культури виходять за рамки бінарних опозицій і при розгляді під кількома кутами зору демонструють взаємний перехід негативних тенденцій у позитивні і навпаки. Як приклад, слід сказати, що процес міфологізації молодіжного мислення володіє як деструктивним, так і конструктивним змістом.

Одна з фундаментальних дослідниць сучасної масової культури, Г. В. Костіна, висловлює судження про те, що масова культура є значним соціальним інструментом, який виконує соціально-адаптаційну функцію в постіндустріальному суспільстві. «Масова культура на відміну від високої культури, що спрямована на перетворення багатства сукупної людської історії у внутрішнє надбання особистості і, яка є умовою розвитку її сутнісних характеристик, орієнтована на соціалізацію індивіда, включення його в певне середовище і реалізацію стратегій адаптації в їх різноманітних варіантах, пов'язаних зі ступенем активності і з орієнтацією на певну діяльність особистості або групи» [90, с. 120]. Г. В. Костіна говорить про те, що елітарна культура, перебуваючи в опозиційному стані по відношенню до масової культури, сприяє індивідуалізації характеру і розкриттю всіх

духовно-генетичних потенцій людської істоти. Тим не менш «Масова культура виступає в якості унікального за своєю ефективністю пристосувального адаптаційного механізму, який компенсує суб'єкту міської, маргінальної культури з порушеними каналами комунікації та міжпоколінної трансляції відсутність традиції. Дозволяючи прожити різні психологічні стани, масова культура формує стан адаптованості індивіда до соціальної реальності, реалізуючи, таким чином, одну з провідних своїх функцій» [90, с. 121].

Г. В. Костіна стверджує, що ідейним і сутнісним змістом молодіжної масової культури є формування ілюзорного і не справжнього уявлення про поточну дійсність. Масова культура, в її трактуванні, виконує функцію міфологізації молодіжної свідомості, відволікання її від реальності і конструювання псевдореалістичної картини світу. При цьому індивід, що потрапляє під вплив концептів масової культури, самоототожнює себе з її ідейними установками і починає жити відповідно до сутнісного змісту маскультурних симулякрів. У цьому контексті масова культура містить в собі деструктивні потенції [90, с. 125 - 126].

Урбанізація, капіталістична система економічних відносин, що ствердилась в сучасній соціально-економічній реальності, входження суспільства в постіндустріальну стадію розвитку, на думку Г. В. Костіної, сприяють виникненню суперечностей між індивідом і панівною соціально-економічною системою. В умовах, що складаються, масова молодіжна культура виконує регулятивно-компенсаторську функцію, адаптуючи і соціалізуючи індивіда. Виникає абсолютно новий тип мислення, якому притаманний розрив з традиційною культурною моделлю [90, с. 129]. Постійне омолодження соціокультурного базису формується на підставі молодіжної соціальної групи, яка конструктивно сприймає неусталеність і мінливість масової культури. «З інтенсивним розвитком капіталізму і вступом його в постіндустріальну стадію розвитку відзначається зростання

великих промислових центрів, збільшується щільність населення, посилюється масовізація всіх виробничих процесів, а з ними і духовних, остаточно формується нова психологія людини міста з вільною від стереотипів свідомістю і налаштованою на розрив з традицією» [90, с. 129].

Однією з домінантних функцій масової молодіжної культури, на погляд дисертанта, є рекреаційно-дозвільна, яка спрямована на відволікання людини від поточних соціально-економічних і політичних проблем, що притаманні постіндустріальній цивілізації. Найбільш дієво вказана сутнісна характеристика масової культури проявляє себе саме в молодіжному соціальному середовищі, що активно трансформує свідомість широких молодіжних верств. Ігри та розваги є особливо затребуваними і масовими способами психоемоційного розслаблення та дозвілєвого проведення часу. Підліткова соціальна група найбільш тісно інтегрована в ігровий віртуальний простір, збагачений тисячами онлайн-розваг, які надають можливість спільної гри та мережевого «конекту» з друзями. Фактор масовості в зазначеному процесі починає проявляти своє трансформаційне значення ще з раннього періоду формування особистості, конструюючи систему масових інтересів неповнолітніх тинейджерів. Більш доросла аудиторія (18 - 25 років) залучена в музично-клубну молодіжну субкультуру, масову популяризацію якої підігрують всілякі танцювально-вокальні кастинги і проекти, які піднесенні засобами масової інформації та мають вплив на процес масовізації свідомості всіх вікових соціальних груп. Необхідність відпочинку, розслаблення, абстрагування від проблем актуалізує креативне функціонування масової культури, підтверджує її затребуваний статус. «Створюючи індустрію дозвілля, розваг, туризму, спорту, ігрові комплекси, масова культура дозволяє розслабитися, відпочити, відволіктися від професійної діяльності, заповнити багаж духовних сил, набути психічну рівновагу. Ця функція масової культури, звернення до неї людини надзвичайно важлива в умовах динамічного розвитку інформаційного

суспільства, який характеризується глобалізацією, де людина відчуває себе самотнім і покинутим. Масова культура покликана доступними формами, методами і прийомами організувати людині повноцінний відпочинок» [83, с. 31].

У період утвердження постіндустріального суспільства молодіжна масова культура демонструє найважливіше функціональне значення, що виявляється в інформатизації соціуму. Технічна можливість за допомогою ноутбуків, інтернет-планшетів, айпадів і інших мобільних пристроїв, миттєвого доступу до мережевих ресурсів, сприяє процесу масової інформатизації молоді та трансформації молодіжної свідомості. Даний феномен має двояке значення, з одного боку сприяючи швидшому пошуку потрібної інформації, з іншого позбавляючи студентство мотивації до самостійної роботи над контрольними роботами і рефератами і відвідування бібліотеки.

Актуальними є питання, пов'язані з розробками і удосконаленнями антиплагіаторських програм і впровадження їх в систему середньої та вищої освіти. Інформатизація молодіжної соціальної групи надає комфортність доступу до всіляких науково-пізнавальних фільмів, інтерактивних освітніх програм, онлайн-конференцій та форумів. Тим не менш, слід сказати, що відкривається доступ і до ресурсів, що володіють деструктивним потенціалом, наприклад до відеороликів, що демонструють сцени насильства, до терористичних інформаційних сайтів і т.д. Концепція лібералізації віртуального простору не передбачає адміністративно-технічної фільтрації інформаційних потоків, тому суттєвими є питання удосконалення педагогіко-методологічної бази, що дозволяє вести ефективний діалог з молоддю з метою формування конструктивного аксіологічного базису. «Завдяки засобам масової комунікації, з'явилися канали швидкого і легкого доступу до інформації різного призначення і змісту. Розширюються пізнавальні можливості особистості, зростає гносеологічна роль масової

культури, що знаходить відображення в популярності відповідних телевізійних програм, науково-популярних фільмів (наприклад, про природу). Внаслідок розвитку засобів масової комунікації змінюється вигляд і рівень сучасної освіти, де стійке місце займають новітні інформаційні технології, які забезпечують, наприклад, можливість дистанційної освіти» [83, с. 33].

Необхідно підкреслити, що молодіжна масова культура справляє трансформаційний вплив на базисні гносеологічні, аксіологічні, естетичні та світоглядні уявлення, видозмінюючи духовний світ особистості і конструюючи модель поведінки. Комунікативно-інтегративна функція, посилена фактором мережевої віртуалізації соціального простору, дозволяє стійко підтримувати існуючі та впроваджувати модерні алгоритми молодіжних вчинків і дій. «В ході впливу на особистість за допомогою штучно створених і популяризованих зразків створюється певний стереотип поведінки в суспільстві, формується мода на стиль в одязі, музику. Таким чином, масова культура виконує естетичну функцію, певною мірою формуючи духовний світ особистості. Причому, з одного боку, масова культура містить комплекс духовних цінностей та естетичних принципів, які відповідають запитам споживачів; з іншого - здійснюють прямий вплив на їх виникнення» [83, с. 33]. Сукупний аналіз критичної маси факторів, що впливають на трансформацію молодіжної ментальності, надає можливість передбачення скерованостей і логічних наслідків тих чи інших соціальних процесів, виявляти їх деструктивні і конструктивні тенденції.

На основі викладеного необхідно сформулювати висновки:

– молодіжна соціальна група є рухомою соціальною субстанцією і суспільством потенційних можливостей, яке діалектично взаємодіє з культурою;

– масова молодіжна культура є продуктом постіндустріального суспільства і тісно пов'язана з процесом глобалізації, який затвердився в сучасному світі;

– масова культура формує ілюзорне уявлення про самодостатність та неординарність особистості. Індивід перебуває в стані постійного контакту з інформаційним полем масової культури, що формує стереотип його поведінки та сприяє побудові одновимірної-споживчої мислення масової молодіжної аудиторії;

– масова молодіжна культура виконує регулятивно-компенсаторську, комунікативно-інтегративну, мотиваційно-спонукальну, адаптаційно-стандартизуючу, дозвілєво-розважальну та інформаційно-пізнавальну функції;

– сутнісний зміст масової молодіжної культури проявляє себе в конформній, сенсаційно-життєвій, поверхнево-тривіальній, гедоністичній та комерційній спрямованості;

– сучасний міф використовується як масовою молодіжною культурою, так і комерційними та політичними структурами для досягнення певних ідеологічних, економічних або інформаційних завдань;

– загальна інформатизація соціуму сприяє масовому розповсюдженню і популяризації масової молодіжної культури;

– дозвільно-розважальна сутність масової культури іманентна аксіології сучасних тинейджерів і молодих людей у віці 18 - 25 років;

– масова молодіжна культура є субстратом, що формує комерційно-споживацьке ставлення до мистецтва. Масова молодіжна культура, яка інтеріорізує світову інформаційну протяжність, виконує функцію вестернізації масового культурного простору.

Висновки до першого розділу

Аналіз соціально-філософського дискурсу, спрямованого на осмислення генези та розвитку масової молодіжної культури, демонструє наростання академічного інтересу до зазначеної проблематики ще в період Нового часу. Питання виникнення масової свідомості, збереження індивідуальності, підміни оригінального тиражованим починають хвилювати розуми мислителів ще в XIX сторіччі. На тому історичному етапі, який ознаменувався промисловою революцією, стихійним накопиченням капіталу і породженням тенденцій всіх тих культурних, соціально-політичних і економічних суперечностей, які приведуть до формування тоталітарних держав, світовим війнам і божевільним концепціям, які апологізують фізичне знищення за расовою ознакою.

Дослідження широкого теоретичного пласту соціально-філософської рефлексії надало змогу простежити шлях генези та розвитку масової молодіжної культури, виявити її сутнісний стан, функції та взаємообумовленість з процесом всебічної інформатизації та глобалізації соціуму.

Визначено, що у теоретичних побудовах класичних мислителів розглядаються питання опозиційності мас і еліт, свідомості і підсвідомості, класової боротьби, трансформації мислення і можливу зацікавленість держав у формуванні одновимірного та уніфікованого мислення, формується теорія індустріального та постіндустріального суспільства, в соціально-філософському термінологічному апараті з'являються поняття «маса», «масова людина», «колективне несвідоме», «надлюдина», «соціальний факт», «натовп», «публіка» та ін.

У філософській рефлексії Франкфуртської школи масова людина розуміється як слухняний об'єкт маніпуляції з боку зацікавлених у цьому процесі структур. Теоретичні конструкції представників цієї школи демонструють немарксистське розуміння історії, критику одновимірного

мислення, яке формується внаслідок впровадження в соціокультурне буття маскультурних технологій маніпулювання свідомістю та бажаннями. Представники франкфуртського напрямку змогли вичерпно відобразити негативні та позитивні тенденції, пов'язані зі ствердженням в світі феномену глобалізації.

Роль мас як соціально-перетворюючої сили відстоюється в радянській соціально-філософській традиції, при цьому радянські мислителі роблять акцент на тому, що машина масової культури буржуазно-капіталістичного ладу спрямована на вироблення у індивіда споживчого мислення, позбавляючи його соціальної ініціативи. В їх працях зазначається, що капіталістична система сприяє виникненню штучного масового культурного простору, котрий відволікає людину від вагомих проблем соціальної дійсності. Водночас комуністична ідеологія не трактується радянськими дослідниками як тоталітарна методологія уніфікації свідомості. Не мають можливості бути продемонстровані альтернативні соціально-філософські концептуальні моделі, що розглядали би проблеми масової культури неупереджено, системно та всебічно.

Постмодерністські філософи розглядають масову культуру як поле несправжньої реальності, яке породжує нецілісне й ілюзорне світосприйняття. Сутнісний зміст масової культури розглядається крізь призму розпаду емпірико-раціональної моделі світосприйняття. Масова культура в постмодернізмі демонструє себе як ідейна основа сучасного світу, якій притаманна мозаїчність, естетизація потворного, фрагментарне сприйняття реальності, божевільність та вседозволеність.

У трактуванні ж сучасних дослідників масова культура наділяється як позитивним, так і негативним змістом, робляться спроби об'єктивного і всебічного аналізу зазначеного феномена. Розглядаються феноменологічні та екзистенціальні підвалини масової культури, її взаємообумовленість з процесом інформатизації та глобалізації сучасного світу, досліджуються

особливості молодіжної масової культури, ознаки її трансформаційного впливу на свідомість молодіжної соціальної групи тощо.

З'ясовано, що сутнісний зміст сучасної масової молодіжної культури виявляється в її загальній комерціалізації, міфологізації свідомості, спрямованості на формування стандартизованого та уніфікованого світосприйняття. В контексті того, що молодь є товариством потенційних можливостей, вектор яких визначає масова молодіжна культура, розкривається соціально-філософська актуальність дослідження питань трансформації молодіжної свідомості. Кон'юнктурно-консьюмеристський остов молодіжного маскульту пов'язаний з загальною інформатизацією соціуму і сприяє домінуванню даного феномену в соціокультурному просторі, феномену, що відтворює аксіологічні підвалини сучасного суспільства. Відповідно, майбуття держав залежить від тієї світоглядної платформи, яка формується саме масовими засобами інформатизації суспільства, саме соціокультурне середовище, а не біологічна обумовленість детермінує процес розвитку цивілізації.

Важливим значенням масової молодіжної культури володіє її дозвільно-рекреаційна функція, що є за своєю суттю механізмом соціального регулятива та адаптації. Гедоністична контекстуальність зазначеного явища сприяє формуванню суспільства егоцентристів і конформістів, сконцентрованих на власній тілесності і рекламній неординарності, яка в реальності являє собою лише симулякр справжньої індивідуальності. Вказане демонструє певні трансформаційні тенденції розвитку сучасної масової молодіжної культури, що сприяє виникненню одновимірно-споживчого мислення молоді людини, орієнтованого в напрямок споживання сенсаційно-життєвого, емоційного та поверхневого культурного продукту. Масова молодіжна культура знаходиться в стані перманентної самозміни та модернізації форм і типів власного функціонування, відбувається розширення та трансформація методів її впливу на молодіжну свідомість, в

тому числі і за допомогою Інтернет-технологій, що одвічно актуалізує вивчення даного феномена.

Основні положення першого розділу відображені в наступних авторських публікаціях:

1. Кучерук О. А. Массовая культура как феномен современности / О. А. Кучерук // Наукове пізнання: методологія та технологія. –№ 2 (31). – 2013. – с. 89-96.

2. Кучерук О. А. Сущностное содержание современной молодежной массовой культуры / О. А. Кучерук // Гуманитарные социально-экономические и общественные науки (Всероссийский научный журнал). – № 9. – 2015. – с. 38-42.

3. Кучерук О. А. Массовая культура в философской рефлексии Франкфуртской школы / О. А. Кучерук // Матеріали II міжнародної наукової конференції «Методологія та технологія сучасного філософського пізнання», 29-30 травня 2014 року. – Одеса: ПНПУ, 2014. – с. 22-24.

4. Кучерук О. А. Критика «буржуазной массовой культуры» в советской философской литературе / О. А. Кучерук // Історіосфера. Матеріали Дев'ятої наукової конференції викладачів, студентів, магістрів, аспірантів та молодих учених історико-філософського факультету Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. – Одеса : ПНПУ, 2014. – с.19-25.

5. Кучерук О. А. Массовая культура в постмодернистской традиции / О. А. Кучерук // Історіосфера. Матеріали Десятої наукової конференції викладачів, студентів, магістрів, аспірантів та молодих учених Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. – Одеса : ПНПУ, 2015. – с.20-23.

Розділ 2

НЕОМІФОЛОГІЯ СУЧАСНОСТІ ТА СУБКУЛЬТУРНІ ТЕЧІЇ В ТРАНСФОРМАЦІЇ МОЛОДІЖНОЇ СВІДОМОСТІ

2. 1. Методологія дослідження молодіжної свідомості в соціально-філософській ретроспективі.

Даний підрозділ ставить перед собою завдання виявлення та осмислення суті перетворюючих факторів масової культури, що здійснюють трансформаційний вплив на молодіжну свідомість. Зазначена проблематика має певний теоретико-методологічний фундамент, не проаналізувавши який не виявляється можливим досягти поставлених цілей. На думку дисертанта, формування новоархаїчного простору, включення широких верств молоді в субкультурні організації і їх подальша трансформація, розвиток Інтернет-технологій і мережових комунікацій, є наслідком розширення маскультурного простору, зміни форм розвитку масової культури. Традиційні аудіовізуальні та друковані технології ретрансляції маскультурних установок не втрачають при цьому своєї значущості, а лише займають відносне місце в сукупній сумі сучасних чинників, що сприяють трансформації молодіжної свідомості.

Підвалинами даного дисертаційного дослідження є ідеї, теорії та концепції філософської ретроспективи, спрямовані на осягнення причин та наслідків трансформації молодіжної свідомості в контексті постіндустріального перетворення і утвердження масової культури в соціокультурному просторі. Цей підрозділ дослідження являє собою спробу методологічного аналізу філософської спадщини в зазначеному аспекті проблеми з подальшим виробленням конструктивного підходу до висвітлення поставленої мети. Саме метод теоретичного узагальнення надає змогу це зробити.

Соціокультурний підхід надав можливість розглянути явище масової молодіжної культури в єдності та взаємообумовленості культурного та соціального. Буття акторів молодіжного соціокультурного середовища аналізується в контексті впливу культурних артефактів масової молодіжної культури на алгоритмістику соціальних реакцій молоді.

Соціально-філософський підхід допоміг відобразити саме філософський контекст культурної взаємодії молоді з масовою молодіжною культурою, розкрити питання аксіологічних та світоглядних трансформацій в молодіжному світорозумінні, виявити соціально-світоглядні тенденції культурної інтеріоризації в зв'язку з утвердженням масової молодіжної культури в глобальному соціокультурному просторі.

Конструктивно-критичний підхід дозволив об'єктивно та всебічно розглянути негативні та позитивні напрямки розвитку масової молодіжної культури в модусі її трансформаційного впливу на масову молодіжну свідомість.

Застосування діалектичного методу надало можливість розглянути трансформаційні перетворення в молодіжному світосприйнятті в хронологічній перспективі з урахуванням всіх тих протиріч, що накопичуються та сприяють відтворенню соціокультурної дійсності в новій якості на певному історичному етапі.

Актуальність діалектичного методу проявляє себе в системному та науковому підході щодо висвітлення проблемних питань дисертації. В дослідженні застосовувалися класичні принципи та підходи діалектичної методології. Принцип об'єктивності надав змогу виявити внутрішню єдність всіх проявів масової молодіжної культури, класифікувати та узагальнити їх, розглядати предмет дослідження в контексті його історичної належності. Принцип всебічності дозволив багатофакторно та багатоаспектно дослідити загальний зміст феномену масової молодіжної культури та піддати висвітленню та аналізу окремі сегменти молодіжного маскультура. Принцип

протиріччя надав можливість виявляти протилежності сторін предмета, їх боротьбу та вихід в якісно новий стан існування.

Доцільність методу соціально-філософського аналізу пов'язана з необхідністю суб'єкт-об'єктного підходу до дослідження проблематики трансформації молодіжної свідомості в контексті масової молодіжної культури. Науковим суб'єктом аналізу є молодь, індивідуально-суб'єктивна і соціально-колективна, яка є суспільно-історичною соціальною субстанцією, що знаходиться в процесі невинної соціокультурної флуктуації. Об'єктом дослідження постає світ масової молодіжної культури з власним ціннісно-орієнтовним виміром і ефективною методологією впливу на свідомість. Трансформація молодіжної свідомості в цьому контексті призведе до якісно нового формування суспільної свідомості і, як наслідок, до глобальної світоглядної суспільної трансформації.

Метод аналітичного абстрагування надав можливість виявити концепти, конструкти та доміанти масової молодіжної культури в їх індивідуальному статусі, з поступовим дослідженням суб'єктивного сутнісного змісту вказаних феноменів, а метод узагальнення та систематизації призвів до з'єднання та впорядкування проаналізованих аспектів предмету, зведення їх до абстрактно-узагальнюючих висновків.

Синергетичний метод, як теорія самоорганізації суспільних систем, надав можливість розглянути предмет дослідження в контексті його стихійності та нелінійності. Завдячуючи синергетичним теоретичним розробкам і введенням в науково-термінологічний понятійний апарат таких категорій та класифікацій: «нестабільність», «атрактори», «хаос», «дисипативні структури», «біфуркація» вдалося розглянути предмет дослідження з урахуванням його постійного саморозвитку. Особливу допомогу синергетична методологія надала при дослідженні Інтернет-простору, який не має статичної основи і розвивається за принципом внутрішньої самодостатності, тобто в результаті стихійного співпрацювання

акторів мережевих комунікацій. «Інтернет це складна, самореферентна комунікативна система, що самоорганізовується, яка володіє емерджентними (тими, що раптово з'являються, несподіваними) властивостями, для опису якої необхідно враховувати теоретичні принципи квантової механіки – спостережуваності і додатковості, а також синергетичні принципи підпорядкування і кругової причинності» [133, с. 104]. Відштовхуючись від концептуальних засад синергетичної парадигми треба підкреслити, що молодіжні маскультурні артефакти, які потрапляють в простір Мережі, здатні формувати непередбачувані та стихійні настрої та поведінкові реакції в молодіжному середовищі, що здатні трансформувати соціокультурну та соціополітичну дійсність.

На початку ХХІ століття очевидним стає всезростаючий трансформаційний вплив техніки і комп'ютерних технологій на масову свідомість молоді. З'являється цілий напрямок у соціальній філософії, що ставить перед собою завдання філософського осмислення технологічного розвитку, урбанізації суспільства, входження його в принципово нову стадію функціонування, розробляються концепції «інформаційного», «постіндустріального», «техногенного» суспільства, даються позитивні і негативні прогнози щодо глобальних перспектив цивілізаційної еволюції. При цьому актуальними залишаються питання, пов'язані з трансформаційними тенденціями світорозуміння і сприйняття реальності, задіяністю молодіжної соціальної групи до зазначених процесів.

Одним з патріархів філософії технологій американцем Л. Мамфордом вводиться в філософський ужиток термінологічне поняття «мегамашина», яка є історичним суб'єктом конструювання реальності, що трансформує алгоритми культуротворчого процесу у відповідності зі своїм сутнісним змістом. Він пише про те, що «З появою такої нової «мегатехніки» панівна меншість створює певну одноманітну, всеосяжну, яка виходить за межі землі структуру, призначену для автоматичної роботи. Замість того, щоб активно

функціонувати в якості самостійної особистості, людина стане пасивною, марною і машинокерованою твариною » [117, с. 9]. Далі філософ зауважує, що «З концептуальної точки зору інструменти механізації вже п'ять тисяч років тому стали зв'язуватися лише з такими суспільними функціями і цілями, як безперервне збільшення порядку, влади, передбачуваності і, насамперед, контролю. Панування цієї протонаукової ідеології призвело до регламентації і деградації колись незалежної діяльності людини: так вперше виникла «масова культура» і «керівництво масами». Таким чином, Л. Мамфорд вказує на трансформаційну спрямованість технологій на детермінізацію соціальної поведінки, формування «колективної безпеки», «достатку», «збільшення всіляких потенцій розуму», з безпосереднім підпорядкуванням суспільного мислення зумовленостям технологічної матриці поточного соціокультурного періоду [117, с. 22].

Відомим дослідником в області впливу засобів електронних комунікацій на трансформацію мислення масової людини є канадський вчений Г. М. Маклюен. На думку мислителя, масова інформація впливає на свідомість індивіда подібно до мозаїки, позбавляючи його цілісного сприйняття дійсності. У творі «Галактика Гутенберга» філософ піддає критиці винахід писемності та алфавіту, відтворюючих «калейдоскопічне» мислення «шизофреників». Книгодрукування, на його думку, формує статистичне масове суспільство, але також породжує і опозицію у вигляді нонконформізму. Розвиток же техніки і технологій, подальше їх впровадження в широке соціальне життя, на думку Г. М. Маклюена, «ставить нас на зорі століття електроніки перед фактом змикання всього людського роду в єдине світове плем'я» [115, с.14].

Своєрідну спадкоємність у розвитку філософської рефлексії щодо формування інформаційного суспільства можна простежити в послідовності зміни назв філософських трактатів. Логіку роздумів Г. М. Маклюена про «Галактику Гутенберга» розвивають концепції іспанського соціолога-

постмарксиста М. Кастельса, відображені у творі «Галактика Інтернет: Міркування про Інтернет, бізнес і суспільство». М. Кастельс вважає, що розвиток мережі Інтернет це не чергова сходинка технологічної еволюції, а «ключова технологія інформаційної епохи. Він втілює культуру свободи і особистої творчості, будучи як джерелом нової економіки, так і громадського руху, що базується радше на зміні людської свідомості, ніж на збільшенні влади держави» [82, с.8]. І тут необхідно сказати, що якщо Інтернет сприяє «внутрішньосоціальной взаємодії і побудові міжособистісних мереж», то він має всі ознаки трансформаційного впливу на маси, а в особливості на молодіжну свідомість, найбільш інтегровану у віртуальний соціокомунікативний процес. М. Кастельс піддає детальному теоретичному аналізу архітектуру Інтернету, вказуючи на її саморозвиток, з подальшим формуванням «віртуальних громад» і «техноеліт», приділяє увагу соціальним трансформаціям в контексті формування «мережевої спільноти», впливу Інтернет-технологій на видозміну економічного, політичного і громадського життя держав.

Також цікавими є, в аспекті трансформаційного впливу на молодіжну свідомість, судження М. Гріффітса, який поділяє молодь, котра залучена до інформаційного саморозвитку Інтернет-простору, на дві підгрупи. Перша підгрупа отримує позитивну підтримку від ігрового простору Інтернету та від його комунікаційних можливостей, друга підгрупа користувачів, навпаки, використовує Інтернет, як засіб ухилення від реального життя, наприклад, через низьку самооцінку, самоповагу тощо. В своїх дослідженнях М. Гріффітс зазначає, що існує реальна Інтернет-залежність молоді, яка здебільше втягується під вплив його інформаційного ареалу [213].

В осмисленні проблематики трансформації масової свідомості також слід вказати на праці американського соціолога Д. Белла, який є одним із засновників теорії інформаційного суспільства. Дослідник вводить нову періодизацію суспільного становлення: «доіндустріальне» – «індустріальне»

– «постіндустріальне суспільство», і звертає увагу на зростання ролі інформаційних комп'ютерних технологій на трансформацію ментальності молодого покоління [15].

Вичерпними дослідженнями в галузі посттехногенного суспільства і масової культури, подальших перспектив розвитку цивілізації і трансформації молодіжної свідомості, є праці американського соціолога і футуролога Е. Тофлера. У його інтерпретації стрімкий розвиток техніки і технологій приводить суспільство до «футуршоку» як психологічної реакції людини на інтенсивні зміни, спровоковані прискоренням темпів соціального розвитку [169].

Також не можна не згадати американського структурного інженера і футуролога Ж. Фреско, який отримав популярність завдяки фільму «Дух часу: Наступний крок» (режисер Пітер Джозеф 2011 р.) У цій документальній кінострічці критикується соціобіологічна концепція і вказується на соціокультурну пріоритетність у формуванні молодіжного мислення як підвалини, на якій будується майбутнє цивілізації.

Проблематиці виникнення традиційного міфологічного світосприйняття, сучасного впливу масової культури на міфологізацію молодіжної свідомості і конструювання простору нової архаїки, що трансформує уявлення про дійсність, приділяє увагу чимала кількість зарубіжних, радянських і пострадянських мислителів. Слід вказати на праці Т. О. Андрєєвої [3], О. В. Андрієнко [4], Р. Барта [9], Ю. О. Богомолова, К. В. Галаніної [41], А. С. Дріккера, М. Еліаде [202], Е. Кассирера, Г. В. Костіної [91], І. Є. Кроливецької [95], О. Ф. Лосєва [113], А. Б. Ройфе [150], Є. В. Сальникової, В. Є. Самойлової [153], Д. В. Усова [173], М. А. Хренова [124], Є. Л. Яковлевої [204].

У трактуваннях румунського дослідника міфологій М. Еліаде «міф є істинною основою суспільного життя і культури». Міф надає людині зразки божественної поведінки і є виправданням більшості людських вчинків. Міф

дозволяє суб'єкту архаїчного світосприйняття повертатися в «великий священний час», несучи при цьому конформну функцію відволікання свідомості від гнітючої і деструктивної реальності, тобто він трансформує, видозмінює ставлення індивіда до дійсності. На думку М. Еліаде повернення в «споконвічний час» і «ігнорування теперішнього часу» – основне завдання сучасного міфу. Він констатує, що «ми можемо проникнути за личину міфологічної поведінки сучасної людини насамперед аналізуючи його позицію до часу» [203, с. 34.]. По відношенню до молодіжних субкультурних організацій, ідейними підставами яких є концепти магізму, сакральності, історичної реконструкції, фентезійної ірраціональності, езотеризму, середньовічної готики і т. д., теоретичні побудови М. Еліаде проявляють свою сучасну актуальність, пояснюючи причини масової міфологізації молодіжної свідомості в кризову епоху постіндустріалізму.

Французький семіотик Р. Барт концентрується на вивченні міфу як на феномені, який відповідає аксіології носіїв архаїчного світосприйняття. Р. Барт розглядає сучасну масову культуру як семіотичну структуру, в якій міф є конструктором культуротворчого простору. На прикладі американської боротьби «кетч», Р. Барт демонструє міфологічну контекстуальність дії, що відтворюється на рингу: «в Америці кетч зображує собою свого роду міфологічний поєдинок Добра і Зла (за природою своєю близький до політики, так як негативний борець завжди вважається «червоним»). У французькому кетчу закладений зовсім інший тип героїзації - не політичний, а естетичний. Публіка шукає в ньому послідовно створюваний образ, за природою своєю найвищою мірою моральний – образ закінченого мерзотника» [9, с. 82]. Таким чином, у трактуванні Р. Барта міф є ідейним і ціннісним субстратом сучасної масової культури, що трансформаційно впливає на свідомість.

Вітчизняний дослідник неоміфологічного простору Д. В. Усов вважає, що сучасний міф здатний приводити людину до глибоких, емоційних

вражень та довгий час утримувати їх. Він зазначає, що головним чинником, котрий сприяє формуванню сучасного простору нової архаїки є діяльність ЗМІ, можливості яких в ретрансляції міфозмістовних артефактів, збільшилися в декілька разів. Д. В. Усов стверджує, що міф є той фактор, який сприяє масовізації суспільного життя, він каже, що маса перебуває в світовідчутті міфу, який трансформує її світогляд відповідно до власного сутнісного змісту [173].

Є. В. Сальникова вважає, що «масова культура надала режим найбільшого сприяння розвитку міфологічної образності, міфологічної свідомості» [124, с. 594]. Вона вважає, що міф є «образною інтерпретацією світу», історично вструктурованою в колективну свідомість мас. Свідомість при цьому постає ідеальним «носієм міфу», який проявляє свою присутність в культуротворчому процесі людини. Є. В. Сальникова підмічає, що «З розвитком цивілізації і повсякденного матеріально-просторового середовища проживання з'явилися нові носії міфологічної образності... фотографія, кіно, телебачення, комп'ютер ... А тому потрапляння в простір візуального сприяє трансформативності образу, його багаторазовій передачі, інтенсивності його сприйняття і переробки» [124, с. 596]. Відповідно, візуальне середовище впливу, посилене фактором інформаційно-технологічної доступності та масовості трансформує молодіжну свідомість, яка є інкорпорованою в ареальне поле масової культури.

М. А. Хренов вказує на те, що «ключ до розгадки природи і функцій міфу в ХХ ст. знаходиться в морфології типу культури» [124, с. 30]. У парадигмі культури «чуттєвого типу» міф був витіснений в область підсвідомості, але альтернативна форма культури яка формується, витягує міф з області сакрального і трансформує уявлення про нього як про «реальність надчуттєвого». М. А. Хренов посилається на праці К. Кастанеди, в яких американський антрополог середини ХХ ст. обґрунтовує обмеженість світу "тональ", що сприймається людиною, який є частиною незбагненого,

але реального всесвіту «нагваль». При цьому, «третя увага» «воїна», який став на шлях пізнання, в змозі досягнути енергетичну суть «емануючих» об'єктів, у той час як більшість людей користується тільки «першою увагою», котра відповідає лише буденному світосприйняттю. Таким чином, К. Кастанеда обґрунтовує реальність сакрального-міфічного і потойбічного світобуття і вказує на культурну детермінованість «західної людини», що позбавляє його можливості ірраціонального пізнання суті речей [79].

Однією з причин сучасного саморозвитку міфотворчості саме в молодіжному середовищі є, на думку М. А. Хренова те, що «той хто сприймає міф уподібнюється герою міфу, а, отже, перетворюється на цього героя, стає їм, хай і ілюзорно» [124, с. 32]. Так реалізовується «компенсаторська» функція міфу, яка витягує міфологічне світовідчуття зі свідомості і підсвідомості та актуалізує його.

На думку Є. Л. Яковлевої міф є «специфічної грою», до якої залучаються носії архаїчного світовідчуття. При міфологічному сприйнятті ключовим ресурсом людської психіки є фантазія, котра сприяє трансформації молодіжного світосприйняття та «іншому вимірюванню існування», тобто відключенню свідомості від переживання фізичної реальності і конструюванню альтернативного, ілюзорно-конформного середовища ментального функціонування. Є. Л. Яковлева вказує на те, що міф володіє ігровою природою, яку «можна виявити в драматичному розігруванні сюжету міфу. Актор сприймає образ світу як театр, одночасно живучи в реальному і вигаданому світі, долею своєї і своїх героїв. Світ ігрової природи міфу – це спектакль, дія якого розгортається перед людиною, де вона виступає в ролі творця, виконавця, глядача, інтерпретатора або жертви деяких комбінацій, які скасовують її як самостійну особу» [204, с.13 - 14]. Слід зауважити, що ігрове переживання буття найбільш властиве саме молодіжній соціальній аудиторії, яка інтегрована у глобальне ігрове та рекреаційно-дозвіллове поле масової культури.

І. Є. Кролівецька говорить про те, що трансформація молодіжної свідомості обумовлена ціннісним базисом масової культури, що породжує інформаційну основу для функціонування міфозмістовних концептів. «Культура ХХ століття створила свій, притаманний тільки їй, пласт міфології. Характерними рисами культури ХХ століття були аксіологічний плюралізм, змішання традицій і норм, свідомо зміна і трансформація граничних полюсів, які задають звичні орієнтири в житті людини, кліповість, фрагментарність і цитатність, стильовий синергізм, змішання жанрів – високого і низького, невизначеність, культ цінностей, мовна гра і т.д. – з'явилися живильним ґрунтом для створення міфів» [95, с.31].

Простежити поточні трансформаційні тенденції молодіжної свідомості не представляється можливим без прямого теоретичного аналізу ціннісно-утворюючого поля масової молодіжної культури. Конструктивно-критичний підхід та безпосередньо критичний метод надав можливість виявити позитивні та негативні аксіологічні та мотивуючі підвалини вказаного простору, з урахуванням його трансформаційних домінант. Метод соціально-філософського аналізу допоміг виявити суб'єкт-об'єктний зв'язок соціокультурного середовища, котре детермінується масовою культурою, та молодіжної соціальної групи, яка поглинає маскультурні артефакти та власним поведінковим ставленням до них актуалізує їх самовідтворення, розповсюдження та трансформацію.

На думку дисертанта найбільш значущим ресурсом міфологізації сучасної молодіжної свідомості є середовище комп'ютерних ігор і фільмів, особливо молодіжних серіалів в стилях «фентезі», «жахи», «містика» і «фантастика». Наприклад, в популярному (визначається рейтингом продукту) серед молоді серіалі «Щоденники вампіра» (режисер Маркос Сіга, Джон Берінг, Дж. Міллер Тобін 2009-2014 р.) описується романтична історія відносин між привабливою ученицею школи Оленою і таємничим загадковим учнем Стефаном Сальватором, який, як з'ясовується згодом,

виявляється вампіром, що мешкає на Землі вже сотні років. Стефан намагається вести тихий спосіб життя, на відміну від свого брата Деймона, який уособлює втілення вампірської жорстокості й кровожерливості. Наповненим примарами, полтергейстами, перевертнями і демонами є серіал «Надприродне» (режисер Філіп Стріккіа, Роберт Сінгер, Кім Меннерс 2005 – 2014 р.), що оповідає історію двох братів Діна і Сема, які втратили в ранньому дитинстві мати в результаті вбивства містичним чудовиськом і присвячують все своє життя пошуку та викоріненню диявольських потвор, що заповнили Планету. У сюжетній лінії детективного серіалу жахів «Я – зомбі» (режисер Роб Томас 2014 р.) вимальовується історія життєрадісної і веселої дівчини, студентки медичного факультету Олівії Мур, яка в результаті інциденту стає зомбі. Згодом все, на чому концентрується увага молоді зомбі - це пошук мізків людей, з подальшим їх поглинанням, для магичної підтримки свого людського єства. У драматичному серіалі жахів «Грім» (режисер Марк Бакленд, Холі Дейл, Омар Мадха 2011 – 2015 р.) розкривається історія талановитого поліцейського Ніка Беркхарда, який походить з давнього роду Грім, що присвятив себе небезпечній боротьбі зі злими силами потойбічного світу. Нік виявляє, що в казках братів Грім зашифровані міфічні пророцтва, що стосуються нашого часу, дане відкриття допомагає йому боротися з численними слугами темного світу. У фантастичному серіалі «Стародавні» (режисер Бред Тернер 2013-2014 р.) розповідається історія дивної істоти Клауса, який об'єднав в собі якості перевертня і вампіра. Клаус приїжджає у французький квартал Нового Орлеана, багатий відьмами та іншими містичними створіннями, для того щоб поповнити свою біографію новими пригодами.

Слід резюмувати, що репродуктивна машина сучасної масової культури «штампує» подібні культурні артефакти сотнями, збагачуючи сюжетні історії рейтингових серіалів «новими сезонами». Відмінною особливістю вказаних серіалів є те, що головними героями кінофільмів

стають молоді люди (які уособлюють містичні істоти) 17-27 років, з усіма проблемами та особливостями, характерними для цього віку. Таким чином, встановлюється психологічний контакт з масовою молоддю, інтегрованою в простір маскульту, яка бачить у своїх міфічних героях приклад для наслідування.

Власне, популярний образ вампіра в знаково-сенсовому плані є збірним, демонструючи собою обумовлені маскультурним простором психофізичні і емоційні установки сучасного молодіжного світовідчуття. Цей образ трансформує молодіжне традиційне уявлення про цінності кохання, товариства, любові до Правди та Бога. Вампір вічно молодий і вічно красивий, він надприродно швидкий, сильний і розумний (при цьому без фізичних та інтелектуальних затрат), голодний і ненасичений, в досягненні своїх цілей він ігнорує будь-які перешкоди, він романтичний і безпристрасний, багатий і вільний, могутній і жорстокий, детермінований невідомими людині з дрібними інтересами устремліннями. Буття, позбавлене онтологічного сенсу, але яке при цьому володіє пафосом містичного месіанства, просочує сюрреалістичний світ молодіжних фантастичних серіалів. Такий світ, виведений за рамки історичного контексту, аксіології традиційних цінностей, наукової, політичної або релігійної доктрини, володіє ознаками постмодерністичного світосприйняття, спрямованого проти раціоналізму або моральності.

Також ефект міфологізації молодіжної свідомості підтримується і посилюється комп'ютерним ігровим простором, що надає можливість безпосереднього суб'єктивного переживання інтерактивного віртуально-містичного сюжету. Наприклад, популярна в молодіжному середовищі гра «Skyforge» занурює «геймера» в міфічний світ планети Еліон, населений різними істотами і богами. Завдання гравця стати безсмертним, тобто богом, для цього йому слід виконати певні місії і обзавестися адептами. Після цього гравець знаходить надздібності для ефективного знищення монстрів. У

знаменитій покроковій стратегії з рольовими елементами «Heroes of Might and Magic» юним шукачам віртуальних містичних пригод надається можливість заснувати своє королівство в стилі однієї з протиборчих фракцій, розвивати свої магичні і бойові здібності, шукати «священний Грааль», борючись зі «злими магами», «драконами», «василісками», «янголами смерті», «вівернами», «скелетами» і т. д. Події гри «Dark Age» розгортаються у світі Ейра, в якому божественне управління стихійно припинило своє існування, а владу захопив темний принц Повелитель Штормів, жадаючий загального хаосу. Завдання гравця вибрати одну з п'яти рас (ельфи, гноми, франгори, весперіани, люди) і протистояти або сприяти йому в цьому намірі. Подібних ігор в ігровому просторі Інтернету вже кілька тисяч, що підводить до констатації того, що світ комп'ютерних технологій володіє величезним ціннісним і мотивуючим потенціалом, сприяє трансформації та міфологізації мислення різних вікових молодіжних груп незалежно від етнічної, культурно-релігійної або географічної зумовленості.

Трансформаціям молодіжної свідомості, включеної в процес субкультурного генезису, психології молодіжних соціальних груп та їх внутрішній трансформації, проблемам індивідуальності, трансформації базових цінностей молодіжної аудиторії і знаково-символічних форм масової молодіжної культури присвячені гуманітарні дослідження Н. О. Аксютенко [2], Р. Берона [33], М. М. Білоусової, Є. Р. Борінштейна [30], О. А. Губаревої [48], Н. Керра [33], К. С. Курганського [99], О. В. Лісеєнко, В. Т. Лісовського [161], Л. Л. Мальцева, А. Маслоу [120], Н. Міллера [33], І. Л. Набока [128], Т. М. Нагорської [129], В. Є. Петрова [139], В. Є. Самойлової [153], В. К. Сергєєва, М. Ф. Цибри [193], В. В. Чернишенко [194], Л. В. Шабанова [198], Ю. В. Юхліна. Американський психолог А. Маслоу вважає, що в основі людської поведінки лежать певні універсальні мотиви, що «люди більше схожі один на одного, ніж це здається на перший погляд». На його думку «людина являє собою тварину, яка відчуває потреби і рідко досягає

повного задоволення» [120, с. 51]. Інстинкти задоволення «псевдопотреб» формує та трансформує культура. Але задоволення «базових потреб» (любов, повага, самоактуалізація), як вважає А. Маслоу, вкрай необхідно, на відміну від «псевдопотреб» або потреб «невротичного характеру». Відповідно, деструктивній трансформації молодіжної свідомості сприяє відрив від природної, «особистісної» стратегії реалізації всіх зумовлених фізіологією потенціалів «глибинної сутності людини». А. Маслоу є апологетом «актуалізації людської природи». Розмірковуючи про суть власної теоретичної концепції він стверджує, що «кожен індивід володіє властивою йому особистісною природою, якимсь кістяком психологічної структури, який можна розглядати також, як ми розглядаємо фізіологічну структуру, і який володіє певними потребами, можливостями і схильностями, почасти заданими генетично, з яких частина властива всім представникам людського роду, незважаючи на культурні відмінності, а частина унікальна даній конкретній особистості» [120, с. 175]. Що ж є благом, на думку американського дослідника? Все те, що сприяє розкриттю справжньої індивідуальності людини, обумовленої суб'єктивною фізіологією. Що сприяє «відхиленню від норми»? «Все, що пригнічує, блокує або заперечує цю природу» [120, с. 176].

Р. Берон, Н. Керр, Н. Міллер, розвиваючи теорію соціальної психології, вказують на те, що мотивація громадських вчинків виростає в рамках колективно-культурної співтворчості і «норми» представників певної соціальної групи, що «на нас впливають оточуючі люди». Дослідники вказують на об'єктивну і конструктивну якість конформізму, хоча при цьому вони погоджуються з тим, що «Соціальні вчені особливо підкреслюють той факт, що конформізм часто призводить індивідів до невірних і нелогічних суджень». Конформізм, на їхню думку, «забезпечує соціальну впорядкованість і передбачуваність, які необхідні для координованих і ефективних групових дій. Тиск, який створює конформізм, забезпечує групу

засобами контролю, тим самим підвищуючи ймовірність того, що індивіди будуть ставитися до інтересів групи як до своїх власних» [33, с. 86]. Судження і висновки Р. Берона, Н. Керра, Н. Міллера дозволяють відобразити внутрішні сутнісні характеристики молодіжних соціальних груп, причини та процес трансформації індивідуальної свідомості відповідно до норми сприйняття реальності певним колективним співтовариством.

У теоретичних побудовах Л. В. Шабанова активними представниками субкультурного генезису є саме молоді люди, що знаходяться в процесі соціалізації. При цьому в традиційно-конструктивному суспільстві молодь не являє собою «систему, яка піддається саморозвитку», а є носієм базисних культурних установок і зв'язків. Вчений фіксує увагу на тому, що процес молодіжного відчуження та маргіналізації бере свій початок ще в радянський період, ознаменований виникненням суперечностей між молодіжними устремліннями і «існуючими суспільними відносинами», що призводить до виникнення феноменів молодіжної «пасивності» і «байдужості». «Ринкові механізми», на думку Л. В. Шабанова, сприяють трансформації суспільних відносин та «все більш витісняють молодих людей зі сфери основного виробництва в сферу спілкування, і, відповідно, в область споживацтва» [198, с.30]. При цьому болісно загострюються соціальні проблеми, пов'язані із загальним зростанням молодіжної «бездуховності». Л. В. Шабанов констатує, що в соціально-стабільному суспільстві молодь є об'єктом ретрансляції попереднього досвіду, а в кризовому виникає необхідність «соціального новаторства», що і проявляє себе в сучасному молодіжному субкультурному генезисі на пострадянських територіях, та, відповідно, в трансформації базисних цінностей в сприйнятті соціальної реальності молоддю, що задіяна в процес, котрий висловлюється.

Об'ємним методологічним дослідженням в області трансформації молодіжної свідомості є співавторська праця «Соціологія молоді» під редакцією професора В. Т. Лісовського. У зазначеній роботі розглядаються

аспекти залученості молоді до соціальних процесів сучасного життя, досліджуються причини девіантної поведінки, екстремізму і формування молодіжних субкультур, аналізується методологічна та методична організація соціально-філософських досліджень проблем молоді [161].

І. Л. Набок вважає, що еволюція сучасної музичної сфери і, відповідно, трансформаційні зрушення молодіжної свідомості, пов'язані з перетворенням «музично-урбанізованого звукового середовища» активізованим науково-технічним прогресом постіндустріальної цивілізації. Досліджуючи молодіжну рок-культуру І. Л. Набок виявляє тенденції комерціалізації даного жанру і наділяє його поняттям «псевдо-рок». На його думку, змінюється сутність контркультурної ретрансляції, спрямована в бік психоемоційної виразності, на відміну від початкового статусу контрполітичного і контркультурного протесту. У трактуванні І. Л. Набока існують три ознаки «псевдо-року»: «спрощеність і максимальна доступність; стереотипність у використанні засобів виразності і гіпертрофована роль повтору; переважання кількісних чинників еволюції над якісними». Далі філософ констатує, що «Комерціалізація рок-музики означає її утилітарізацію, реалізацію на практиці вульгарно-соціологічної моделі взаємовідносин мистецтва та соціуму, що ігнорує «внутрішні» художньо-естетичні («іманентно-соціальні» за М. М. Бахтіним) закономірності, що підкоряє художню еволюцію законами комерційного збуту, попиту-пропозиції і т. д.» [128, с. 31]. Слід зауважити, що дисертаційне дослідження І. Л. Набока було опубліковано ще в 1993 р. У той період феномен «псевдо-року» ще можна було розглядати як маргінальне явище контркультурного поля. На сьогоднішній день естетика сучасної рок, метал, панк (реп, хіп-хоп, паркур і т. д.) культури відштовхується виключно від поточних стилістичних оновлень, що репрезентуються модерним простором об'ємної молодіжної масової культури, яка підкорила собі найбільш масові та популярні форми молодіжних культурних практик.

О. А. Губарева справедливо постулює, що «Молодь, як найдинамічніша, більш сприйнятлива до мінливих умов соціально-демографічна група, легше адаптується до якісно нових обставин, а тому є лідером процесу інформатизації» [48, с.18]. У її дослідженні молодь, що включена в процес глобальної інтеріоризації, віртуалізації мислення, в процес субкультурного генезису, найбільш схильна до трансформації свідомості та видозміни поведінкових реакцій. О. А. Губарева бачить у взаємодії «домінуючої» (традиційної) і «молодіжної культури» якісний синтез, що породжує «інноваційну область», пояснюючи, таким чином, феномен культурної модернізації і трансформації суспільного світосприйняття. Але хто впливає на молодь, на її алгоритм сприйняття і як наслідок детермінований творчий потенціал? На думку дисертанта, такою домінантою є масова молодіжна культура, яка розширила форми масової ретрансляції на основі комерційної та ідеологічної доцільності.

В кінці підрозділу логічно було би надати визначення поняттю «молодіжна свідомість», що актуалізує необхідність з'ясування її світоглядних особливостей і аксіологічних орієнтирів. Отже, молодіжна свідомість – це специфічний психофізичний феномен, що виведе на рівень усвідомленості символи, образи і онтологічні сенси молодіжного буття. Вказаний феномен взаємообумовлений з ціннісно-орієнтовним змістом мови, соціокультурного простору, ментальної та сімейної традиції. В контексті масової молодіжної культури, молодіжна свідомість являє собою психоемоційну субстанцію, яка знаходиться в процесі постійного поглинання маскультурних імпульсів та образів, що спроможні формувати та трансформувати молодіжний світогляд, прищеплювати молоді певні поведінкові соціальні реакції.

Вищесказане необхідно звести до узагальнення і висновків:

На основі аналізу соціально-філософського підґрунтя в контексті його відображення причин та наслідків трансформації молодіжної свідомості було встановлено, що:

– соціальним філософам ХХ – початку ХХІ століття стають очевидними процеси глобалізації та інформатизації суспільства, утвердження масової культури у світовому соціокультурному просторі; досліджуються тенденції трансформаційних зрушень молодіжної свідомості; вводяться в соціально-філософський термінологічний апарат поняття: «мегамашина», «технократична цивілізація», «інформаційне» і «постіндустріальне суспільство», «техноеліта», «мережеве співтовариство», «новоархаїчний простір», «субкультура» і т.д.;

– у теоретичній ретроспективі розглядаються причини і наслідки затвердження масової культури в молодіжному середовищі та її вплив на міфологізацію і трансформацію світосприйняття. При цьому розкриваються психоадаптаційні можливості міфу у поверненні людини в «споконвічний час», у формуванні «образної інтерпретації світу», в зануренні свідомості в «реальність надчуттєвого» і т.д.;

– однією з інформаційних технологій масової культури є відтворення віртуальних артефактів, що утворюють зміст комп'ютерного рекреаційно-дозвіллевого простору. Дане поле не має константної основи і піддається стихійній модернізації відповідно до зміни семіотичної парадигми, яка відштовхується від економічної кон'юнктури;

– сучасна соціально-філософська рефлексія приділяє увагу проблемі молодіжних соціальних груп та індивідуальності, віртуалізації молодіжного мислення, субкультурному генезису. При цьому дослідження носять еkleктичний характер, не охоплюючи широкий спектр позначених факторів, не виявляючи разом з тим їх загальну і взаємообумовлену діалектичну спрямованість на трансформацію молодіжного мислення.

2. 2. Трансформаційний вплив масової культури на міфологізацію молодіжної свідомості.

У перекладі з латинської «transformatio» означає зміну, перетворення чогось. На відміну від категорій «модифікація» і «видозміна», які мають на увазі придбання предметом додаткових якостей і властивостей, категорія «трансформація» означає повне перетворення субстанціонального змісту певного предмета або явища.

На думку дисертанта «трансформація молодіжної свідомості» являє собою онтологічну підвалину в аспекті проблем молоді в становленні сучасного постіндустріального або інформаційного суспільства. Трансформація молодіжної свідомості – це керований в контексті масової культури процес формування нової молодіжної світоглядної парадигми на основі комерційної, релігійної, політичної або інформаційної доцільності. Прикладом видозміни в світосприйнятті соціальної реальності можуть слугувати світоглядні трансформаційні зрушення в масовій молодіжній свідомості другої половини ХХ ст., коли на зміну традиційним сімейним, релігійним, політичним та військово-патріотичним уявленням прийшли цінності космополітизму, пацифізму, атеїзму та взагалі всі ті культурні установки, які характеризували епоху постмодерну.

В сучасному світі поняття «трансформація» взаємно обумовлюється з поняттям «інформатизація суспільства», коли інформація стає головним чинником, що рухає суспільні процеси. Таким чином, сучасна масова молодіжна культура являє собою одне із інформаційних джерел, котре перебуває в стані перманентної флуктуації та видозміни відповідно до поточних комерційних та інших завдань, що формує та модифікує семіотичні соціокультурні коди та світ молодіжної аксіології.

Одним із рухомих механізмів трансформації молодіжної свідомості, компонентом масової молодіжної культури є сучасний міф, який активно використовується різноманітними структурами в розбудові новоархаїчного

простору. Генеза, зміст, сутність вказаного процесу є логічним продовженням даного дисертаційного дослідження.

У суспільстві постіндустріального періоду розвитку міфологія відіграє одну з ключових світоглядних ролей. Історія всіх соціальних формацій демонструє постійне виникнення і розвінчання міфів. Старі міфологічні ідеологеми стають ґрунтом для критики і виникнення нових політичних, соціальних, релігійних міфів. Міф ХХ - ХХІ ст. не тотожний міфу архаїчного періоду, він співіснує з верифікованим знанням і раціональною парадигмою. Тим не менш, його символічність, доступність, акцент на протистоянні «добра» і «зла», «героїзація» і фантасмагоричність є запорукою популяризації та масової затребуваності. «Здається маловірогідним, що будь-яке суспільство може повністю розлучитися з міфами, так як з того, що є суттєвим для міфічної поведінки, типовий зразок, повторення, відрив від мирського часу і вступ в час споконвічний – щонайменше перші два є суттєвими для будь-яких людських обставин. Тому зовсім не складно побачити в усьому, що сучасна людина називає навчанням, освітою і дидактичною культурою ту функцію, яку в архаїчному суспільстві виконує міф. І не тільки тому, що міфи являють собою суму родових традицій і норм, які важливо не порушити, але й тому, що їх передача – зазвичай таємна, що відноситься до посвячення - більш-менш еквівалентна «освіті» в сучасному суспільстві» [203, с.32].

Один з відомих російських телевізійних критиків і кінознавців Ю. О. Богомолів вважає, що міф є суспільною необхідністю як в тоталітарних, так і в демократичних державних утвореннях. Пострадянська реальність 1990-х років оголила духовну убогість того простору, який раніше займала комуністична міфологія. Духовний голод, що раптово виник і прогресує, підготовляв ідеальний ґрунт для всеїдного поглинання міфологічно орієнтованих інформаційних блоків. Зазначена ніша вимагала свого заповнення. Міф, в його інтерпретації, працює з підсвідомими

архетипами, націленими на споживання героїчно-кодованої інформації з вічними і тими що не втрачають актуальність героями Мелеагром, Амфітріоном, Белерофонтом, які відродилися в образах сучасного Термінатора, Джона Хекса, Росомахи і т.д. Затвердження міфологічного світосприйняття на пострадянському просторі, на думку Ю. А. Богомолова, обумовлювалося закономірним наслідком виниклого «духовного вакууму», який у всі часи і в усіх державних утвореннях заповнюється соціальними та політико-міфологічними ідеологемами. «Міфологія – така штука, що до душі вона нам чи – ні, предмет першої необхідності в суспільстві. Вона утворює щось на зразок озонової оболонки. У країнах розвиненої демократії такою оболонкою служить справно функціонуюча масова культура яка безперервно самовідтворюється – шоу-бізнес, блок-бастери, бульварне читиво. При тоталітарних режимах – це турбота держави. Вона планує міфи, замовляє їх і оплачує з казни. У 1990-ті роки у нас утворилася озонова діра – радянські міфи більше не переховували масову людину від космосу і хаосу дійсності. Виявилось, що міфологія і історія – не взаємозамінні речі. Людина гостро потребує і те, і інше. І в «чарі» і в «досвіді», як висловлювалась Марина Цветаєва... Справа в тому, що історія працює з фактами, з реальними умовами та обставинами. А міфологія орієнтована на підсвідомі очікування, сподівання, надії, на масові уявлення про добро і зло, про благородство і підступність, про героїв та антигероїв» [124, с.589].

Сучасний міф, як ідеальний засіб соціальної адаптації та маніпуляції, був узятий на озброєння масовою культурою і, у міру розвитку репродуктивних технологій, удосконалювався в методиці масової ретрансляції. Його суттю є простота, символічність і вседоступність. Слід зауважити, що саме ці аспекти найбільш характерні для масової культури спрямованої на відтворення поверхневого і емоційно-змістовного продукту. Масова культура культивує сучасну міфологію, породжуючи нову синкретичну самосвідомість, яка з'єднує і взаємно розчинює в собі поняття

про добро і зло, про темні і світлі сили, про героя та антигероя. Відбувається трансформація молодіжної свідомості, яка характеризується ухиленням від дійсності та зануренням в простір ілюзії. Світ віртуальної реальності, генеруючи масові культурні артефакти, володіє магичною привабливістю для підліткового і юнацького покоління, оголюючи проблему соціальної та природної відчуженості молодих людей.

Таким чином, масова молодіжна культура, її міфотворчий аспект, стає новою ірраціональною і ілюзорною субстанціональною підставою молодіжних соціокультурних процесів. «У нових культурних обставинах однією з найбільш життєздатних і активних форм реалізації сучасної міфології стала масова культура, що представляє особливий спосіб переживання реальності і структурування світу в системі ірраціональних, принципово неверифікуємих підстав і колективних уявлень, нерелексивний, емоційний, некритичний, чужий логіці практичного досвіду. Саме масова культура актуалізувала цінність міфу що символічно, узагальнено реконструює зв'язки людини, як ідеальні, так і реальні, а разом з ним - досвід первісного мислення, але не в дологічному варіанті, а в «доформальнологічному» за О. М. Фрейденберг, або «імагінативному», по Я. Е. Голосовкеру» [90, с. 309 – 310].

Сучасна кіноіндустрія буквально рясніє кінострічками, ідейним змістом яких є антагонізм «героя» і «лиходія» з подальшою перемогою однієї зі сторін. При цьому функції «добрих» героїв часто виконують класичні «лиходії», породжені темною силою, але які б'ються на боці справедливості. «Перевертні», «вампири», інопланетні «хижаки» і «чужі», мешканці «Хогвартса» і «Аватари» гармонійно взаємно уживаються з класичними міфологічними персонажами Геркулеса, Персея, «Медузи Горгони» і т.д. При цьому сучасний міф, який репрезентований кінопромисловою машиною, демонструє захоплення технологічними інноваціями і технократією. Так, в гучному блокбастері «Тор» небожителі Один, Тор, Локкі зі скандинавської

міфології живуть у технологічно надрозвиненому місті Асгарді, чарівні і магичні функції в якому відтворюються неземними технологіями майбутнього.

Благодатним ґрунтом для масового поширення новоархаїчних культурних артефактів стає молодіжна соціальна група. Популяризація та масове споживання кінопродукту в стилі «жахи», «фантастика» і «фентезі» обумовлена духовною потребою в сакральній-містичному світосприйманні, емоційною рухливістю молоді, глобальним затвердженням масової культури у світовому соціокультурному масштабі і т. д. Захоплюючий сюжет, легкість сприйняття та комп'ютерні спецефекти роблять зазначені жанри одними з найпопулярніших напрямків сучасного кіномистецтва. «Безліч телесеріалів і кінофільмів втілюють міфологічну реальність «класичних» релігійно-міфологічних наративів або «нових міфологій», створених фантазією сучасних письменників і сценаристів. Проте використання релігійних і міфологічних мотивів виходить далеко за рамки прямого запозичення і реінтерпретації класичних сюжетів і персонажів. У багатьох творах сучасної популярної культури не потрібно шукати «прихованих сенсів» шляхом складних інтерпретацій глибинних структур, – їх міфологічний, у тому числі і релігійно-міфологічний зміст або структура лежать на поверхні: це конфлікт добра і зла, персоніфікований у вигляді протистояння надприродно сильних агентів – супергероя і його супротивника» [153, с. 4].

Однією з функцій міфу є його здатність згладжувати соціально-історичне буття, позбавляти його гострих кутів, повертати людину в натуральне і гармонійне лоно природи. Міф є добровільним божевіллям і відходом в ілюзію, ухиленням від домінування *ratio*, ця інквартата виправдовує трансформацію молодіжної свідомості в напрямок архаїзації світовідчуття. Молодіжна свідомість, що знаходиться під гнітючим тиском апокаліптично орієнтованих ретрансляторів, не бажає жити за правилами холодного і агресивного світу з його одвічними проблемами нескінченних

військових конфліктів, коливання курсу долара, цін на вуглеводневу енергію та іншими кризовими наслідками посттехногенної цивілізації. Таким чином, міф представляє собою світ символічного ірраціоналізму, який трансформує молодіжну свідомість у відповідності до свого внутрішнього змісту і всупереч відразливій і деструктивній дійсності.

Один із відомих філософів ХХ ст. постструктураліст і семіотик Р. Барт звертає увагу на те, що «світ надходить в область мови як діалектичне співвідношення дій і вчинків людей – на виході ж з міфу він постає як гармонійна картина сутностей. Зі спритністю фокусника міф вивернув його навиворіт, витрусив геть всю історію і замість неї помістив природу, він відняв у речей їх людський сенс і змусив їх позначати відсутність такого. Функція міфу віддаляти реальність, речі в ньому буквально знекровлюються, постійно стікаючи реальністю, що безслідно зникає, він відчувається як її відсутність» [9, с. 305]. Такий підхід до трактовки сутнісного змісту міфу та його логічного послідовника сучасного неоміфу відкриває субстанціональне буття та онтологію новоархаїчного простору. Отже, неоміф віддаляє реальність але одночасно з цим він виступає конструктором нової реальності, яка відтворюється зі світу хаосу, волею і творчим зусиллям сучасних модераторів зазначеного процесу. Саме креативна присутність спрямовуючої сили, що творить неоміф, дозволяє відрізнити категорію "міфу" від категорії "неоміфа" з розумінням принципів соціокультурного функціонування останнього явища, яке контекстуально взаємообумовлене зі специфікою існування та розповсюдження масової молодіжної культури.

Міфологічне світорозуміння має простоту, і є комфортною формою сприйняття реальності, виправдувальним адвокатом якого виявляється масова культура. У новоміфологічному конструюванні дійсності, будь то проза, кіно чи аудіо продукція, відтворюється апріорно-аксіологічна програма подачі інформації, яка не передбачає індивідом обтяжливих і тяжких роздумів в стилі оповідань Ф. М. Достоевського. Вказана модель

перетворює споживача в пасивну одиницю прийняття матеріалу, позбавляючи його від міркувань, роблячи акцент на емоційності та видовищності продукту. Молодь, слідує ціннісно-орієнтовним установкам масової культури, вибирає шлях найменшого опору. Для прикладу, непопулярність науки в молодіжному середовищі зумовлена саме її бажанням жити без «напругів», слідувати второваною дорогою побутових благ, ніж занурюватися у світ протиріч, логічних вишукувань і тривалої інтелектуальної праці.

Слід висловити думку, що зазначена трансформація має стратегічні наслідки для будь якої держави оскільки стосується інтелектуального майбуття націй. Видатний радянський філософ та культурний діяч А. Ф. Лосев розкриває екзистенціальні підвалини розповсюдження міфологічного світосприйняття в масовій свідомості на відмінну від наукового. Він наголошує на тому, що «міфічна свідомість абсолютно безпосередня і наївна, загальнозрозуміла; наукова свідомість змушено володіє вивідним логічним характером; вона не безпосередня, їй притаманна важка засвоюваність, вона вимагає тривалого вишколу і абстрактних навичок. Міф завжди синтетично життєвий і складається з живих особистостей, доля яких висвітлена емоційно і інтимно відчуваемо; наука завжди перетворює життя на формулу, даючи замість живих особистостей їх абстрактні схеми і формули; і реалізм, об'єктивізм науки полягає не в барвистому живописанні життя, але в правильності відповідності відстороненого закону і формули з емпіричною плінністю явищ, поза всякою картинністю, мальовничістю або емоційністю. Останні властивості назавжди перетворили б науку в жалюгідний і малоцікавий привісок міфології» [113, с.29]. Виходячи з міркувань А. Ф. Лосева стає зрозумілою масова затребуваність в сучасній суспільній свідомості міфозмістовних культурних артефактів. Позначенні ствердження корелюють з загальним станом розвитку освіти та науки в постіндустріальному світі, що характеризується

тенденціями інтелектуального занепаду та розквітом світу розважальної індустрії, котра, в свою чергу, відштовхується від соціокультурної та економічної доцільності розбудови сучасного простору нової архаїки.

Міфологічний досвід сприйняття реальності близький до релігійного досвіду. Він в змозі наділяти людину трансцендентальними переживаннями, надаючи можливість телепортації і повернення в початковий час (М. Еліаде) та причетного переживання героїчних подій. Ця функція міфу сприяє абстрагуванню молодіжної свідомості від меркантильного і поверхневого світу і занурення його в реальність «справжньої», героїчної історії, нехай навіть породженої міфологією.

Необхідно згадати про те, що людина володіє вродженим усвідомленням своєї смертності, кінцівки буття, що постійно актуалізує її нематеріальне культурне виробництво. Відповідно міфотворчість, нарівні з релігійними інститутами, є спробою проникнення в потойбічну, сакральномістичну природу людської духовності, оголюючи екзистенціальні проблеми абсурдності світу, самотності перед лицем нескінченного всесвіту, пошуку Бога... «Проживання міфу припускає наявність істинно «релігійного» досвіду, оскільки він відрізняється від звичайного досвіду, від досвіду щоденного життя. Релігійний характер цього досвіду є наслідком того факту, що актуалізуються легендарні події, події піднесеного характеру, наповнені надзвичайною значущістю. Ми ніби заново присутні при творчих актах надприродних істот. Ми покидаємо світ буденності і проникаємо у світ перетворений, який заново виник, пронизаний невидимою присутністю надприродних істот. Мовлення йде не про колективне відновлення в пам'яті міфічних подій, але про їх відтворення. Ми відчуваємо особисту присутність персонажів міфу і стаємо їх сучасниками. Це припускає існування не в хронологічному часі, а в первинній епосі, коли події відбулися вперше. Саме тому можна говорити про часовий простір міфу, заряджений енергією. Це надзвичайний, «сакральний» час, коли виявляються явища нові, сповнені міці

і значущості. Переживати заново цей час, відтворювати його якнайчастіше, заново бути присутнім на виставі божественних творінь, знову побачити надприродні істоти і сприйняти їх урок творчості – таке бажання проглядається у всіх ритуальних відтвореннях міфів. Взагалі міфи показують, що світобудова, людина і життя мають надприродне походження і надприродну історію і що ця історія значима, володіє великою цінністю і є зразком для наслідування» [202, с.29].

Езотеричні аспекти міфу привабливі молодіжній аудиторії своєю фантазмагоричністю, віддаленням від реальності, наданням альтернативних поглядів на історію, устремлінням до таємниць Всесвіту. Міфи нової релігійності «повертають» людину до «ведичних витоків» істинного «рідновірства», вказують на позаземне походження людської цивілізації, відкривають таємниці її божественного походження і месіанського призначення. У мережі Інтернет, в середовищі, як правило, молодих користувачів, набирає популярність фільм режисера Сергія Стрижака «Ігри Богів» (2010 р.). З перших хвилин демонстрації фільму вловлюється міфологічна складова документальної кінострічки. Низький закадровий голос під звуки медитативної музики вводить споживача в трансний стан і викладає світоглядні постулати ідеологеми, яка репрезентується. Лунають слова: «Дуже давно колись могутнім богам сподобалося грати в ігри. Боги були цілісними і самодостатніми і творили чудову різноманітність. Вони спілкувалися образами і не потребували слів, так як їм нічого було приховувати один від одного. Боги передавали свою могутність від одного до іншого і були сильні незримим зв'язком предків і нащадків...». У восьми серіях фільму викладаються основи слов'янської релігії Давньоруської Інглійстичної церкви Православних старовірів Інглінгів. Ця організація використовує свастичну символіку, шанує міфічних богів давніх слов'ян і сповідує перспективне геополітичне домінування слов'яно-арійської раси.

Фільм просякнутий міфологічним світовідчуттям з явним деструктивно-релігійним та політичним підґрунтям.

Необхідно сказати, що проблема осмислення перспектив розвитку нової «слов'яно-арійської» релігійної міфології набуває актуального значення. Підтвердженням сказаному є створені в соціальних мережах десятки і сотні сторінок і сайтів, що сповідають слов'янську міфологію та неоязичництво. При цьому зазначені Інтернет-ресурси не рідко вкрай агресивно налаштовані по відношенню до традиційних релігійних, соціальних і навіть політичних суспільних інститутів.

Вивчення подібних ресурсів вказує на дефіцит верифікованого історичного знання в широких верствах молодіжної соціальної групи. Цей світоглядно-інтелектуальний вакуум заповнюється різноманітними міфозмістовними симулякрами, котрі апелюють до «втраченої» сакрально-містичної історії, яка уходить корінням в фантастичну періодизацію, та міфу про космогонічне походження людства. Треба зазначити, що теорія панспермії, котра була висунута німецьким вченим Германом Ріхтером ще у 1865 р., припускає можливість розповсюдження життя в космосі у вигляді мікроорганізмів за допомогою небесних тіл, але ця теорія має наукову аргументацію і не виходить за рамки гіпотези та наукового припущення на відміну від міфо-теологічних фантазій різноманітних Інтернет-джерел, котрі стихійно формують інформаційний простір нової архаїки. Схожих сторінок і сайтів в мережі Інтернет – сотні, передплатників і споживачів подібної інформації – мільйони, що свідчить про непередбачуване відтворення і масовість описуваної технології міфологізування молодіжної свідомості.

Примітно те, що споживачі неоязичницької інформації антагоністично налаштовані не тільки до представників традиційних релігійних віросповідань, а й до альтернативних неоязичницьких організацій, що вказує на тривожні тенденції розпалювання міжрелігійного протистояння в молодіжному середовищі з можливими подальшими руйнівними

соціальними процесами. Трансформаційна складова зазначених прикладів проявляє себе в формуванні нової молодіжної спільноти, схильної до радикальних та екстремістських дій. Необхідно вказати на дефіцит верифікованого історичного знання на пострадянському просторі, що дозволяє імплантувати подібного роду маніпулятивні технології в соціальне життя молоді.

Інтелектуальна диференціація в молодіжному середовищі демонструє маргінальний прошарок езотерично спрямованої субкультури. Зазначена соціальна група відрізняється розширеним філософським кругозором, цікавиться містичними знаннями, творами О. П. Блаватської [24], К. Кастанеди [80], М. К. Реріха, Г. І. Гурджієва, О. І. Клізовського, П. Коельо [93] тощо. Трансформація свідомості в напрямок міфологізації світовідчуття в описуваному співтоваристві молодих людей - усвідомлений вибір, продиктований прагненням до індивідуалізації характеру всупереч пануючій тривіальності, що нав'язується масовою культурою.

Одним з найбільш популярних і доступних письменників сучасності в галузі езотеричної прозаїки є бразильський романіст і поет П. Коельо. Його твори користуються мільйонним попитом в середовищі як молодого, так і дорослого населення. Серед найбільш популярних: «Алхімік», «Вероніка вирішує померти», «Диявол і сеньйорита Прим», «Манускрипт, знайдений в Акко», «П'ята гора», «Книга воїна світла», «Відьма з Портобелло» і т.д. Простота сюжетної лінії, помножена на сакральну-повчальний зміст його книг, забезпечила «бразильському магу» положення визнаного вчителя, майстра метафор і афоризмів. На пострадянському просторі твори даного автора поширюються мільйонними тиражами, в соціальних мережах і на форумах зареєстровані сотні тисяч чоловік які висловлюють захоплення творінням знаменитого бразильця.

У чому ж секрет популярності талановитого письменника? Слід сказати, що романи П. Коельо просякнуті магичним світовідчуттям,

твердженням про те, що існує «Загальна мова Всесвіту» і що людина, слідуєчи «Своїй Долі», в змозі побудувати повне гармонії і яскравих вражень життя. Герої його книг подорожують, зустрічаються з хранителями «таємних знань», прислуховуються до голосу серця, знаходять своє призначення, пізнають справжню любов і вихваляють Всевишнього: «Сантьяго впав на коліна і заплакав. Він подякував Богові за те, що той дозволив йому повірити в свою долю, звів його з Мельхіседеком, з Торговцем кришталю, з Англійцем, з Алхіміком і головне - що дав йому зустріти жінку, яка змусила його повірити в те що любов ніколи не відлучить людини від його Шляху.

З висоти тисячоліть дивилися на юнака піраміди. Тепер він, якщо забажає, може повернутися в оазис, одружитися на Фатімі і пасти овець. Жив же в пустелі Алхімік, який знав Загальну Мову і вмів перетворювати свинець у золото. Сантьяго нікому показувати своє мистецтво, нікого дивувати плодами своєї мудрості: слідуєчи Своїй Долі, він вивчився всьому, що йому було потрібно, і випробував все, про що мріяв» [93, с. 209 - 210.] Твори П. Коельо, наділяють міф прикладним статусом, змушують його виконувати просвітницьку та ціннісно-орієнтовну функцію. Використовуючи об'ємні пізнання в області східної мудрості, він зміг адаптувати міф під світоглядні запити сучасності. У його романах молоді люди знаходять відповіді на болісні питання про сенс буття, щирість почуттів та особистісне призначення. При цьому його міф, який ідейно опонує масовій культурі, сам набуває всіх ознак її тотальності.

Є підстави стверджувати, що етична енергія інститутів традиційної релігійної та суспільної моралі вичерпується під натиском сучасних інформаційних блоків, які регламентують новий погляд на людське ество і мету його буття. Вказана тенденція на пострадянському просторі проглядається в постмодерністській прозі. Заради прикладу слід згадати твори В. Пелевіна, які користуються солідною популярністю в молодіжному

середовищі. Ідеї утопізму і абсурду, езотеризму і містики наповнюють його культові романи: «Омон Ра», «Чапаєв і Пустота», «Священна книга перевертня», «Шолом жаху: Креатіфф про Тесея і Мінотавра» і т.д.

У творі «Священна книга перевертня» В. Пелевін замальовує в стилі фентезі життя вигаданої істоти лисиці-перевертня, яка впродовж тисячоліть (оскільки володіє безсмертям) заробляє собі на життя проституцією. Відомий фізичний вік дівчини-перевертня всього лише 17 - 18 років, при цьому реальний – відповідає зародженню людської цивілізації. Лисиця не пам'ятає достовірно кількість століть проведених на Землі і тому, «для зручності», визначає свій вік в дві тисячі років. Про себе вона каже: «витоки мого життя губляться дуже далеко, і пригадати їх також важко, як висвітлити ліхтариком нічне небо. Ми, лисиці, не народжувалися, подібно людям. Ми походимо від небесного каменя і перебуваємо в окремій спорідненості з самим Сунь-у-Куном, героєм «Подорожі на Захід» (втім, не стану стверджувати, що все так і є - ніяких особистих спогадів про цю нечувану пору у мене не залишилося). У ті дні ми були іншими. Я маю на увазі, внутрішньо, а не зовні. Зовні ми з віком не змінюємося – якщо не рахувати того, що кожні сто вісім років у нас в хвості з'являється новий срібний волосок» [137, с.10 – 11]. Лиса-перевертень не є мудрим вчителем Життя, при цьому вона вельми не погано розуміється на класичній літературі і навіть з багатьма великими письменниками була знайома особисто. Необхідно відзначити оптимізм і життєстійкість зображуваного персонажа, її здатність адаптуватися до нових реалій технологічної революції і конформного буття-існування, сконцентованому на цілі матеріального збагачення. Слід підкреслити, що в даному збірному персонажі проілюстровані особливості масового молодіжного менталітету великого мегаполісу, які проявляються в меркантилізмі, гедонізмі, прагненні до комфорту, інформатизації і т.д.

У популярній книзі В. Пелевіна «Життя комах» [136] описується фантазмагорична модель буття, в якій люди уподібнюються кохам з

властивими їм звичками і поведінкою. Повість є спробою філософського осмислення життя за допомогою алегорії і вводить читача в особливий магичний світ позбавлений раціонального початку.

На початку твору описується ненав'язлива бесіда трьох чоловіків Артура, Арнольда і Сема, які в процесі розмови стрибають з балкона і не розбиваються. «Чому?!», – дивується читач. А тому, що вони є комарами, причому один з них щойно прилетів з-за кордону і бажає познайомитися з місцевим колоритом. Сюрреалізм «Життя комах» з перших сторінок змушує читача відірватися від звичного людського усвідомлення і втягує його в світ міфологічної алузії. Далі в повісті розповідається про те, як, залетівши в кімнату людини, Сем, будучи комаром, напивається крові п'яного чоловіка (який вжив до цього одеколон «Російський ліс») і в цей момент втрачає ознаки адекватної поведінки, всіляко символізуючи собою похмурого алкоголіка, який «ностальгує» по радянському романтизму. У наступному епізоді «Ініціація», розповідається про повчальну бесіду батька і хлопчика, в якій батько передає нетямущій дитині життєві та світоглядні настанови. «Ставши дорослим, – міркує батько, – ти зможеш знайти свій Йа, як у мене і мами». На здивування дитини він відповідає, – «Йа – це коло, що складається з чистого гною. Йа. Священний єгипетський символ, яким гнойовики споконвіку називають свою кулю». Реальність діалогу, що відтворюється, втрачає контури розсудливості і дозволяє побачити в парі, яка веде бесіду, двох жуків-скарабейів, які штовхають перед собою гнойові кулі ...

У подібному іронічно-езотеричному стилі написано більшість творів В. Пелевіна, що наводить на думку про те, що творчість зазначеного автора трансформує молодіжне мислення, виводячи його за рамки раціональної парадигми, що сприяє поширенню неоміфологічного світосприйняття в молодіжному середовищі. Необхідно ще раз підкреслити, що твори Віктора Пелевіна користуються багатомільйонним попитом на книжковому ринку.

Один з фундаментальних істориків релігії та дослідників міфології М. Еліаде вказує на те, що популярність романів, просочених міфологічним змістом, зумовлена тим, що роман в сучасному суспільстві зайняв місце казки в суспільстві первісному і що подібні тексти володіють метафізичною здатністю виводити читача за межі реального часу і занурення його в трансісторичну реальність. «Відомо, що епос і роман, як і інші літературні жанри продовжують, в іншому плані і з іншими цілями, міфологічну розповідь. У тому і іншому випадку розповідається про події, що відбуваються в більш-менш вигаданому минулому... Підкреслимо, тим не менш, що оповідна проза і, зокрема, роман у сучасних суспільствах зайняли місце міфологічного оповідання і казок в суспільствах первісних ... Враховуючи все це, можна зробити висновок, що сучасна пристрасть до роману висловлює схильність до десакралізованих або тільки лише прихованих у світських формах «міфологічних історій». Інший знаменний факт: потреба в «історіях» і розповідях, які можна було б назвати парадигматичними, оскільки вони розгортаються за традиційною моделлю. Якою би серйозною не була криза сучасного роману, потреба занурюватися в «інші» всесвіти і слідувати за перипетіями «історії», вочевидь, притаманна людині і тому незнищенна і невикорінна ... Важко уявити людину, яка не піддалася б чарівності «розповіді», оповідання про знаменні події, що сталися з людьми, які мають ніби «подвійну реальність» літературних персонажів, що одночасно відображають історичну та психологічну реальність членів сучасного суспільства і володіють магічною силою творчого вимислу. Але «вихід за межі Часу», здійснюваний за допомогою читання – зокрема романів, – є те, що найбільше зближує функції літератури та міфології. Звичайно, час, який «проживається» при читанні роману, не є той час, який в архаїчних суспільствах інтегрується, збирається в одне ціле при прослуховуванні міфу. Але як в одному, так і в іншому випадку,

відбувається «вихід» з часу історичного і занурення в час вигаданий, трансісторичний» [202, с.187-189].

Схожими якостями конструювання трансісторичного і квазіреального простору володіють сучасні засоби масової інформації, однією з ключових функцій яких є формування безтурботного і поверхневого світосприйняття. Для прикладу, ток-шоу та телепередачі спрямовані на виявлення музичних талантів з молодіжного середовища, надають можливість співпереживання і безпосередньої участі в грандіозно відтворювальних баталіях за звання «зірки», «героя», «переможця» і т.д. Відбувається апеляція до архаїчних архетипів людського ества, «героїзація» буденного простору, відродження, з урахуванням технологічного прогресу, діонісійських оргій сучасності, має місце трансформація молодіжної свідомості в напрямку цінностно-утворюючого простору масової культури, сутнісний зміст якої стає світоглядним життєвим орієнтиром для молоді.

Вимагає констатації те, що літературне домінування у формуванні масової молодіжної свідомості поступається своїми позиціями віртуальному фактору комп'ютеризації суспільного життя, що, в свою чергу, актуалізує питання перспективних світоглядних тенденцій в умовах технологічної революції. Слід зазначити безпрецедентно масовий характер даного явища. Мережа Інтернет рясніє величезною кількістю сайтів, які організують в клуби за інтересами мільйони людей, що захоплюються тематикою фантастики і фентезі. Як приклад можна вказати на російський фан-клуб «Зоряних війн» <http://www.swclub.ru/>. Своім завданням клуб ставить популяризацію культової епічної саги «Зоряні війни» досить оригінального режисера Джорджа Лукаса. Клуб проводить конференції, туристичні поїздки, відеоперегляди фільмів, всіляко сприяючи поповненню своїх лав великою кількістю людей, як правило, з молодіжного середовища.

Сучасна епоха постмодерну демонструє не тільки зникаючий інтерес молоді до книжкової традиції та культури і заміну зазначеної інформаційної

ніші кінематографом, коміксами, комп'ютерними іграми і т.д. Розкриваються також глибинні проблеми аксіологічної трансформації, розмивання меж між «добром» і «злом», наділення позитивними рисами «антигероя», ідеалізації іміджу «трікстера» і профанації гречного образу. Телеіндустрія масової культури нав'язує головну міфологію сучасності – сенс життя у невпинному накопиченні матеріальних благ, особистісному успіху і нещадності до оточуючих. Відбувається деформація традиційної гуманістичної парадигми, яка наочно демонструє себе за допомогою модерних культурних артефактів масової молодіжної культури. «У центрі уваги масової культури сьогодні знаходяться – злочинці, вампіри, перевертні і соціопати від Локки до доктора Хауса. Навколо цих маргінальних персонажів будується на сьогоднішній день більша частина популярних теле- і кінофільмів. Можна виділити два образи, до яких найбільш часто звертається популярна культура: супергероя і трікстера. Але супергерой не несе тієї ультимативної функції рятівника, як це було раніше, навпаки, сьогодні, він задається двома важливими питаннями: про межі добра і зла, і про межі людського і героїчного. Як трікстер, так і супергерой, обидва вони можуть бути зрозумілі в термінах лімінальності і маргінальності. Саме герої, відмічені знаком «інакшості», сьогодні є найбільш затребуваними. Можливо, це є наслідком секулярних тенденцій в сучасному світі, зміни культурних пріоритетів після ери постмодерну, десакралізації уявлень про добро і зло, посиленням протиріч в постіндустріальному інформаційному суспільстві. У сучасній масовій культурі герої і лиходії перестали бути однозначними і односторонніми, вони вийшли за межі парадигми добра і зла, і саме стадія переходу зблизила ці образи практично до повного їх злиття» [153, с.6 - 7]. Мабуть, слід сказати про те що описувані тенденції оголюють соціально-філософські, педагогічні та юридичні проблеми підліткової злочинності та прогресуючої жорстокості в молодіжному середовищі. Буденними новинами стають відомості про кримінальні злочини скоєні неповнолітніми учнями і студентами, при цьому

«доросле» злочинне середовище демонструє тенденцію до «омолодження» кримінального світу.

Особливістю функціонування сучасного міфу є його еkleктичність і фрагментарність. Йдеться про використання маніпулятивних технологій міфу в окремих, незалежних одна від одної, сферах соціального життя молоді. При цьому епоха демократичної плюральності, що утвердилась в сучасному соціокультурному просторі, офіційно та явно демонструє себе як опозиційна система поглядів по відношенню до соціально-політичної та економічної тотальності. Зовнішній прояв масової культури спрямований на формування неістинного уявлення про внутрішню різноманітність даного явища про відсутність її детермінованої суті.

Тим не менш, слід вказати на те, що в нинішньому суспільстві глобальної інформатизації міф активно використовується політичними та комерційними структурами і спрямований в першу чергу на масову молодіжну аудиторію споживачів з низьким рівнем критичного мислення. Він є органічною похідною масової культури з її орієнтацією на трансформаційні установки уніфікативності та стандартизації мислення. Основним завданням його виявляється конструювання спотвореної і неправдивої дійсності. «Особливості функціонування міфу в сучасній соціокультурній дійсності, на наш погляд, досліджуються фрагментарно, бо, на відміну від універсального характеру і тотальності міфу в рамках архаїчної епохи, сучасна ситуація, начебто, дозволяє говорити тільки про існування міфоподібних ідей і уявлень в окремих областях суспільної свідомості. У цьому зв'язку міф розглядається як знаряддя влади та ідеологічного панування в політичній сфері, як спосіб маніпулювання масовою свідомістю за допомогою звернення до архетипів колективного несвідомого в галузі соціальної комунікації та реклами, як художньо-поетичний засіб в мистецтві, як невідрефлексовані ідейні установки в науковому пізнанні. Загалом поняття міфу тут протиставляється поняттю

реальності і істини, і міф визначається як ілюзорне відображення дійсності, характерне для свідомості, яка позбавлена рефлексії» [41, с. 51].

Ідеальною субстанціональною основою для сучасного міфологічного самовідтворення стає середовище високих інформаційних технологій. Якби ми змогли перенести в наш світ типового представника XVII чи XVIII сторіччя, ця нещасна людина, найімовірніше б збожеволіла або в стані великого жаху усвідомила би що знаходиться в світі всемогутніх магів і чародіїв. Вбачається можливим припустити, що образ високих технологій, які забезпечують безклопітне існування сучасного індивіда, виходить з підсвідомих казкових архетипів-передумов про килим-літак (або піч, яка рухається «за шучим велінням ...»), скатертину-самобранку, чоботи-скориходи і таке інше. Вмикаючи монітор комп'ютера або дисплей мобільного телефону ми як би дивимося в чарівне люстерко, але тільки замість слів «світло моє, дзеркальце, скажи ...», викликаємо інтерфейс апарату і за допомогою легкого дотику до пристрою отримуємо очікуваний результат. Напрошується висновок, що суть не змінилася, світ мрій втілюється в новій технологічній реальності, при цьому трансформувалася тільки форма міфологізації свідомості, надавши молоді можливість самоміфологізування. «Взаємодія людини з технікою, що транслює візуальні образи, зламає рамки класичного побуту, коли відбувався механічний вплив індивіда на світ речей. Індивід, взявши сковорідку і щітку, тримає в руках саме ці предмети, взаємодіє з ними і змушує їх взаємодіяти один з одним. Коли ж індивід бере в руки пульт дистанційного керування, він немов повеліває чарівною паличкою – і привносить у своє життя щось принципово нове, відкриває вікно в якийсь всесвіт аудіовізуальних образів. Візуальне розташовується десь поза навколишнього середовища існування індивіда – по той бік прямого фізичного доступу. На магічному екрані з'являються відбитки далекого світу, тіні віддаленого від безпосереднього контакту всесвіту. У середовище проживання індивіда потрапляє щось, чого в ньому не було, - і

чого в ньому незбагненим чином немає. Але воно присутнє на екрані так виразно, як ніби воно існує поруч у вигляді безплотної, але видимої матерії, в безтілесних, але зримих обрисах. Це і є наш «потойбічний світ», доступ до сприйняття якого індивід отримав через телебачення, відео, Інтернет, комп'ютерні ігри. Якусь подобу видінь. Щось родинне явищу примар, – те, що переживали або бажали пережити люди в ті далекі часи, коли не було світних телеекранів» [124, с.602].

Дослідниця масової культури і «новоархаїчного» простору Г. В. Костіна говорить про те, що міфологія масової культури притягальна молодим споживачам своєю здатністю моделювати часовий простір. Даний атрибут особливо явно виражає себе в популярній кіноіндустрії та молодіжній рок-музиці. Міф в масовій культурі керує часом, змушуючи його працювати у зворотному порядку, – «Загадкове життя Бенджаміна Батона» (режисер Девід Фінчер 2008 р.), переносить персонажів з минулого в майбутнє – «Прибульці» (режисер Жан Марі Пуаре 1993 р.), самовідтворює один і той же часовий відрізок з метою пошуку головним героєм найбільш вірного алгоритму прийняття рішень – «На межі майбутнього» (режисер Даг Лайман 2014 р.), переносить чинного персонажа з майбутнього в минуле з метою зміни майбутнього – «Термінатор 2: Судний день» (режисер Джеймс Кемерон 1991 р.) і т.д. «Міфологія масової культури володіє унікальною здатністю до довільного конструювання тимчасової перспективи, яка обумовлює смисловий зміст твору. Якщо центром композиції, вихідною точкою її часової і просторової перспективи стає майбутнє, а сьогодення і минуле зливаються воєдино і розчиняються у збіглому, тоді представлений світ позбавляється можливості розвитку і немов зливається зі світом мертвих – Лабіринтом. Саме особлива темпоральна перспектива дозволяє відзначити структурну подібність архетипових ситуацій пошуків безсмертя шумерського епосу Гільгамешем, що потрапив в країну мертвих, – туди, де немає часу, і героєм міфу інформаційного суспільства Нео, який для того щоб вирватися з

віртуального світу, має пережити нібито момент свого другого народження і повернутися з інкубатора, – по суті, тієї ж країни мертвих або ненароджених, або вже померлих» [90, с. 316-317].

У молодіжній рок-культурі час і простір зливається з трансцендентними переживаннями міфічно-потойбічної позачасової реальності, яка проявляє себе в похмурій атрибутивності «цвинтарного романтизму» і безвиході, похмурій погоді і кружлянні чорних воронів, екзистенційно-суїцидальному хвилюванні і т.д. «Ця відірваність від реального часу і перебування в часі міфологічному стає визначальною, наприклад, в рок-культурі (переважно в її таких різновидах як Black metal, Death metal, Graindcore, Doom, Gothic metal) з її націленістю на конструювання хронотопу в рамках зверненої тимчасової перспективи і відсутністю прагнення ізоляції самосвідомості в сьогоденні, протиставленому в якості єдиної реальності майбутнього і минулого.» [90, с.317 – 318]. Трансформується поняття про час, який позбавляється історичного контексту і соціальної мети, молодь, котра знаходиться під впливом зазначених інформаційних чинників, знаходиться у власному хронометражі вимірювання часу, який розчиняє в собі раціональне буття повсякденності.

Крайня форма самоміфологізації молодіжної свідомості, що виявляється у неприйнятті тоталітарності постіндустріальної цивілізації і в прагненні зупинити час, демонструє себе в суїцидальних схильностях прихильників субкультури «емо». Дана група вбирає у свої ряди молодих людей, схильних до нервозності і депресивного стану. Послідовників «емо» легко відрізнити по зовнішній атрибутивності у вигляді рожево-чорного одягу і спортивних кедів, але відмітною рисою їхнього духовного функціонування є презирство до агресивності сучасного буття і романтизація смерті. Слід сказати, що філософська складова подібних молодіжних субкультур розкриває кризові наслідки техногенного прогресу, спрямованого

в протилежну від людини сторону свого розвитку. Даний процес демонструє поточні соціальні тенденції, які зумовлені тотальною міфологізацією молодіжної свідомості і маргіналізацією апологетів нонконформістського світосприйняття.

Необхідно надати визначення поняттю «неоміф». Отже, сучасний неоміф являє собою конструктивний компонент масової та масової молодіжної культури, який спрямований на формування нового синкретичного світосприйняття. Важливу роль проникнення неоміфології в масову суспільну свідомість займають не тільки релігійні інституції, а й технології масової інформатизації соціуму. Його ознаками є містичність, техноцентризм, футурологічний символізм, ірраціональність, героїчність та ідеалізація образу трікстера, розмиття меж між добром і злом. Він виконує низку соціально-адаптаційних функцій. Володіє конструктивним та деструктивним соціокультурним та соціополітичним потенціалом.

Підводячи підсумки, можна сформулювати наступні висновки:

- в даному підрозділі розкривається поняття «трансформація молодіжної свідомості», котра обумовлюється аксіологічним простором масової молодіжної культури та її кон'юнктурними завданнями. Отже, трансформація молодіжної свідомості в зазначеному контексті – це керований творцями масової молодіжної культури процес формування цінностей, ціннісних орієнтирів, поведінкових молодіжних реакцій, засобів самовираження та світоглядних переконань молоді на основі економічної, соціокультурної, або соціополітичної доцільності.

- сучасний міф не тотожний міфу архаїчного періоду, він взаємно уживається з раціональним світовідчуттям і є ідеальним засобом культурної, релігійної або політичної маніпуляції свідомістю, її трансформації та видозміни;

- міфотворчість є іманентною закономірною особливістю цивілізаційного розвитку на постіндустріальному етапі; в контексті масової

молодіжної культури сучасний міф стає субстанціональною підставою молодіжних соціокультурних процесів;

– ідеальним середовищем для імплантування міфологізованих ідеологем, котрі трансформують світосприйняття, є молодіжна соціальна група, яка прагне поверхневого та безтурботного існування;

– езотеричність міфу, його особливість зупиняти час та повертати в час споконвічний або у час, котрий ніколи не існував трансформує свідомість та надає можливість віддалення від деструктивної реальності та моделювання особистого комфортного простору існування.

– інтелектуальна диференціація в молодіжному середовищі демонструє маргінальний прошарок езотерично спрямованої субкультури;

– міфологічний досвід сприйняття реальності відповідає релігійному досвіду сприйняття, він привабливий для молоді своєю містичністю, емоційністю і ірраціоналізмом;

– міф несе регулятивно-адаптаційну, аксіологічну та інші функції в сучасному молодіжному суспільстві, які відповідають сутнісному змісту масової молодіжної культури;

– етична енергія традиційної моральності піддається трансформації, котра наглядно демонструє себе за допомогою масового розповсюдження в молодіжному середовищі творів В. Пелевіна та інших письменників фентезійно-абсурдного напрямку;

– масовому поширенню міфу сприяють саморозвиток інформаційних ресурсів мережі Інтернет та віртуалізація молодіжного мислення;

– сучасна масова молодіжна культура, відштовхуючись від комерційної доцільності, постійно відтворює міфозмістовні культурні артефакти, що породжує нову молодіжну синкретичну самосвідомість та безмежний новоархаїчний простір. Зазначений процес має вагомні трансформаційні наслідки для сучасної соціокультурної реальності.

2. 3. Трансформаційний аспект молодіжних субкультурних течій

Масова культура як унікальний феномен сучасності має домінуюче значення у формуванні суспільної свідомості і трансформаційного впливу на соціум. Вона породжує моделі людської поведінки, володіє регулятивним і уніфікативним потенціалом і буквально відповідає духу постіндустріального суспільства з його конформістським і споживчим світовідчуттям. З іншого боку, маргіналізація молодіжних соціальних груп розкриває протиріччя, що проростають всередині суспільних відносин, коли масова культура породжує опозицію у вигляді контркультурних і нонконформістських молодіжних рухів.

Субкультури володіють трансформаційними властивостями, конструюючи зразок мислення індивіда у відповідності зі своїм іманентним змістом. При цьому субкультури демонструють відсутність ідеологічної та соціальної стаціонарної платформи та експонують внутрішні трансформаційні видозміни кон'юнктурного характеру. На прикладі молодіжних субкультур бітників і хіпі спостерігалось революційне відторгнення маргіналами офіційної ідеологічної дійсності американського суспільства в шістдесяті роки, але через кілька десятиліть, рок - музика, як ідейна основа незгоди та психоемоційного бунту перетворилася на найбільший елемент масової культури і по сьогоднішній день, на рівних правах, успішно конкурує з популярною музикою. Молодіжні субкультури, їх виникнення, протистояння масовій культурі і злиття з нею - унікальний феномен нашого часу.

Необхідно визначити статус і сутнісний зміст субкультури по відношенню до масової культури. Остання собою являє продукт постіндустріального суспільства, ключовим ресурсом якого є загальна інформатизація соціуму, глобалізація та еталонне відтворення культурного простору відповідно до панівної моделі вестернізованого гештальта культури. Субкультури на зорі свого формування, до процесу злиття їх з

масовою культурою, були спільнотами співтворчих індивідуалістів-нонконформістів, які сповідували єдину систему цінностей і не визнавали гегемонію тотальності та культурної уніфікації. Вони мали власну ідеологію і кумирів-натхненників, які проживають у фізичному або вже потойбічному світі, чії ідеї сприяли одностайності та згуртуванню субкультурної організації.

Поступово розвиваючись, субкультури демонстрували адаптаційну податливість процесу комерціалізації культурного простору. Іншими словами, вони піддавались процесу онтологічного демонтажу та трансформації власного сутнісного змісту в напрямку аксіологічного простору масової молодіжної культури, зумовленого ринково-кон'юнктурними чинниками. Зазначений процес обумовлений ствердженням масової культури в статусі домінуючої форми соціокультурного розвитку на основі ринкового ставлення до відтворення культурних артефактів. Тим не менше, субкультурам притаманна власна атрибутивність, стилістика і специфічний характер самовираження, принаймні в їх початковому стані. «У рамках субкультури, норми, цінності, уявлення, а також стереотипи базової культури інтерпретуються, можливо, якоюсь конкретною, але не обов'язково замкнутою спільнотою. У результаті субкультурні норми, цінності, уявлення та стереотипи відрізняються від аналогічних, прийнятих у рамках традиційної культури. Представники ж тієї чи іншої субкультури в рамках соціокультурної системи поділяють норми, цінності, а також уявлення, прийняті в рамках їх субкультури» [2, с. 11 - 12].

Одним з ключових компонентів феномена генезису і розвитку молодіжної субкультури є фактор залученості в цей процес широких молодіжних мас. Це спостереження пояснює причину постійних структурних та ідейних трансформацій молодіжних субкультурних організацій. Молодь, особливо студентська, яка перебуває в стані абстрагування від традицій батьківського виховання і моделююча стиль майбутнього дорослого життя, є

рухомою соціальною субстанцією, що володіє вагомим трансформаційним потенціалом. «До своєрідних особливостей молодіжної субкультури як об'єкта, вартого пильної уваги фахівців, слід віднести насамперед те, що творцями її є представники дуже значної частини молоді (учні, студенти), яка не має в повному розумінні слова власного соціального стану що характеризується або своїм минулим соціальним статусом – соціальним становищем батьківської сім'ї, або своїм майбутнім статусом, пов'язаним з професійною підготовкою і майбутньою діяльністю як фахівців» [198, с. 28.]. Важливо підкреслити, що студентська молодь постійно перебуває в стані трансформації самосвідомості. Пов'язано це і з впливом соціокультурного середовища на індивіда, і з видозміною соціального способу життя, і з постійним припливом нових знань і дослідів, як дидактичних, так і життєвих, і з фізіологічними змінами організму і з багатьма іншими причинами, що сприяють ломці характеру, не рідко болісної, і включенню індивіда в процес соціалізації. Субкультурне буття часто виконує регулятивну функцію, сприяючи адаптації індивіда до непростих соціальних і економічних умов сучасного світу.

Спочатку класична молодіжна субкультура була певною перехідною стадією розвитку індивідуальності, як відповідна реакція на засилля одноманітних і ідеологічно стандартизованих продуктів, нав'язаних військовими, політичними та комерційними структурами. Все це відбувалося на тлі краху гуманістичних ідеалів і віри в нескінченний прогрес людства. Процес був пов'язаний з післявоєнним кризою тоталітарних ідеалів в західній Європі і неприйняттям частиною молоді в Європі та США масових і колективістських цінностей. Для прикладу можна згадати рух хіпі, якому передували бітники, хіпстери та інші течії. Субкультура хіпі виникла як антитеза стосовно пуританської моралі і мілітаризації держави і проповідувала сексуальну вседозволеність і пацифізм. Біля витоків течії хіпі та інших субкультур стояв демографічний вибух в післявоєнній Європі, який

призвів до багатомільйонної молодіжної аудиторії, що відкидала пафос епохи, що канула в Лету, яка прагне до набуття миру, демократії та рівності. Енергія цих мас шукала свій вихід на тлі мілітаризації США і СРСР і холодної війни, котра розгорталася в світі.

Відомий філософ, історик, культуролог Г. С. Кнабе досліджує умови виникення субкультур, вивчає передумови об'єднання акторів субкультурного буття в організації та течії, він пише, що «їх об'єднувало розчарування в організаційно-колективістських цінностях довоєнної ери, в моральних постулатах, які відповідали їм, в піднесених, а часом і пихатих словесно-ідеологічних формах їх вираження; об'єднувало очікування демократизації життя, простоти, свободи і рівності, обіцяних урядами в ході боротьби проти гітлерівського тоталітаризму, але які тепер не поспішали платити за вексями; об'єднувало прагнення висловити свій протест, своє розчарування і свої очікування на принципово новій, ще не забреханій мові – мові побутової поведінки, смаків, речей, способів організації дозвілля та матеріально-просторового середовища; об'єднувала потреба вирватися за межі етики, диктатів і заборон внутрішньо ні на чому не заснованих, які спускаються зверху, за межі культури, монополізованої і регульованої державою, повернути етиці та культурі прямий і простий, безпосередньо людський зміст. Коротше, їх об'єднували з небувалою гостротою пережита ситуація відчуження від держави традиційної суспільної структури і культури і жагуча потреба намацати з цієї ситуації вихід» [84, с. 21 - 22]. Таким чином, Г. С. Кнабе зазначає, що молодіжна субкультура виникла як контркультурна опозиція існуючому порядку речей, в прагненні відійти від масовізації, що породжується ідеологією протиборчих політичних систем, відчуваючи явний і прихований тоталітаризм нової епохи.

На цьому етапі не можна не згадати, що цілий ряд визнаних та відомих сучасних мислителів визначають нашу епоху як кризову, що в свою чергу сприяє процесу трансформації молодіжної свідомості і виникненню

субкультур. «Знаходиться все більше людей, які усвідомлюють (хоча інколи вельми туманно), що західна цивілізація не може нескінченно розвиватися в одному і тому ж напрямку і що в якійсь момент вона досягне певної крапки, в якій розвиток припиниться, а сама ця цивілізація можливо повністю зникне в результаті страшного катаклізму» [44, с. 8].

Прихильники теорії виродження, зважаючи всі кризові компоненти, супутні сучасному розвитку цивілізації, приходять до невтішних прогнозів щодо подальших перспектив людської раси і образно порівнюють наш сьогоdnішній стан з серйозним розумовим відхиленням. «Розглядаючи виродження і істерію, як важку розумову хвороба («щось на зразок чорної чуми») прихильники теорії виродження роблять прогноз на ХХ ст.: зростає число самогубств особливо в середовищі молоді; висока ступінь дратівливості і агресивності призведе до великих військових конфліктів; отримають розширення і посилення статева психопатія і розбещеність; з моди вийдуть книги, які заміняться їх зошитами з символічними арабесками (коміксами), слід чекати навіть утворення особливого суспільства цінителів і коментаторів цих книг» [198, с. 42]. Зі сказаного випливає, що девіантна молодіжна поведінка є наслідком кризових і суперечливих тенденцій сучасної епохи і є одним з багатопроявлених соціальних наслідків глобальної системної кризи.

Слід сказати, що знаходження індивіда в субкультурі виявляє його часто неусвідомлене бажання зректися власної індивідуальності і слідувати второваною дорогою колективних цінностей тієї групи, в якій він перебуває. Його свідомість трансформується відповідно до сутнісного змісту субкультури. Так виявляються феномени «знеособлення» і «соціальних лінощів», коли індивід, розділяючи духовні блага субкультурної організації, отримує рівнозначну частку задоволення незалежно від диференціації витрачених зусиль окремими членами групи. Для прикладу, в музичному ансамблі або групі артисти, які виконують фонові або перкусійні партії,

отримують однакову частку слави й успіху їхньої спільної колективної творчості на одному рівні з «фронтменами» і солістами.

Знаходження в субкультурній групі надає можливість розділяти результати культурного співробітництва порівну, не оголюючи індивідуальну інертність. «Коли людина входить в групу, що тягне на себе мотузку, або плескає в долоні, він може відчутти, що його індивідуальність нібито розчиняється. За своєю природою такі завдання – з'єднувальні, вимагають об'єднання зусиль усіх членів групи для досягнення результату одного на всіх. У них не виявляється можливим визначити, який саме внесок вніс конкретний учасник групи. Якщо один з членів групи вирішує не прикладати великих зусиль для виконання такого завдання (може бути, воно втомлює, нецікаво або не тягне за собою ніякої нагороди), то це відбудеться непоміченим для групи» [33, с. 67]. Проблема збереження індивідуальної самодостатності та етнічної ідентичності в останні десятиліття набуває особливо актуальний статус. Пов'язано це з всезростаючою інформатизацією суспільства і масовою шаблонно-комерційною специфікою відтворення культурних артефактів.

Перебіг новітньої історії ознаменований процесами, що демонструють кризовий стан цивілізації, політичні, соціально-економічні, релігійні проблеми. Затвердження масової культури в інформаційному просторі сучасності призвело до формування широкого спектру молодіжних субкультур. Окреслені течії зведені в стратифікаційну схему одним з дослідників даного феномена Л. В. Шабановим. Вчений вказує на те, що існують:

«І. НЕФОРМАЛИ, ВІДКИДАННІ СОЦІУМОМ – це, насамперед, люди, які з яких-небудь причин не змогли вписатися в суспільство на певному етапі його розвитку, сюди ж належать спілки інвалідів. Ми виділили три найбільш чітко представлених блока всередині молодіжної субкультури вихованці дитбудинку (інтернатівці), «застрягли» («олдові»), кримінальна субкультура.

II. НЕФОРМАЛИ ПРЯМОГО ПОЛІТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ. У когорту входять антиглобалісти, бітники, greenpeace; дисиденти (правозахисники), молодіжні об'єднання всередині політичних партій, фашики, скінхеди, хіп-хопери, екстремістські організації. Є в цій когорті і так звані «зайці» – ті, хто приєднався до партії (як правило, під час сезонної активності на виборах) заради будь-якої вигоди (наприклад, плати за роботу). Їм не цікава ні ідеологія, ні моральний вигляд партії, багато «зайців» можуть, в принципі, працювати на декількох господарів.

III. НЕФОРМАЛИ КРЕАТИВНОГО ХАРАКТЕРУ (вони ж богема, самоназва – underground) – письменники, художники, музиканти та їхні друзі. Наявність зовнішньої атрибутики в даному випадку виявляється слабкою спробою створити хоч якусь ілюзію організованого об'єднання (КСП, МОМА, рок-клуби). При цьому з великою часткою ймовірності можна припустити, що навіть серед самих членів такої групи немає єдності, тісних емоційних зв'язків і згуртованості (винятком, мабуть, можуть стати тільки митьки і растамани).

IV. НЕФОРМАЛИ НЕПРЯМОГО ПОЛІТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ: візіонери, інтелі, кіберпанки, неприєднанці, панки, релігійні нонконформісти, сектанти, хакери, хіпі.

V. НЕФОРМАЛИ НЕПОЛІТИЧНОГО ХАРАКТЕРУ: байкери, байсеккери, гопники, готи, гранжери, джангли, індіанці, кислотники, ледеткі, металісти, толкіністи, ролери, екстремали.

VI. НЕФОРМАЛИ-КОНФОРМІСТИ: а) соціальні рухи, головне гасло яких: «Ми проти того, щоб бути «проти», такі як золоті дітки, мажори, моди, попери, форца, хайлайфісти; б) групи за інтересами. Самі групи за інтересами найбільше нагадують «хворобу росту» – рух дуже молодий і нестабільний» [197, с.19 - 20]. Необхідно зазначити, що Л. В. Шабанов не приділяє належної уваги процесу онтологічної трансформації масових молодіжних субкультур, котрий зумовлений поширенням впливу масової

культури на субкультурне буття. Також, при уважному розгляді стратифікаційної схеми, що запропонована Л. В. Шабановим, можна побачити, що певні субкультури не зовсім відповідають сенсу тієї категорії, до якої вони віднесені. Наприклад, онтологію кримінальної субкультури навряд чи можна віднести до статусу будь-якої субкультури взагалі, так як її сутнісний зміст відповідає популярному відтворенню артефактів детективно-кримінального характеру в просторі сучасної масової культури, а Gangsta rap (гангстерський, кримінальний реп – прим. авт.) має найширше розповсюдження серед сучасної молоді (в тому числі схильної до правопорушень). Також, навряд чи можна повністю віднести металістів до субкультур «неполітичного характеру», прикладом може послугувати політично-орієнтована творчість металевих гуртів: Sepultura, Obituary, Luna, Burzum, Napalm death, Д.І.В. тощо. Слід резюмувати, що процес виникнення нових і трансформації класичних субкультурних спільнот продовжує мати місце в сучасному молодіжному соціокультурному просторі.

Однією з причин виникнення молодіжних субкультур є перехід розвинутих країн з індустріальної в постіндустріальну стадію суспільного розвитку. Всеохоплююча інформатизація суспільства, технологічний прогрес і зростання знань подовжують дорослішання і збільшують період соціалізації молодих людей. Можна припустити, що якщо ситуація буде продовжувати розвиватися за чинним сценарієм, то через кілька десятиліть учням доведеться отримувати шкільну освіту впродовж 15-ти або 20-ти літнього періоду. Насущними стають питання модернізації педагогічної методології з метою відходу від фактологічної системи освіти в бік розвитку у підростаючої молоді творчої індивідуальності і здатності до прийняття самостійних рішень. Інноваційні освітні технології майбутнього можуть ґрунтовно реструктурувати пануючу модель освіти.

Американський дослідник Е. Тофлер в властивій йому манері футурологічного філософствування змальовує освітні перспективи

майбутнього він міркує, що «школам майбутнього, якщо вони захочуть сприяти полегшенню подальшої адаптації в житті, доведеться експериментувати з набагато різноманітнішими типами внутрішнього розпорядку. Класи з декількома вчителями і одним-єдиним учнем, класи з декількома вчителями і групою учнів, учні, організовані в тимчасові колективи для вирішення конкретного завдання або складання проекту, учні, що перемикаються з роботи в групі на індивідуальну або навіть самостійну роботу; крім того, всім їм потрібно знайти застосування, щоб дати кожному учню можливість заздалегідь стикнутися в якійсь мірі з тим життєвим досвідом, з яким він зіткнеться згодом, коли почне самостійне переміщення в організаційно хиткому географічному просторі суперіндустріалізму» [169, с. 443].

На сьогоднішній день в результаті суперечностей, що накопичуються, між домінуючою системою освіти і темпами інформаційного розвитку, очевидними стають питання, пов'язані з соціальною адаптацією «вічних студентів», що постійно підготовлюються та перепідготовлюються та перебувають, як правило, у тих чи інших субкультурних спільнотах. «Причинами виникнення молодіжної субкультури як феномена слід вважати збільшення періоду професійного навчання, що породжує феномен «соціального дитинства» та продовжує період дорослішання, що саме по собі є наслідком об'єктивних процесів індустріалізації» [2, с. 4].

Так само необхідно сказати, що проблема молодіжних субкультур сполучена з класичним питанням конфлікту поколінь. Слід зазначити, що процес відчуження молоді від дорослого покоління найбільш яскраво починає проявляти себе саме в сучасну епоху. Вищевказана проблема має високий ступінь актуальності безпосередньо для держав колишнього Радянського Союзу. Багато причин сприяють описуваному ходу подій. Це і важка соціально-економічна ситуація на пострадянському просторі і крах соціалістичної ідеології, коли дорослі, які ототожнюють себе з колись

могутнім СРСР, з його культурним світовідчуттям, дивляться на модерні, вестернізовані пристрасті молоді вкрай вороже. У свою чергу молодь, яка сприймає соціальне буття під впливом інших соціокультурних домінант, відчуває невидиму перешкоду на шляху до взаєморозуміння з більш зрілим поколінням. «Підлітки і молодь частіше інтегровані в субкультурні групи, ніж дорослі, це пояснюється і природним прагненням об'єднатися в умовах «занедбаності» і недружелюбності світу дорослих, і пошуками таких значущих для молоді дружніх і сексуальних контактів і прихильностей, і розумінням ровесників при нерозумінні дорослими і т.п.» [161, с.224].

Задля справедливості слід зазначити, що відсутність концептуальної програми розвитку молоді посилюється інформаційним домінуванням культурного продукту західного зразка, а після революційних українських подій на Майдані Незалежності в 2013-2014 рр., та наступних трагічних епізодів новітньої української історії, фактор російського впливу на соціокультурний простір України об'єктивно втрачає свою колишню потужність та впливовість.

Слід вказати на те, що взагалі ток-шоу, телепередачі, кінематограф, Інтернет та комп'ютерні ігри, всілякі кастинги та конкурси реконструюються на всьому пострадянському просторі за американським прикладом і є невидимим інструментарієм культурної експансії традиційних цінностей західного шоу-бізнесу та західної масової культури як такої, котра трансформаційно впливає на національно-культурну ідентичність молоді. Слід зауважити, що зазначена проблематика заслуговує окремого дослідження. Виникненню девіантної та маргінальної поведінки сучасної молоді ми зобов'язані масовому культурному простору, тому соціокультурному середовищу в якому сьогодні молодь перебуває. «Очевидно, що детермінанти деструктивної поведінки різноманітні. Цілком очевидно, що в число цих детермінантів ми повинні включити культуру, навчання, навколишнє середовище» [120, с.147].

Е. Тофлер наділяє молодіжні субкультури алегоричним визначенням – «молодіжне гетто», вказуючи на деструктивні соціально-економічні передумови виникнення цих організацій. Його характеристика відштовхується від внутрішньої ситуації, притаманній саме американському суспільству. Проте, він описує певні об'єктивні фактори, що сприяють формуванню та розвитку молодіжних субкультурних організацій. Філософ приділяє увагу міжособистісним взаєминам всередині молодіжної спільності і впливу домінуючої культури на процес соціалізації індивіда. Він говорить про те, що «молодіжне гетто» це сукупність «великих спільнот, які майже цілком складаються зі студентів коледжів. Як для негритянського, так і для молодіжного гетто характерні убоге житло, зависока квартирна платня, вельми висока мобільність, заворушення і конфлікти з поліцією. Як і негритянське гетто, воно теж абсолютно різнорідне, з багатьма субкультурами, кожна з яких бореться за розширення сфери свого впливу в гетто. Діти з чітко організованих «родин-осередків», не маючи інших дорослих героїв і рольових моделей, крім своїх батьків, все більше підпадають під вплив єдиних доступних їм людей – інших дітей. Вони проводять більше часу один з одним і стають більш схильними до впливу однолітків, ніж будь-коли раніше. Замість того, щоб поклонятися власному дядечкові, вони поклоняються Бобу Ділану, або Доновану, або будь-кому іншому, кого група однолітків вибирає як модель стилю життя. Таким чином, ми починаємо створювати не тільки гетто студентів коледжу, але навіть напівгетто попередньо pre-teen'ов і teenager'ов, кожне зі своїми особливими клановими характеристиками, власними захопленнями, модами, героями і лиходіями» [169, с. 316]. Слід підкреслити, що на пострадянському просторі нестійка економічна і політична ситуація є одним з ключових факторів у прагненні молоді сховатися від гнітючої реальності в штучно змодельований світ конформної субкультурної співтворчості.

Тенденції масовізації культурного простору призводять до того, що субкультурні течії і організації трансформуються та стають єдиною матерією масової культури, якій властива стандартизація, промоушен, популяризація, бізнес-окупність культурного продукту. Все, що потенційно здатне приносити прибуток, сприймається сучасними творцями шоу-бізнесу, як можливий матеріал для роботи. Саме це являє собою трансформаційний аспект молодіжних субкультурних течій, який демонтує колишній онтологічний сенс субкультурного буття молоді та демонструє виникнення постсубкультурних об'єднань, що формуються під впливом масової молодіжної культури на основі економічної доцільності. Мода, престиж, популярність стають ключовими елементами розвитку масової культури, а надалі і субкультурних молодіжних течій.

Спочатку формуючись як опозиційні структури по відношенню до офіційних масових цінностей, субкультури з часом вбирають в себе організаційну стилістику шоу-бізнесу і стають органічною складовою масової культури. Для прикладу слід вказати на популярність рок-музичних колективів як 60-80-х років, так і сучасну популярність зазначеного жанру. Бути «не такими, як усі» в масовому суспільстві однодумців і прихильників ідеї бути «не такими, як усі» стає феноменальним парадоксом сучасного розвитку молодіжної культури. Отже, головні причини онтологічної трансформації класичних субкультур знаходяться в утвердженні масової культури в глобальному інформаційному просторі та відповідно в глобальній комерціалізації соціокультурного простору.

Мода на одяг, мода на неординарність, мода на скандальність трансформувала екзистенціональні підвалини субкультурного буття, що зробило його рекламним, комерційним та прогнозованим. «І якщо в середині XIX - середині XX ст. табори «батьків» і «дітей» були яскраво виражені і індивідуалізовані не лише у вікових рамках, а й на рівні духовному, атрибутивному, психологічному (з'явилися антагоністичні пари культура –

контркультура, масове – елітарне, тоталітарне – звільнене, офіційне – підпільне), то до другої половини ХХ ст. виходить зовсім інша картина. Вже в 60-і рр. віковий розподіл носіїв «передової свідомості» сягає меж від 15 до 45 років, а в 70-і рр. офіційна масова індустрія взагалі працює на андерграунд, зважаючи на зростаючий споживчий попит на контр – і антикультурні явища. У 80-і рр. поняття «підпілля – андерграунд» зводиться до нетрадиційної сексуальної орієнтації і скандальному кічу. У 90-і рр. все це породжує споживчу поведінку, засновану на соціальному знанні, наслідуванні, конформізмі, атракції, соціальній фасилітації, атрибуції і т.п. Мода надихає і визначає масову поведінку в рамках соціальних комунікативних мереж (мода на одяг, мода на фільми, мода на книги, мода на ідеї і т.п.). Хвиля реміфологізації, трансформуючи тип культури, змінила внутрішню структуру багатьох феноменів. З'являється мода на самовизначення і оригінальність «Я хочу бути незвичайним, як усі» (одна із стратегій негативізму). Мода бути «Іншим без Іншого», дотримуючись лише зовнішньої атрибутики, протиставляючи себе цінностям суспільства і демонструючи відхилення від норм, фактично є демонстрацією трансформації культурної традиції на принципах декларації гуманізму (ненормальність – нормальна, а норма – закріпачує, вона тотальна і нецікава)» [84, с. 25 - 26].

Одна з перших у колишньому СРСР дослідниць західної рок-культури Т. О. Воробйова у своїй біографічній праці «Історія ансамблю «Бітлз» (1990 р.) в публіцистично-художній манері реконструює події 1963 р. у Великобританії, що пов'язані з феноменальним успіхом «ліверпульської четвірки». Вона пише, що «хвиля бітломанії покотилася по всій країні. Розпочалася загальнонаціональна істерія. Люди не тільки розкуповували платівки «Бітлз» і виспівували їх пісні, не тільки рвалися на їхні концерти і буквально божеволіли при вигляді своїх кумирів, не тільки наслідували їм в одязі і зачісці. Тут було щось більше – новий стиль поведінки, живий

розкутий, веселий, гідний, дотепний, впевнений, життєрадісний, який відкидає нудні пуританські обмеження обивательської доброчесності. І це стало явищем не тільки музичної культури, а й усього соціального життя, – явищем суспільним» [39, с.95]. Необхідно акцентувати увагу на те, що група «Бітлз», яка виникла в 1960 р. у м. Ліверпуль і стала елементом рок-н-рольної субкультури Великобританії, в найкоротші терміни змогла стати світовим рупором моди і масової культури, вичерпно вплинувши на подальший розвиток популярного мистецтва.

Сучасний стан субкультурних молодіжних течій дає підставу називати подібні структури «постсубкультурними», так як вони втрачають свою соціокультурну функцію, що виявляється в опозиційності по відношенню до масових цінностей і втрачають початкову сакральну-екзистенційну сутність, покликану сприяти набуттю внутрішньої духовної свободи та індивідуалізації суб'єкта. «У «постсубкультурах» індивід породжує нову систему цінностей, орієнтовану на актуальні бренди та тренди, а також комерційну вигоду, що позбавляють життя всебічного змісту і сенсу, що формують особистість, для якої характерний «різомний» тип мислення – нестабільний, поверхневий, який не проникає в суть речей і явищ.

Феномен «постсубкультур» відрізняється крайньою нестабільністю, суперечливістю, розмитістю меж і неможливістю поділу його на «позитивні» і «негативні» зразки, тому що він культивує неоднозначну постмодерністську міфологію, декадентське заперечення традицій, маргінальні культурні практики. У сучасних дослідженнях наголошується, що в «постсубкультурах» фактично нівелюється саме поняття «субкультура»: воно або обмежене, або позбавлене епістемологічного статусу в дослідженні тих змін, які відбуваються у світовій та вітчизняній культурі в «ситуації постмодерну». Парадигмальність свободи і творчості в молодіжних «постсубкультурах» створює утилітарні умови існування індивіда. Він втрачає можливість робити усвідомлений вибір, створювати власний стиль

життя, за нього все продумується і моделюється масовою культурою. Для молоді людини основне завдання – придбати новий імідж і оволодіти новим статусом» [194, с.13 - 14] .

Один з дослідників сучасної культури І. А. Хижняк, який випустив свою вичерпну роботу з історії рок-культури «Парадокси рок-музики: міфи та реальність» ще в 1989 р., говорить про те, що на рубежі 60 - 70 - х років «в американському році чітко позначилися тенденції до ще ширшої комерціалізації та стереотипізації музичної продукції, що виразилося в створенні певних штампів, художньо-естетичний рівень яких повністю відповідав ознакам масової культури» [190, с. 158]. У цей переломний момент відбувається якісний трансформаційний перехід молодіжних субкультур у бік сексуальної розкнутості, звільнення від умовностей суспільної моралі, психоемоційної насиченості. «Різновидом комерційного скандального іміджу була установка на заперечення будь-яких умовностей і заклик до життя «на всю катушку, а що буде завтра – вже не важливо» [190, с. 159]. Проте, досліджуючи об'єктивну реальність природної обдарованості цілої плеяди великих виконавців рок-музики, І. А. Хижняк справедливості заради констатує, «що, незважаючи на постійну практику і витончені прийоми приручення і спроб ув'язнення в комерційні стандарти творчості практично всіх відомих рок-ансамблів, тотального охоплення рамками масової культури навіть в позначені комерціалізацією, запрограмованістю і стереотипністю 70-ті роки не відбулося» [190, с.164].

Сучасній рок-культурі характерні в першу чергу глибокі емоційні переживання. Сутнісним змістом стає спрямованість на яскраву і агресивну атрибутивність, виразність, гучність, антиестетичний протест, і слід сказати, що комерційний фактор в масовому розповсюдженні матеріальних носіїв андеграунду (зухвалий одяг та аксесуари, журнали, музичні диски та інструменти і т.д.) має саме чільне значення. Акцент робиться не на ідеї соціального протесту існуючому порядку речей, так як це відбувалося на зорі

зародження даного жанру, а на психологічній і психоделічній домінанті. Відбувається апеляція до глибинних підсвідомих потенцій езотеричної, архаїчної, містичної і сексуальної енергії людської істоти. «Химерність рок-видовища аж до середини 70-х років, незважаючи ні на що, найчастіше залишалася особливою сублимацією розкутості і простоти. По мірі ж еволюції рок-світу в бік від своїх вихідних початків все ясніше реалізовувалася інша потенція, на перших порах глибоко прихована в надрах цієї естетики: зв'язок з простотою і природністю 60-х років, з вірністю безпосередньо пройденому життю стоншувався, а емоційне збудження у все більшій мірі перетворювалося на самодостатню мету концерту, поки нарешті в крайній формі «панка» або «металу» цей зв'язок не обривається, а концерт не перетворюється на радіння, де соціальні мотивування та відповідальності втрачені, і спадкоємність по відношенню до споконвічного етосу рок-н-ролу зникає повністю» [84, с. 30]. Зазначений субкультурний напрямок втрачає свою початкову функцію соціального протесту і переходить в особливу форму протесту, якій властива масова форма зречення від суспільної моралі та традиційних принципів гуманізму. Це особливий екзистенціальний бунт молодіжної аудиторії, яка переживає трагічність постіндустріального періоду розвитку людства, сполученого з виникненням видимої та завуальованої форми духовної диктатури у вигляді тривіального і поверхневого культурного простору. При цьому молодь інстинктивно відчуває самогубність технократичного прогресу, відрив людини від природи і нав'язування одновимірної-споживчої стилістики мислення. Можливо, це одна з чільних причин масових суїцидів і романтизації ідеї самогубства в молодіжних субкультурах гранжерів, панків, готів та емо.

Необхідно знову підкреслити, що масова культура, комерційно і споживацьки ставлячись до мистецтва, сприяє включенню молодіжних субкультур в процес масового поширення і популяризації. Використовується найширший і перевірений інструментарій для досягнення подібних цілей:

періодика, радіомовлення, телебачення, інтернет, клуби, діяльність шоуменів. Свідомість молоді перебуває під гнітючим впливом деструктивних чинників сучасності, що породжує трансформацію світовідчуття і духовний протест але цей протест носить природу скерованого бунту коли стихійна енергія мас сублимується та трансформується в явище соціального екстазу. Зовнішня брутальність, таким чином є симулякром справжньої агресії, що виправдовує буття масової молодіжної культури в якості механізму соціальної регуляції. Г. С. Кнабе позначає, що «це особливий вид морального протесту, в якому сам факт і процес, сама атмосфера протесту важливіше результату. Тому в перспективі і в тенденції такий протест або чреватий виходом за межі моральної та культурної громадської норми взагалі, або закінчується поверненням у лоно заперечуваної реальної суспільної структури.

Запорукою такого повернення була характерна для року з самого початку орієнтація на масовий успіх. На частку панка він випав відразу. Істеблішмент продовжував існувати і навіть зміцнюватися, і, відповідно, продовжувала існувати енергія протистояння йому. Вона на перших порах і живила інтерес до панків, незрівнянно більш вузький, ніж інтерес до їх попередників в свій час, але тим не менш ясно виражений і значний. Успіх же вводить будь-яке явище в сферу престижу і грошей, а престиж і гроші нейтралізують і перемелюють будь-які форми протистояння: «Коли модельєри роблять одяг а-ля панк – це, звісно, вже звичайні гроші» [84, с.34]. Справедливість міркувань Г. С. Кнабе підтверджує сама історія розвитку рок-культури як елемента шоу-бізнесу масової молодіжної культури. Наприклад хроніка самих масштабних концертів в сучасній історії естради включає в себе феноменальний виступ легендарного рок-гурту Queen 26 квітня 1985 р. в столиці Австралії – Сіднеї (присутність шанувальників більше 2 млн. людей) та виступи різноманітних металевих гуртів в Москві 28 вересня 1991 р. в

Тушино на фестивалі «Монстри рока СРСР» (присутність шанувальників 1,6 млн. людей).

Актуальними є питання про особисту свободу індивіда, який знаходиться під впливом ідейних настанов тієї чи іншої субкультурної організації. Заслуговує на увагу той факт, що ранні субкультури бітників і хіпі, для прикладу, сприяли індивідуалізації характеру і були своєрідним духовним імунітетом по відношенню до превалюючої традиційної культури, їх функціонування було направлено всупереч панівним цінностям, з метою протиставлення тоталітарності, урбанізації та масовості, що актуалізувало ідеї індивідуальності, єднання з природою і вільної співтворчості. Трансформуючись у якісно новий стан «постсубкультур», вказані спільноти стають єдиною матерією домінуючої масової культури, в яких відбувається знеособлення індивідуальності, що незрівнянно з основною ідеєю субкультурного буття: «шукати себе, а, знайшовши, залишатися самими собою».

Сучасний дослідник субкультурного буття, його екзистенціальних підвалин В. В. Чернишенко вважає, що «свобода в рамках сучасних західних «постсубкультур» втрачає свій справжній екзистенціальний зміст. Це не та справжня свобода, яка дозволяє людині реалізовувати свій творчий потенціал, даний зверху, а інша – «тваринна», яка надає деструктивний, антигуманний вплив на особистість, що знецінює життя взагалі. Така свобода сприяє деградації моральних орієнтирів індивіда, поневолює його.

В епоху постмодерну багато «постсубкультур» західних країн функціонують на принципі «підпорядкування і панування», у тому числі культурно-духовного. За допомогою абстрактних ідеалів і цінностей навколо людини створюється штучний культурний світ, в якому він відчуває себе вільним і самодостатнім, творцем власної незалежної реальності, а насправді живе в ілюзії благополуччя і є споживачем масової культури, що керує їм за допомогою додання інстинктам і фізіологічним потребам більш високого, в

порівнянні з духовними прерогативами, статусу» [194, с. 15]. Слід підкреслити, що сучасні субкультури надають самий прямий трансформаційний вплив на молодіжну свідомість, що сприяє нівелюванню індивідуальності і формуванню нового, відформатованого морального обличчя широких верств молоді.

Соціальні мережі наочно демонструють фактор сучасних масових інформаційних технологій у популяризації та поширенні молодіжних субкультур, що є одною з підтверджуючих тез про злиття молодіжних субкультур з масовою культурою. Група «Рок» у мережі «В контактi» має більше 1 000 000 передплатників, «Панки» більше 40 000 передплатників, «Live In Rock / Рок» більше 350 000 передплатників, «Альтернатива / Alternative Rock & Metal» понад 111 000 передплатників і т.д. Вікова категорія людей, підписаних на андеграундні проекти, від 15 до 40 років. У зазначених групах фанати спілкуються, обмінюються інформацією про заходи, обговорюють новини року і минулих концертів, скачують і поширюють відеокліпи і музику, здобувають квитки на концерти, одяг, атрибутику та аксесуари. Подібних ресурсів в різних соціальних мережах сотні і тисячі, передплатників мільйони, що свідчить про масовість молодіжного субкультурного руху, про його споживчу суть, про його стихійне і прогресуюче самоконструювання й саморозвиток.

Більшість сучасних молодіжних субкультур, трансформуючись у напрямок масової молодіжної культури, формують єдину систему життєвих установок і цінностей, яку можна визначити як «молодіжний стиль життя». «Його основні характеристики наступні: дозвіллево-розважальна орієнтація, максимізація принципу свободи, насамперед у побутових проявах, прагнення до високих споживчих стандартів, культ тілесності, чуттєвості, еротизму, гедонізм, спортизація, експресивність і товариськість, орієнтація на позасімейні форми спілкування, яскравість зовнішньої стилізації, підкреслення приналежності до нового, прогресивного стилю. Чітко

простежується тенденція до вестернізації молодіжного стилю життя і слабка етнічна самоідентифікація.» [65, с.10]. Слід сказати, що вестернізація в свою чергу є продуктом масової інформатизації суспільства сполучена із процесом входження в постіндустріальну стадію розвитку. Молодіжна масова культура, в зазначеному контексті, виконує інтеріоризуючу функцію, будучи предметно-логічним компонентом глобалізації. Так само потрібно ще раз підкреслити, що молодіжні субкультурні організації наприкінці ХХ ст. втрачають свій опонуючий масовій культурі потенціал і трансформуються в напрямок кон'юнктурно-комерційного функціонування.

В кінці підрозділу було б доцільним надати визначення понять «молодіжна культура», «субкультура», «контркультура» та «постсубкультура». Які, з точки зору дисертанта, мають визначальний характер. До цього ж, аналіз вищезазначених категорій в системі сприяє концептуальному сприйняттю масової культури в трансформації молодіжної свідомості.

Отже, у контексті дослідження трансформаційного аспекту молодіжних субкультурних течій молодіжна культура розглядається дисертантом як така форма культури, що створюється молоддю і для молоді. Їй притаманна власна стилістика, що характеризується молодіжною модою, схильністю до колективної співтворчості, прагненням до самореалізації, специфічним спілкуванням молодих людей (сленгом), емоційною виразністю та соціальною рухливістю.

Молодіжна культура є субкультурою однією з соціально-демографічних груп, а саме молоді, котра за допомогою соціалізації повинна отримати від суспільства ціннісні орієнтації, які матимуть позитивний характер і слугуватимуть особистості протягом всього життя. Тому розуміння категорії «субкультура» має принципіально-важливе значення для цього дослідження. Отже субкультура – це колективна соціальна група з індивідуально-суб'єктивним виміром світосприйняття, індивідуальними

засобами самовираження та самореалізації, що виникає як ідейна опозиція трюїзму та тривіальності масової культури, офіційним культурним цінностям та штампам, суспільно-авторитарним, релігійним або військово-політичним доктринам та ідеологіям.

У сучасному суспільстві за допомогою технологічної революції та розвитку масової молодіжної культури відбувається субкультуризаційна трансформація, що призводить до переоцінки категорії «контркультура» з негативної до нейтрально-негативної, або нейтральної. Отже, контркультура – спосіб ставлення до соціокультурної реальності в діаметрально-протилежному відношенні до суспільних норм, правил, етикетів та традицій. Вказаний феномен має маргінальну природу та розповсюджується в замкнених соціальних групах, може характеризуватися брутальними ознаками (кримінальне середовище), або нонконформістським відношенням до соціокультурних цінностей та масової культури як такої.

Трансформація субкультурного буття призвела до виникнення якісно нових молодіжних постсубкультурних організацій, що відтворюються на основі масової культури. Тому, на думку дисертанта, постсубкультура – це масове соціальне явище, яке позбавлено онтологічного сенсу щодо опозиційного відношення до офіційних суспільно-політичних або соціокультурних інституцій. Відповідає сутнісному змісту масової культури та є її символічним носієм та креативним продуктом, що формується на основі економічної або інформаційної доцільності.

Сказане вище можна звести до певних висновків:

- соціальним субстратом субкультурних організацій є молодіжна аудиторія, котра інкорпорована в аксіологічний простір масової культури та являє собою гнучку соціальну матерію, яка знаходиться в стані само пошуку та самореалізації;

- класичні субкультури на зорі свого генезису створювалися як спільноти нонконформістських маргіналів, що відкидають панівні ідеологічні

та релігійні засади, їм було притаманне зречення від традиційної пуританської моралі та тоталітарних ідеологій двох політичних таборів, котрі вороже ставились один до одного;

– субкультури володіють вагомим онтологічним змістом, мають духовних провідників та володіють дієвим трансформаційним потенціалом, котрий видозмінює суму світоглядних установок індивіда. Це пояснюється тим, що людина, яка залучається до субкультурного буття, опиняється в ціннісно-утворюючому просторі зазначеної спільноти та потрапляє під його творчий, колективний та ідейний вплив;

– причинами формування молодіжних субкультур є: перехід суспільства в постіндустріальну стадію розвитку й супутні цьому процесу системні кризові явища сучасності, конфлікт поколінь та молодіжне відчуження від світу дорослих, збільшення періоду соціалізації молоді, бажання певної маси людей зректися власної індивідуальності тощо;

– знаходження особистості в субкультурі дозволяє, приховуючи індивідуальну інертність, користуватися колективними благами субкультурної співтворчості, що актуалізує екзистенціальну проблему збереження індивідуальної самодостатності;

– у процесі сучасного соціокультурного розвитку субкультурні організації трансформуються в напрямку масової та популярної культури та втрачають свій екзистенціальний сенс інакшості, що сприяє формуванню багатомільйонної аудиторії послідовників ідеї «бути не такими, як усі»;

– сучасні субкультури відповідають визначаючому статусу «постсубкультурних організацій», формуючи єдине культурно-комерційне поле масової споживчої культури;

– сучасній рок-культурі, котра породжує численну кількість субкультур, притаманна спрямованість на яскраву і агресивну атрибутивність, виразність та антиестетичний виклик; акцент робиться не на політичному або соціальному протесті, а на психоделічній домінанті, що

вказує на трансформаційні зрушення в формі самовираження зазначеної культури;

– відбувається онтологічний демонтаж сутнісного змісту молодіжної субкультури, зберігається лише зовнішня форма субкультурної стилістики, формується багатомільйонна аудиторія панків, металістів, готів, емо та інших спільнот, котрі масово задіяні в комунікативний процес взаємного обміну інформацією в тому числі і за допомогою Інтернет-джерел. Непомітно для самих себе субкультури трансформувались в кон'юнктурні об'єднання, які розвиваються за принципом маскультурного самовідтворення та функціонування. Саме це являє собою трансформаційний аспект молодіжних субкультурних організацій.

Висновки до другого розділу

Досліджено та узагальнено на базі об'ємного соціально-філософського матеріалу, що трансформації молодіжної свідомості, яка контекстуально переплітається з теоретичними вишукуваннями в області «постіндустріального», «техногенного», «урбаністичного» суспільства, приділяла увагу численна кількість науковців. В теоретичних положеннях вчених критикується калейдоскопічне мислення масової людини, розглядаються проблеми суспільної трансформації, розкривається генеза і саморозвиток внутрішньої архітектури віртуального простору та його вплив на трансформацію свідомості молоді, визначається статусний стан сучасного суспільства, його онтологічний зміст, модулюються футурологічні сценарії майбуття цивілізації в хронотопній перспективі з урахуванням кризових явищ сучасності і з лейтмотивом необхідності побудови ресурсно-орієнтованої економіки та розумінням потреби трансформації сьогоденної світоглядної парадигми. Також, в підрозділі аналізується та узагальнюється теоретична спадщина, котра стосується проблем: молодіжних соціальних

субкультур, збереження власної індивідуальності в контексті трансформаційних впливів сучасного інформаційного суспільства, формування неоміфологічного простору та міфологізації молодіжної свідомості, трансформаційного впливу масової молодіжної культури на процес утвердження синкретичного світовідчуття молоді тощо.

Виявлено, що однією із значущих трансформаційних домінант сучасної масової молодіжної культури є її спрямованість на міфологізацію молодіжного мислення. Синкретичне світовідчуття, як спосіб світопізнання і соціального функціонування, не припинило своє існування протягом всієї людської історії. Сучасний міф не тотожний міфу архаїчного періоду, але володіє істотними ознаками його існування. Міф масової молодіжної культури виводить за поточні темпоральні рамки, повертаючи в початковий час, переносячи у час майбутній або у час, який ніколи не існував (фентезійна онтологія). У цьому виявляється регулятивна функція міфу масової молодіжної культури, що трансформує свідомість та надає комфортний простір ілюзорного середовища, всупереч деструктивній реальності. Міф володіє адаптаційною, регулятивною, аксіологічною, інтегративною та іншими функціями, що іманентні сутнісному змісту сучасної масової молодіжної культури, яка трансформує молодіжний світогляд.

Інформаційний ресурс маскультурного поля, що міфологізує світосприйняття, володіє значним потенціалом і проявляє себе в сучасному кіномистецтві, друкованих виданнях, комп'ютерних іграх і у віртуальному просторі як такому, молодіжних субкультурних практиках. Міф володіє як творчим, так і руйнівним потенціалом в соціальному контексті. Міфологічне світорозуміння є комфортною формою світосприйняття, якщо її порівнювати, наприклад, з науковою формою мислення, котра приваблює молодь та трансформує її ставлення до соціальних зобов'язань. Міфологічний досвід сприйняття реальності близький до релігійного, він наділяє молодь

трансцендентальними переживаннями та надає можливість проникнення в потойбічну сакральну-містичну природу людської духовності, але він також здатний формувати екстремістські настрої, що може сприяти трансформації молодіжної свідомості в напрямок радикалізації світовідчуття.

Інтелектуальна диференціація в молодіжному середовищі демонструє маргінальний прошарок езотерично спрямованої субкультури, яка цікавиться творами відомих містиків та окультних філософів, міфологічна трансформація в зазначеній групі є усвідомлений вибір, продиктований ескапістським ухиленням та прагненням до збагачення внутрішнього духовного досвіду. На прикладах творів В. Пелевіна можна побачити трансформаційний потенціал абсурдистської літератури, що користується масовим попитом в молодіжному середовищі. Світ сучасних технологій стає ідеальною основою для розвитку та поширення простору нової архаїки.

Розкрито, що сучасні субкультурні організації все виразніше демонструють себе як органічні конструкти молодіжного маскультурного простору, детерміновані його ідейним змістом, котрий формується під впливом економічної кон'юнктури. Спочатку вказані спільноти формувалися як нонконформістські і контрполітичні об'єднання, в суті своїй спрямовані на опозиційне ставлення до офіційних державних ідеологій, цінностей пуританської моралі та популярних сенсів тривіального характеру. Доведено, що в міру розвитку масової молодіжної культури та її комерційного змісту, молодіжні субкультури вбираються в простір маскульту, зливаючись з його загальною аксіологією. Знаходження індивіда в сучасній субкультурі демонструє феномен так званої «соціальної лінощі», коли суб'єкт, користуючись благами колективного існування, проявляє соціальну інертність і «знеособлення». Соціальні мережі наочно демонструють масовізацію, комерціалізацію і кон'юнктурність сучасного молодіжного субкультурного буття.

Основні положення другого розділу відображенні в наступних авторських публікаціях:

1. Кучерук О. А. Мифологизация молодежного сознания в контексте деятельности деструктивных религиозно-мистических организаций / О. А. Кучерук // Гілея. Науковий вісник. – №1 (80). – 2014. – с. 77-81.

2. Кучерук О. А. Социокультурный аспект молодежных субкультурных течений / О. А. Кучерук // Перспективи. Соціально-політичний журнал. – № 2 (60). – 2014. –с. 44-50.

3. Кучерук О. А. Фактор массовой культуры в мифологизации молодежного сознания / О. А. Кучерук // Історіосфера. Матеріали Восьмої наукової конференції викладачів, студентів, магістрів, аспірантів та молодих учених історико-філософського факультету Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. – Одеса : ПНПУ, 2013. – с. 10-17.

4. Кучерук О. А. Необходимость философской трансформации молодежной мировоззренческой парадигмы / О. А. Кучерук // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції викладачів, студентів, аспірантів та молодих учених Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. – Одеса: ПНПУ, 2015. – с. 16-19.

Розділ 3

ВПЛИВ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ МОЛОДІЖНОЇ СВІДОМОСТІ

3. 1. Концепти масової культури в трансформації молодіжної свідомості.

Масова молодіжна культура сучасності генерує концепти-феномени, що відповідають її внутрішньому змісту й аксіологічному базису. Дані концепти демонструють себе за допомогою інформаційних потоків масової культури, трансформуючись і видозмінюючись, а також надаючи трансформаційний вплив на масову молодіжну свідомість. Концепти-значення масової культури виявляють трансформаційну домінантність завдяки репродукційній системі масової інформатизації соціуму, проникаючи в духовно-ментальне поле молодої людини і конструюючи світоглядну модель сприйняття дійсності.

На думку дисертанта найбільш значні концепти масової молодіжної культури, такі як: концепти моди, глянцю, гламуру, ідеалізації образу супергероя, концепти тілесності, сексуальності, популярності та концепт асоціальності відображають сутнісний статус масової культури і напрямок її розвитку. Окреслені концепти в змозі надавати трансформаційний вплив, як на індивідуальність, так і на соціально-групові молодіжні спільноти.

Семантичні коди деяких концептів масової культури відштовхуються від більш ранніх попередніх соціокультурних форм-значень, характерних певним історичним епохам. Так образ сучасного супергероя конструюється за прикладом архаїчної аналогії часів давньогрецької Еллади. Концепти еротичності і культу людської тілесності так само сягають корінням до давньоримських свят і сексуальних оргій. Концепти містицизму, магізму, ідеалізації надприродного виникають на підставі художньої інтерпретації середньовічного романтизму епохи іспанської інквізиції, а також

світовідчуття періоду Просвітництва, яке ознаменувалося практиками окультних містерій, спіритуалістичних сеансів, виникненням різних теософських товариств і масонських організацій.

Універсальним носієм масової інформації, що передував домінуванню кіноіндустрії та надавав вплив на розвиток, як американської, європейської так і вітчизняної молодіжної масової культури, є комікс. Фактично концепт образу супергероя виникає як внутрішня субкультура глянцевого періодичних видань і розвивається пропорційно популяризації коміксів, як спрощених інформаційних носіїв, що не обтяжують споживачів необхідністю індивідуальної фантазії, а надають в стислих і барвистих формах можливість захоплюючого дозвілля. «Вельми характерне те локально-виразне середовище, в якому спочатку з'явилась надлюдина масової культури. Ним стали комікси. Важливо підкреслити, що до масового поширення екранних аудіовізуальних засобів комунікації саме комікси були простором створення та культивування надлюдських образів, що генеруються масовою культурою» [17, с. 37].

На сьогоднішній день комікси продовжують відігравати важливу роль масової інформатизації молоді, успішно конкуруючи з кінопродукцією і мережевими ресурсами Інтернет. Супергерой є апологетом існуючих конформістських порядків, він захищає і відстоює те суспільство, яке його породило. В образі батьків супергероя або його опікунів проглядається консервативно-традиціоналістичне ставлення до світу, неприйняття революційно-утопічних концепцій, пропонованих, як правило, антиподами супергероїв. Дослідник концептів «супергероя» та «надлюдини» Д. А. Беляєв каже про те, що фактично Супермен є тією ж масовою людиною, тільки володіє надздібностями, які дозволяють йому підтримувати і захищати цю культуру. Аксіологічно супергерой виявляється тотожним «звичайній» людині, відрізняючись від неї тільки зовнішніми фізичними здібностями і ступенем вольового зусилля, що дозволяє діяльно відстоювати свої цілі [17,

с. 37 - 38]. Таким чином, молодіжна масова культура структурує власне захисне контрперетворююче поле, що виключає можливість формування критичної маси нонконформістської свідомості. У зазначеному прикладі проявляється трансформаційна складова феномена масової культури, її спрямованість на вироблення підсвідомого прийняття суб'єктом культурних імпульсів, що структурують соціокультурну матрицю.

Трансформаційним потенціалом масової молодіжної свідомості володіє концепт друкованого видання глянцю, який символічно об'єднує в собі всі атрибути масової культури. Глянцеві видання породжують стійке усвідомлення того, що турбуються про власного читача, потураючи егоїзму індивіда і виключно концентруючись на інформації про красу, здоров'я, стилістиці одягу і т.д. В умовах глобальної системної кризи вони декларують життєорієнтовані установки, що пропонують безальтернативний підхід у вирішенні різноманітних меркантильних і побутових проблем. При цьому реалізується рекламна стратегія провідних брендів і трендів, які беруть участь в безпосередньому фінансуванні найбільш популярних видань і розробляють бізнес-концепцію глянцевого журналу.

Елітарний стиль життя, що спокушає своєю розкішшю і суспільним визнанням, відтворюється в друкованих глянцевого виданнях, формуючи ілюзорне поле соціокультурних симулякрів, що трансформують молодіжне уявлення про традиційні ідеали гуманізму і соціальної моралі. «Поширюючи ідею споживання, такий журнал, в свою чергу, є бажаним предметом консюмерізму. «Глянець» транслює певні ціннісні установки, основу яких складає примат матеріального благополуччя. Його сторінки відкривають яскраве безтурботне життя, роблять, хоча б віртуально, доступними матеріальні символи достатку, долучають до товариства успішних людей. Феномен глянцевого журналу цікавий тим, що, будучи задуманим як культурний провідник елітарного стилю життя, з плином часу, з громадськими та економічними трансформаціями «глянець» все більше

набуває рис споживчого гіда, зберігаючи, тим не менш, характер соціально значущого проекту. У прагненні залучити більше споживачів глянець розширює своє інформаційне поле, стаючи більш «глибоким» і змістовним» [61, с.3 - 4]. Слід висловити думку про те, що глянцеві видання рекламують, популяризують і стверджують буття масової культури. Їх цілями є, реклама поточних брендів, спотворення соціальної реальності і піднесення гламурно-богемного погляду на світ.

Важливими модусами гляневих видань є еротизм і речизм, тобто спрямованість на гедоністичну меркантильно-споживацьку аудиторію, переважну масу якої становить молодь. Глянцеві видання підносять суб'єктивне уявлення про життєві пріоритети молоді, формуючи аксіологічний базис і роблячи ставки на ідеї особистого збагачення та успішності.

Необхідно вказати на конфронтальність глянцевої ідеології з філософсько-педагогічною концепцією домінування колективного над особистим, що проявляє себе на пострадянському просторі в проблематиці конфлікту поколінь. «Основне завдання гляневих журналів – впливати на споживача через рекламований споживчий бренд, тобто пропаганда, завдяки якій видавничі будинки та торговельні компанії, що розміщують рекламу, отримують надприбуток. Є у глянцю і негативні сторони: формування хибних уявлень про дійсність і завищених очікувань «іншого» життя, прикрашання реальності. Найбільш негативно це позначається серед молоді в умовах обмежених матеріальних можливостей. Гламур, як такий, і глянцеві журнали, як провідники гламуру, нерідко спростовують справжні етичні й естетичні цінності суспільства. Глянець переважно пропагує товари статусні і націлений на певне коло читачів. Такими читачами є молодь, яка диференційована за кількома ознаками (гендеру, віком, освітою, соціальним статусом), що визначають її споживчу поведінку, яка носить суперечливий характер» [61, с. 13]. Таким чином, глянцеві видання стверджують

стилістичний спосіб життя, що формується професійними творцями маскультурного простору. Індустрія глянцевих видань орієнтується на молодіжну соціальну групу, як на флюктуюче співтовариство споживачів глянцевої інформації, що схильне до трансформаційно-мінливого існування.

Концепт глянцю, як семіотичний знак масової культури, тісно переплітається з концептом гламуру. Слід зазначити, що вказані значення паритетно корелюють і актуалізують один одного. Як і глянцевий концепт, концепт гламуру відштовхується від масмедійних ретрансляторів, які формують поведінкову модель молоді. Бути гламурним значить сповідувати справжній культ людської тілесності і постійно стежити за кон'юнктурними трендовими інновведеннями, що популяризуються глянцевиими виданнями. Гламурна людина є модною і популярною, а, отже, успішною і багатою. Концепт гламуру вбирає в себе всі світоглядні установки масової молодіжної культури, будучи її крайньою формою самовияву.

Варто зауважити, що тенденції останніх десятиліть демонструють трансформаційне зрушення гламурної ідеології в бік популяризації нетрадиційних сексуальних відносин. Дослідження зазначеного концепту особливо актуально в контексті демографічних проблем на територіях пострадянського простору. Гламурний стиль життя, що популяризується офіційною молодіжною масовою культурою, містить у собі всі ознаки трансформаційних впливів на масову свідомість молоді. «Під впливом установок гламуру в сучасному суспільстві складається новий соціокультурний тип, який можна позначити як «людина гламурна», або *celebrity*. Його особливостями є навченість практикам гламуру за допомогою інструкцій, існуючих у друкованому або електронному вигляді, репрезентація гламуру в сфері дозвілля, а також медіа-активність, яка підміняє собою класичну «ділову активність».

Особливу важливість для «людини гламурної» має сфера зовнішньої репрезентації, яка реалізується через практики догляду за тілом, підбір

персонального гардероба та аксесуарів до нього. У всіх цих сферах «людина гламурна» прагне стати «лідером споживання», тобто в числі перших «відкрити» новий бренд. Для неї характерний демонстративний тип споживання, вона являє собою тип «професійного покупця», що обізнаний про всі особливості придбаного продукту і не соромиться вдатися до допомоги експерта (байера) при здійсненні покупки» [151, с.13 - 14].

Онтологія гламурної аудиторії демонструє споживчі пріоритети над іншими соціальними благами. Шопінг (купівля товарів) є безпосереднім атрибутом гламурного буття. Відповідно прогресивні маркетингові анонси актуалізують перегляд «гламурною людиною» своїх стилістичних орієнтацій і придбання авангардної продукції. Гламурний спосіб життя рекламується періодикою, аудіовізуальними масмедійними носіями, Інтернет-ресурсами і спрямований на вироблення у індивіда колективного інстинкту слідування модерним іміджевим новаціям, що трансформують ментальність і духовний світ молодіжної соціальної групи.

Гламур масової молодіжної культури володіє статусним концептом розкриття іміджевої неординарності за допомогою модного одягу, зачіски, макіяжу. Численні популярні кінострічки і серіали, як західного, так і вітчизняного виробництва, створюють художні образи сільських дівчат, дуже старанних студентів «ботанів», невдах «лузерів» і т.д., які в силу певних життєвих обставин змінили свій стилістичний імідж і цим актом були вкинуті в світ дружнього визнання, любовної взаємності і приголомшливого життєвого успіху.

Слід сказати, що подібні маскультурні установки видозмінюють поведінкову мотивацію молоді з пошуку справжньої індивідуальності і духовного самовдосконалення у бік поверхового ставлення до власної екзистенції і неповторності. Гламурний концепт управляє молодіжною поведінкою, акцентуючи увагу на споживанні модної, широко рекламованої продукції та сприяючи злиттю молодіжних спільнот в гламурні об'єднання

(тусовки), їх спільним дозвіллям і подорожам. Мода є життєвим орієнтиром, що вказує мету, перетворюючи індивіда в підконтрольну соціальну одиницю. «Людина гламурна» відкрито демонструє свої споживчі переваги і не соромиться їх змінювати. Ситуативність споживання в гламурі породжує кілька наслідків. Для споживача процес тотального споживання обертається крахом вільної особистості. Моду і «престижні» торгові марки, затребувані в певний проміжок часу (сезон, рік і т.п.) визначає не він сам, а вже згадувані ЗМІ та експерти. У результаті сучасна «людина гламурна» втрачає свою ідентичність і змушена підкорятися правилам тієї нової реальності, яка сконструйована технічними і символічними засобами в оточуючому його світі» [151, с. 14].

Французький філософ і письменник Ж. Батай у своєму творі «Внутрішній досвід» розглядає власну індивідуальність як опозиційну недостовірність існуючим порядкам речей, всьому об'єктивного світу, що знаходиться поза межами його незамінного буття. У поетико-філософській манері він каже, що «ця нескінченна недостовірність, з якої я виходжу на світло, простягається наді мною ніби порожнеча; поверх цієї порожнечі моя присутність подібна випробуванню якоїсь немічної влади, як начебто ця порожнеча вимагала виклику, який я кидаю їй від мого «я», тобто від нескінченної, болісної недостовірності якогось незамінного буття, яким я є.

У запустінні, в якому я гублюся, емпіричне пізнання моєї подібності з іншими не має ніякого сенсу, бо тримається на тому, чому не може бути ніякої заміни; почуття основоположної недостовірності визначає моє місце в цьому світі, де я перебуваю, будучи йому стороннім, абсолютно стороннім» [11, с. 131]. Описане наводить на міркування про те, що не існує двох однакових людей. Кожна людина є власним космосом для самого себе і володіє потенціалом можливостей здатним змінити світ. Необхідно згадати, що пасіонарна індивідуальність була вирішальною силою історичного процесу, змінюючи соціально-політичні формації і здійснюючи революції.

Філософи-постмодерністи Ж. Дельоз і Ф. Гватарі у своєму відомому творі «Анти – Едіп. Капіталізм і шизофренія» порівнюють людей з продукуючими і бажаючими машинами, що живуть за заданим алгоритмом бінарних правил. Сучасне соціальне буття, на їхню думку, являє собою гігантську лінійно-зістиковану машину, в якій все є продовженням всього, забороняючи індивідуальне начало. «Бажаючі машини з бінарним правилом або асоціативним режимом; одна машина завжди з'єднана з іншою. Продуктивний синтез виробництва виробництва має коннективну форму: «і», «і ще» ... Справа в тому, що завжди є машина, яка виробляє потік, і інша, приєднана до неї, що виробляє зріз, вибірку з потоку (груди – рот). А оскільки перша машина, в свою чергу, підключена до іншої, по відношенню до якої вона діє як зріз або вибірка, бінарна серія виявляється лінійною у всіх напрямках» [52, с. 18]. Зазначені приклади наводять на думку про те, що проблема збереження індивідуальності в контексті пануючої масової культури володіє високим актуальним статусом і продовжує хвилювати розуми представників постіндустріальної філософії культури. Слід резюмувати, що концепти глянцю і гламуру є невидимими важелями трансформаційних технологій масової молодіжної культури і відповідають уніфікативно-стандартизованій моделі світосприйняття.

Вищевказані концепти з'єднані і взаємообумовлені з концептом мода. Бути модною людиною означає бути максимально соціалізованою особистістю, слідувати всім поточним соціокультурним змінам і статусно відповідати положенню модної людини. Дана прихильність зобов'язує індивіда бути матеріально процвітаючим, щоб дозволити собі належне ставлення до всіх перетворень і новацій мінливого модного маскультурного простору. Модна людина піддається зовнішньому рекламному впливу з боку великого бізнесу, який зацікавлений в постійному емоційно-інтелектуальному включенні індивіда в процеси трендових оновлень. Слід сказати, що модний культурний артефакт демонструє свою значимість не за

рахунок практичності і функціональної ефективності, а пропорційністю витрачених енергоресурсів на рекламу і просування продукту.

Сутнісним проявом моди є прагнення до постійної видозміни та модернізації і пов'язаний даний процес з глобально-ліберативним розвитком економіки на основі вільної конкуренції. Концепт моди володіє трансформаційно-маніпулятивним потенціалом, так як спрямований на формування кон'юктурно-лабільних стереотипних уявлень і реакцій. «Так як мода вимагає витрат, модній людині доводиться заробляти і багато витратити, щоб підтримувати обраний нею образ (заробляти, мати фінансові можливості, *have money and spend money, earn much*); в кожному разі, перепробувавши безліч варіантів, пропонованих модою, можна зупинити свій вибір на вподобаному образі або продовжувати експериментувати і пробувати щось нове, т. я. ресурси моди невичерпні, і вона завжди готова запропонувати своїм послідовникам щось незвичайне, оригінальне і цікаве. Щоб бути модним, потрібно вести активний спосіб життя, цікавитися змінами, що відбуваються у всіх областях сучасного життя, приділяти багато уваги зовнішності, формувати власний стиль і створювати образ з безлічі варіацій, що пропонуються модою» [196, с. 15 - 16].

Молодь, що знаходиться на біологічно зумовленій стадії активного сексуального розвитку, найбільш схильна до трансформаційного впливу моди, яка акцентує увагу на чуттєво-еротичній складовій людського єства. Модний одяг та індивідуальний іміджевий стиль дозволяють перетворити зовнішність, виглядати ефективніше, підкреслити фізіологічні переваги і завуалювати їх відсутність. Одним словом, мода в молодіжному середовищі відіграє додаткову візуально-інтегративну функцію, сприяючи зняттю психологічних перешкод всередині модних молодіжних спільнот, а також сприяючи процесу диференціації всередині даної соціальної групи, обумовленій різним ступенем матеріальних доходів у родинах. Концепт моди детермінований гедоністичним фактором людської тілесності і дана

каузальність володіє історичною традиційною спадкоємністю. «Перетворення всередині модних стандартів протягом всієї історії моди знаходилися в прямій залежності від сексуальної культури суспільства, нерозривно пов'язаної з його загальною культурою. Одяг завжди був пов'язаний з еротикою, в його функції входило або підсилювати еротичний вплив, або, рідше, послаблювати його. Мода, насамперед, повинна посилювати впевненість людини у собі; вона покликана підкреслювати її достоїнства і приховувати недоліки. Зі змінами, що відбуваються в сексуальній культурі суспільства, змінюється уявлення про моду в цілому і модний одяг зокрема. Як будь-який товар, який виступає на певному сегменті ринку, сексуальні об'єкти можуть мати статус модних, потрапляючи в структурну взаємодію з усією схемою функціонування моди як елемента культури» [1, с. 15]. Також необхідно додати, що концепт «мода», тісно взаємопов'язаний з концептом реклами, що є чинником, який рухає функціонування масової споживчої культури.

Необхідно підкреслити, що в умовах сучасної економічної кризи, реклама, а не якість продукту, є ключовим засобом брендових просувань. Пов'язане це з необхідністю великих товарних надходжень на ринок споживання та збільшення фінансових оборотів. В умовах ресурсної обмеженості Землі практика впровадження технологій запланованого старіння, апріорний статус слабкої практичності і недовговічності культурних артефактів сприяють бездумному перемелюванню геологічно обумовлених резервів Планети. Вказана проблематика вже довгий період часу цікавить всесвітньо відомого структурного інженера Жака Фреско, автора концептуальної програми «Проект Венера» і розробника моделі ресурсоорієнтованої економіки.

По суті, ми живемо в епоху брендových протистоянь та взаємних анігіляцій. Позначена ідея художньо інтерпретована у відомому і гучному фантастичному трилері «Москва 2017» (реж. Джеймі Бредшоу, Олександр

Дулерайн 2012 р.). Сюжет зазначеної картини замішаний на талановитому маркетологу Михайлі Галкіні, який пережив в дитинстві удар блискавкою, що вплинув на його інтелектуальні здібності. Ставши успішним московським PR-менеджером, Михайло в силу непередбачених обставин змушений був покинути столицю і переїхати в невелике село. Там йому вдається здійснити певний магічний обряд, який відкрив герою «другий зір» і дозволив бачити сакральний енергоінформаційний зміст брендового егрегора. Повернувшись до Москви, Михайло Галкін з головою занурюється в рекламне життя. Набуті здібності дозволяють йому ефектно і безперешкодно «вирощувати» брендових монстрів, які у вигляді присосок примикають до людського єства, взаємодіючи з його керованими бажаннями. Закінчується картина тим, що Михайло звільняє людей від психоемоційної залежності від придбання товарів і розтрощує панування рекламно-маркетингових структур. Описаний художньо-фантастичний сюжет має високий ступінь реальної актуальності і в його контексті слід сказати, що основне завдання, на якому сконцентровані сучасні маркетологи – це формування стійкого ілюзорно-міфічного уявлення про необхідність споживання певних видів товарів або послуг.

Утворююча сенс ідеологія, що заснована на нескінченній необхідності придбання нових товарів, зводиться в ранг абсолютної істини шляхом ретранслюючих технологій маніпулювання людською свідомістю. Описані приклади трансформують і видозмінюють суму соціокультурних пріоритетів масової молодіжної аудиторії. Як справедливо зазначає Є. А. Аброзе, «сьогоденний етап розвитку індустрії моди визначається як епоха маркетингу. Ринок рясніє великою кількістю торгівельних марок, а модельєри створюють речі, що мало відрізняються один від одного споживчими якостями. У подібних умовах клієнт платить не за товар, а за своє уявлення про нього. Одним із головних завдань креативних директорів модних будинків, стилістів-консультантів журналів мод, співробітників рекламних і модельних агентств стає мистецтво створювати імідж не лише

фірми, але і конкретної колекції. Таким чином, на перше місце виходять принципи менеджменту в окремо взятому елементі структури бізнесу моди. Реклама і PR, як складові менеджменту, набувають особливого значення на сучасному етапі розвитку індустрії моди» [1, с. 17]. Необхідно підкреслити, що мода для сучасної молоді являє собою ціннісний путівник, що формує аксіологічний базис і манеру поведінкових реакцій. Так само слід сказати, що на пострадянському просторі модні концепти є альтернативними інформаційними наповнювачами, що заповнюють духовний вакуум зруйнованого соціалістичного світосприйняття.

Одним із значущих трансформаційних концептів масової молодіжної культури є феномен популярності. Відомим і популярним може бути як людина, так і певний культурний продукт. У досягненні масової популярності використовуються засоби реклами та антиреклами, відповідно негативно-популярні суб'єкти або культурні артефакти, також, як і позитивно-популярні культурні об'єкти, володіють трансформаційно-перетворюючим потенціалом, що революційно впливає на масову молодіжну свідомість.

Слід зазначити, що в ще минулому столітті для того, щоб стати популярним, необхідно було володіти неабиякою акторською або музично-композиторською харизмою, внести певну лепту в масове мистецтво, домогтися визнання критиків і виходу в радіоефір або телевізійний масмедійний простір. Сучасні ж технологічні інновації, соціальні мережі або сервера YouTube надають унікальні можливості масової самореклами і самопопуляризації. Індивід може стати несподівано популярним навіть крім власної волі або бажання, концепт популярності не перестає при цьому володіти культуротворчим і трансформаційним зарядом. «Популярні об'єкти, виступаючи в якості суб'єктів діяльності, володіють утворюючим культуру потенціалом в одних випадках творчим, в інших – руйнівним, трансформуючи і видозмінюючи навколишню реальність. Зважаючи на

посилену афектацію відносин спільності до популярної особистості, остання набуває здатності специфічного впливу на спільність (спонукання до дії, активного прояву думки, вираженню позиції і т.п.). Розігруються різноманітні сценарії їх взаємодії, що розташовуються в межах захопленого вираження любові, обожнювання і прояву невдоволення, презирства і відвертої ненависті. Така особливість феномена популярності активно використовується соціальними інститутами і системами суспільства для реалізації безлічі суспільних проектів (політичні вибори, продаж товарів і послуг, формування потреб та ін.)» [72, с. 3 - 4].

Концепт популярності в масовій молодіжній культурі володіє певними характеристиками, що дозволяють розглядати дане явище під різними кутами зору, фіксуючи його сутнісний статус. Популярні об'єкти можуть поліваріативно і багатоаспектно впливати на диференційовані прошарки молодіжної соціальної групи, відштовхуватися від вікових критеріїв, територіально-географічних домінант, субкультурних прихильностей, соціоментальних і релігійних факторів і т.д. Популярні культурні артефакти володіють різною тимчасовою протяжністю соціокультурної значимості і трансформаційного впливу, а також можуть демонструвати динамічні зрушення в бік більшої популяризації або затихання популярності, зміни позитивного ставлення до себе на негативне і навпаки, залежно від зміни соціокультурної чи політичної кон'юнктури.

Ступінь популярної актуальності об'єкта залежить від рівня рекламно-інформаційної підтримки та дозволяє розробляти комерційну стратегію впровадження та просування модерних культурних артефактів. Слід сказати, що концепт популярності демонструє себе як рухливий і безформний соціокультурний предмет, що володіє перетворюючим потенціалом. Набуття форми популярності і її аудиторної прихильності залежить від культуротворчої діяльності професійних модераторів даного концепту. Виняток становлять об'єкти, що стихійно виникають і самовідтворюються.

«Параметри «популярного» утворюють конструкти, що визначають в сукупності предметне поле концепту: структурації поширеності, тобто межі поширеності того чи іншого об'єкта, визначені кордонами тієї спільності, для якої об'єкт популярний; тимчасова проміжність, від довго триваючого популярного до одномоментного; семантичні аспекти доступності, співзвуччя різних конфігурацій об'єкта і сформованих уявлень про нього, що закріпилися; типологічність популярності, що визначається як поширеність знання про об'єкт; механізми афектації, тобто позитивне і негативне емоційне переживання відношення до популярного об'єкту; межі прийнятності, що позначаються здатністю суб'єкта популярності прийняти об'єкт повністю позитивним або повністю негативним (образ Бога і образ диявола); ступінь інтересу, який демонструє актуалізованість, важливість, значимість конфігурацій популярного об'єкта. Дані конструкти демонструють динамічність і варіативність явища популярності» [72, с. 16 - 17]. Необхідно резюмувати, що зазначені особливості і конструкти демонструють предметну багатоаспектність концепту популярності, його багатофакторний трансформаційний потенціал.

Задля справедливості потрібно сказати, що сучасним дослідникам поля масової молодіжної культури випадає нелегке завдання абстрагування від суб'єктивної прихильності до того чи іншого прояву даного феномена, щоб максимально ефективно та неупереджено проаналізувати концепти описуваної проблематики і виявити їх трансформаційно-перетворюючі характеристики.

Так, один з домінантних компонентів масової культури, її антропоцентристський тілесно-сексуальний концепт, так чи інакше буде переплітатися з лібідними і світоглядними установками суб'єкта пізнання і впливати на логіку його міркувань. Таким чином, дослідник, описуючи тілесний концепт масової культури, набуває істотний емпіричний матеріал у

вигляді власної фізіології та індивідуальних уявлень про предмет, що аналізується.

Концепт тілесності в контексті масової молодіжної культури дозволяє розкрити його стратегічну спрямованість на трансформаційну видозміну в сприйнятті власного «Я». Модний одяг, спортивні огляди, дієтологічні телепередачі, масові шоу-програми і кастинги зосереджені на тілесному реконструюванні індивіда, у відповідності до задекларованих штампів людської краси. Репродукційна машина масової молодіжної культури управляє соціально-колективними інстинктами, виробляючи очікувану реакцію, що еквівалентно перетворюється в додаткову вартість.

У вираженні ставлення до людської тілесності сучасне суспільство нагадує суспільство античне, з високим рівнем розвитку скульптурної майстерності, акцентованого на красі і сексуальності людини. Однак, сучасні масмедійні технології дозволяють отримати не тільки стаціонарно-інваріантне зображення предмета, а й урізноманітнити візуальне відображення і інтерпретування сексуально-тілесного антропоцентризму масової молодіжної культури.

Сучасна культура демонструє зняття заборонених табу на області сексуальної тематики. На зміну парадигмі цнотливості і традиційних сімейних відносин прийшла ідеологія сексуальної всеїдності і вседозволеності і пов'язаний цей процес із економіко-споживчою детермінантою масової та масової молодіжної культури, з її спрямованістю на отримання дивідендів від сексуальної революції, що відбулась. «Через тілесність висловлюється один з аспектів сучасної масової культури, а саме – візуальність, яка частково «зближує» сучасну масову культуру з культурою античною. Світоглядний тілоцентризм сучасної людини, адепта масової культури, поступово ставить знак рівності між рефлексією і враженням. У просторі масової культури існують процеси відтворення і перетворення індивідуальності за допомогою тілесності. При величезних практичних і

інформаційних можливостях сучасної людини тілесна чуттєвість несе в собі, на відміну від чуттєвості людини античного, не матеріал для духовного перетворення, а скоріш «консьюмеристський» зміст. Тому масова культура несе в собі споживання без кордонів, у ній немає місця відмові бажанням, подібно юнацькому тілесному стану з його агресивними і сексуальними прагненнями до насолоди, бажанням наочно і очевидно для всіх актуалізувати своє Я». [87, с.15].

Розмірковуючи про концепт тілесності масової молодіжної культури, не можна обійти стороною проблему розповсюдження еротичної та порнографічної інформаційної продукції в мережі Інтернет. Дана проблема починає проявляти свою значимість саме в останні десятиліття, негативно трансформаційно впливаючи на уявлення молоді про культуру традиційних сімейних відносин.

Завдяки масовості та доступності мобільних пристроїв Інтернет, представники, зазвичай, підліткової соціальної групи, мають можливість постійного зіткнення з аморальними віртуальними ресурсами, під впливом яких формується стереотипне уявлення про допустимість ранніх сексуальних відносин, абортів, надання сексуальних послуг за грошову винагороду і т.п. Небажання опинитися в списках «маминих дівчаток» мотивує неповнолітніх представниць жіночої статі вступати в ранні сексуальні відносини, що вкрай негативно відбивається згодом на фізіологічному і психологічному стані молодих людей.

Концепт сексуальної тілесності постійно самоактуалізує себе, інтегруючись у різні аудіовізуальні, інтер'єрно-дизайнерські, віртуально-інформаційні форми масової культури. Стереотипні установки естетизації сексуальної розкнутості закладаються сенсоутворюючими конструктивними артефактами масової молодіжної культури, які проявляють свій трансформаційний вплив завдяки лібералізації сучасного маскультурного простору. Дані культурні установки і програми в стані підвести людину до

усвідомлення хірургічної необхідності зміни власної зовнішності або навіть сексуальної приналежності.

Сексуальність стає семіотичним знаком сучасної масової молодіжної культури, що демонструє свою домінуючу присутність в глобальному інформаційному просторі. Цей процес не припиняє свій розвиток ще з часів американської сексуальної революції в 60-70-х роках ХХ ст. Тантричні індустричні ідеї, що знайшли своє метаморфозне відображення в різноманітних молодіжних субкультурних течіях, винахід засобів контрацепції, небувалий демографічний вибух після Другої світової війни, являли собою важливі умови ствердження в новій суспільній моралі зазначеного концепту.

В сучасному світі віртуалізація свідомості в сукупності з тілесністю масової культури надає можливість конструювання моделі власної сексуальності в ідеальній формі, абстрагуючись від реального фізіологічного статусу. У зазначеному контексті проявляється конформна складова масової молодіжної культури, що дозволяє реалізовувати приховані і підсвідомі сексуальні потяги. «Егалітаризм технологічної свідомості, можливий у віртуальному світі, реалізує для індивіда зняття зовнішніх обмежень при відсутності прихильності до реальної тілесності, що має соціальну прихильність її володаря, що породжує обмеження внутрішні. У штучному середовищі віртуального світу технологічна свідомість стає індивідуально-людською, так як в цьому штучному просторі людина знаходить можливість довільно реалізовувати власні бажання і втілювати персональні акти трансцендування, роблячи його віртуально тілесним поза будь-якими обмеженнями реального світу» [87, с. 21].

Слід також сказати, що концепти тілесності масової молодіжної культури впливають на внутрішній світ індивіда за допомогою візуально-предметного перетворення його побутового середовища. Інтер'єрно-дизайнерська стилістика відштовхується від естетичних уподобань людини,

сформованих під впливом тих чи інших соціокультурних імпульсів, породжуваних інформаційним полем сучасної культури.

Концепт тілесності проявляє свою значимість у прагненні масової культури створювати психоемоційний і фізіологічний комфорт особистості за допомогою інтер'єрних модернізацій. Відбувається накладання культуроконструктивних концептів на індивідуальне сприйняття матеріальної та ментальної дійсності з невловимим розмиттям екзистенціальної суб'єктивності та входженням свідомості молодого людини в культуротворче поле масової культури. «Людська тілесність у соціальному контексті несе в собі всі риси типового для даного суспільства порядку соціалізації та індивідуалізації. Дизайн завжди тісно пов'язаний з рекламою і модою. За допомогою дизайну через предметно-візуальне середовище, відбувається створення різних штучних світоглядів, запропонованих на вибір споживача. Світовідчуття і навіть світорозуміння полягає в товарі, який людина споживає в прагненні до власної ідентичності» [87, с. 16]. Вироблений товар, таким чином, відіграє роль активного змістостворюючого конструкту, впливаючи на людську тілесність і спонукаючи до діяльності. Сам же концепт тілесності, як семіотичний знак масової молодіжної культури, проявляє свою трансформаційну детермінованість як відносно людської екзистенції, так і стосовно його матеріального середовища існування, у прагненні до естетико-фізіологічної модифікації зовнішності.

На даному етапі викладу суті проблеми хотілося б ще раз підкреслити, що ідеальним джерелом заміру аксіологічних орієнтирів сучасної молоді є саме Інтернет простір, який розкриває сутнісні характеристики всіх вищевикладених концептів і характеристик масової молодіжної культури: конформність, консьюрмеризм і пристосуванство, споживацтво, агресивність і неприйняття офіційних підвалин, архаїзацію мислення і спробу ухилитися від проявленої соціальної реальності а також асоціальність і свідомий відхід від прийнятих норм і правил поведінки людей в суспільстві. Безпосередньо

про останній вид реакції на домінуючу дійсність, як про один з концептів сучасної масової молодіжної культури, автор дисертації і хотів би далі висловити деякі судження. Прикладом послужить абсолютно специфічний культурний артефакт, а саме кінострічка «Зелений слоник» (режисер Світлана Баскова 1999 р.), що була знята на любительську плівку.

Дія картини розгортається в похмурому приміщенні гауптвахти, де відбувають дисциплінарний термін два молодших офіцера: «божевільний» (Сергій Пахомов) і «братик» (Володимир Епіфанцев). Більшу частину кінострічки становить своєрідний діалог двох головних героїв, який охоплює різні філософські теми, особливості особистого життя героїв і їх армійські будні. «Братик» намагається сміятися над відвертостями «божевільного», але в якийсь момент приходить в надзвичайну лють від своєї безпорадності змусити його замовкнути. «Божевільний» ніби не помічає агресивного настрою «братака» і періодично звертається до його свідомості словами «будьте ж ви людьми, всі ж ми люди ...». Не замовкає «божевільний» і після того як «братик» б'є його і зриває погони. У відповідь на це він пропонує співкамерникові здійснити на підлогу акт дефекації, що б позбавити його від настирливих мух.

У певний момент ця історія починає скидатися на дію, що розвертається в психологічній драмі Ж.-П. Сартра «Спектакль за закритими дверима», у якій герої знаменитого екзистенціаліста Гарсен, Естен і Інесс після смерті потрапляють в Пекло, де їх чекають не тортури і катування, а більш страшне покарання – відчувати вічну муку від спілкування з «ближнім». Зрештою картина «Зелений слоник» закінчується моторошними і агресивними кадрами, пов'язаними з садизмом, гомосексуалізмом і некрофілією.

Необхідно сказати, що режисер фільму Світлана Баскова, згодом зізнається, що сама картина є символічною і в деякій мірі має відношення до протесту проти війни в Чечні. Але той масовий успіх, який надалі отримала

кінострічка в середовищі користувачів соціальних мереж, здивувала не тільки акторів фільму, але також професійних культурологів і мистецтвознавців. По перше, фільм здобув диплом II ступеня в конкурсі аматорське кіно на V фестивалі "Любити кіно" в Москві в 2000 р., згодом він також був продемонстрований в Великобританії та Франції. Оглядовий аналіз цієї стрічки в You Tube «Фільм Зелений слоник: сенс і меметичність» (опублікований 27 вересня 2012 р.) фіксує більше 800 000 переглядів. У соціальній мережі «В контакті» відкрита група «Зелений слоник» налічує понад 22 000 передплатників. Ще одна відкрита віртуальна група «Роєвshiy» має більше 37 000 передплатників, ресурс володіє величезною кількістю асоціальних висловлювань і фотографій, оброблених в програмі «Photoshop» і що відносяться до вже легендарного кінофільму «Зелений слоник». Пост сторінки від 25.09.2015 презентує інтерв'ю з Сергієм Пахомовим, який став героєм чергового сезону реаліті-шоу «Битва екстрасенсів».

Подібних груп в різних соціальних мережах десятки і сотні, що вказує на масовий інтерес до творчості Світлани Баскової і самого «метафізичного гному», як характеризує свою особистість Сергій Пахомов. Необхідно сказати, що наведений приклад не є окремим і унікальним явищем, мережа Інтернет рясніє величезною кількістю сайтів і сторінок в соціальних мережах, в яких «треш»-артефакти («бруд», «сміттєвий стиль» – прим. авт.), що подібні кінострічці «Зелений слоник», мають сотні тисяч прихильників і шанувальників. Прогресуючий попит на асоціальний і струшуючий офіційні устої культурний продукт свідчить про трансформаційні тенденції масової молодіжної свідомості в напрямку нових ціннісних орієнтирів, що стихійно формуються.

Описуваний простір просякнутий ідеєю відторгнення, як раціонального світосприйняття загальноприйнятих культурних цінностей, так і маргінальних контркультурних віянь. У цьому контексті аналізований

феномен є абсолютно вільною формою самовираження, що не має будь-якої умовності чи обмеження. Слід зробити акцент на тому, що асоціальний «треш» знімає табу з усіх допустимих видів контролю над людською психікою, дозволяючи вивергнути з глибин підсвідомості всі ті прояви, які сторіччями намагалися приборкуватись соціальними, державними і релігійними інституціями. Можна резюмувати, що саме масовий попит на подібні культурні артефакти володіє статусом нагальної актуальності і необхідності осмислення аксіологічних орієнтирів сучасної молоді.

На основі сказаного необхідно сформулювати основні висновки:

– в підрозділі досліджено і розкрито, що масова культура має концепт-значення, які демонструють її сутнісний статус і трансформаційний потенціал;

– одними із значущих концептів масової молодіжної культури є концепти глянцю і гламура, що стверджують богемну стилістику розкішного і процвітаючого життя з акцентованою аксіологією масового споживання модної і популярної продукції;

– концепти глянцю і гламура з'єднані і взаємозумовлені з концептом моди, що надає трансформаційний вплив на соціалізацію особистості відповідно до модерних програмних концепцій;

– у результаті агресивної стратегії брендкових просувань розмивається оригінальне і індивідуальне начало в людській природі, формуються стереотипні моделі світосприйняття, котрі трансформують молодіжний світогляд та задають алгоритм поведінкових реакцій;

– концепт моди детермінований гедоністичним проявом людської тілесності й історично пов'язаний з прагненням людини за допомогою одягу, зачіски, модних аксесуарів висловити і підкреслити власну сексуальність;

– концепт моди тісно взаємопов'язаний з концептом реклами, що є руховим чинником функціонування масової споживчої культури та її трансформаційного впливу на молодь;

– концепт популярності масової молодіжної культури також є багатоваріативною обставиною трансформації молодіжної свідомості; популярність володіє сенсоутворювальним орієнтиром, спонукаючи і мотивуючи молодь до культуротворчої діяльності; технологізація сучасного маскультурного простору надає можливість самореклами та самопопулярізації;

– значним концептом масової молодіжної культури є концепт тілесності, пов'язаний з домінантами еротизму і концептом сексуальності; вказані концепти виявляють свою спрямованість в напрямку антропоцентризму, в модусі суспільного піднесення значення людської фізіології;

– концепт асоціальності, що виявляє себе в крайній формі неприйняття загальноприйнятих етичних і моральних підвалин, заявляє зі всезростаючою очевидністю про свій масовий і трансформаційний статус; даний концепт в культурних артефактах «сміттевого» характеру демонструє свою спрямованість на зняття всіляких табуйованих обмежень на форми і стилі відтворення сценарних контекстів, дозволяючи вивергнути з глибин підсвідомості всі ті прояви, які сторіччями намагалися приборкуватись соціальними, державними і релігійними структурами.

– концепти масової молодіжної культури, що проаналізовані в тексті дисертаційного дослідження, мають вагоме значення в виробленні соціальних поведінкових моделей в соціокультурному просторі молоді, мають трансформаційний вплив на молодіжний світогляд.

3. 2. Домінанта мережевих комунікацій у трансформації ментальності українського суспільства

Реальність сучасного світу, що входить в епоху постіндустріального суспільства, вимагає осмислення факту розвитку і поширення соціальних мереж Інтернету. Даний процес володіє трансформаційними характеристиками і впливає на формування ментальності українського суспільства. Цьому явищу сприяє домінування офіційної масової культури у світовому культуротворчому полі, багатоаспектний прояв форм її розвитку, що розповсюджується і на віртуальний простір. Частиною культури сучасного глобалізованого світу стає Інтернет з функцією миттєвого комунікативного доступу до жителя будь-якого регіону планети. На сьогоднішній день в Україні понад 12 млн. інтернет-користувачів, а загальносвітова аудиторія Глобальної мережі становить понад 2 мільярди людей [162].

Говорячи про трансформацію ментальності українського суспільства в контексті мережевих комунікацій, не можна не відзначити, що цей процес пов'язаний з глобальними трансформаційно-перетворювальними тенденціями у світовому соціокультурному просторі. Останнім часом саме соціальні мережі, як правило, у молодіжному середовищі стають найбільш значущим ресурсом Інтернету. Кількість українських користувачів серверів соціальних мереж зростає в геометричній прогресії, що впливає на формування масової свідомості, створює передумови маніпулювання соціальними процесами і контролю над поглядами мільйонів людей. Соціально-філософський аналіз поточної ситуації актуальний і має серйозну науково-теоретичну значимість.

Багатомільйонна аудиторія користувачів соціальних мереж знаходиться в процесі постійного комунікативного контакту. Саме це і актуалізує дану проблематику. Вимагають осмислення питання тенденцій, функцій, перспектив, аксіологічних орієнтацій віртуального світу з подальшим

пошуком ефективного методологічного інструментарію, здатного адекватно і об'єктивно відображати поточну соціокультурну ситуацію.

Необхідно надати визначення поняттю «домінанта мережевих комунікацій» та відобразити його сутнісний зміст. Отже, мережеві комунікації – це сучасний інформаційно-віртуальний засіб спілкування, культурної співдії, просування соціокультурних, політичних, релігійних, економічних, інформативних проектів, ідей та сенсів, обміну інформацією між акторами мережевого простору. Мережеві комунікації виконують низку важливих суспільно-політичних, соціально-адаптаційних та соціокультурних функцій в українському суспільстві, а їх домінанта демонструє себе в якості дедалі більшої інформативної пріоритетності відносно традиційних засобів масової інформації, в трансформуванні аксіологічних орієнтирів, сенсів та ментальних виразників українців. «Мережеві комунікації сьогодні вже не просто теоретичний проект, – це емпірична реальність: електронна пошта, чати, служби моментальних повідомлень, форуми, блоги – все це являється маніфестацією динаміки явища електронного обміну інформацією. Взаємодія суб'єктів мережевої комунікації відображає нову якість інформаційних суб'єкт-об'єктних відносин, що зумовлені специфічними функціями соціальних мереж. Онлайнові соціальні мережі, які окрім виконання функцій підтримки спілкування, обміну думками і отримання інформації їх членами, останнім часом стають об'єктами і засобами інформаційного управління, ареною інформаційного протиборства» [191, с. 83].

Також необхідно висвітлити самотність української ментальності, яка являє собою суспільно-історичну та психоемоційну особливість світобачення українців та їх відношення до Бога, Правди та людей.

Сучасна українська дослідниця О. В. Бондаренко вважає, що «національна ментальність є структурою, що складається історично. Україна як історична нація (не в контексті «політичної нації»), має специфічну притаманну їй ментальну структуру. Означена ментальна структура є

віддзеркаленням складного взаємопроникнення та щільного взаємозв'язку суспільних явищ, що описуються такими термінами соціальних наук, як національна (етнічна) психологія, національна вдача, національний характер, народна пам'ять, національні архетипи, національна мрія, національна ідея, самоврядні потенції української ментальності, соціопсихічні складники українського національного характеру, етнічні «первені» (термін Ю. Липи) й іншими» [28 с. 67]. Слід вказати на вичерпність наведеної аргументації, яка охопила різноманітні аспекти суспільно-історичної моделі української ментальності, що характеризує цей феномен.

Ще один вітчизняний дослідник Т. В. Андрійчук справедливо змальовує ментальні особливості українців, зазначаючи, що «українця із давніх-давен характеризує працьовитість, хазяйновитість, гостинність і доброзичливість у стосунках як з одноплемінниками, так і з чужоземцями, обережність, сентиментальність, але також рішучість і незламність, винахідливість і хоробрість, героїзм і самопожертва, коли доводиться взяти до рук зброю» [5, с. 9]. Слід додати, що всі наведені приклади духовних та ментальних аспектів української нації знаходять своє підтвердження в самій історії українського народу, просякнутій працьовитістю та наполегливістю наших співвітчизників, їх прагненням до свободи та незалежності.

Український дослідник І. О. Поліщук вважає, що «геополітична межовість України обумовлює виникнення у її мешканців маргінального типу ментальності. Знаходячись на перехресті інтересів сусідів, роз'єднане українство потрапляло у маргінальні ситуації, коли воно ніби і є, і ніби його нема» [141, с. 132]. Але треба зазначити, що в сучасному українському суспільстві часові та просторові чинники впливу на ментальність поступаються своїм значенням трансформаційній домінанті мережевих комунікацій, яка є логічним інструментарієм глобалізації в формуванні нової інтеріорізованої соціальної реальності.

Розвиток соціокомунікативного простору ХХІ століття зумовлений революційним перетворенням людської цивілізації на основі блискавичного розвитку техніки і технологій. «Всі ми розуміємо, що в нашому столітті було засвідчено перетворення всього середовища, що оточує людину, що в значній мірі являє собою результат впливу фізико-математичних наук на технологію. Цей перехід від емпіричної і скутої традиціями техніки в режимі експериментів відкрив небачені горизонти в таких нових сферах, як ядерна енергія, надзвукові перевезення, штучний інтелект і миттєвий зв'язок на далекі відстані» [117, с. 9]. Саме розвиток технологій в союзі з демократичною традицією західного зразка, що стверджується, сприяють формуванню на основі Інтернету масової свідомості. Даний процес стихійний і суперечливий, володіє як позитивними, так і негативними потенціалами.

У становленні демократії в українській державі ліберальна політика в галузі інформації є соціополітичною підставою для розвитку соціальних мереж і активного залучення широких мас в генезис описуваного феномена. Сучасний дослідник впливу засобів масової інформації на соціокомунікативний простір М. М. Назаров каже про те, що «розвиненій демократії притаманна система стримувань і противаг, що виражається в існуванні незалежних судової, законодавчої та виконавчої гілок влади. При цьому інститут масової комунікації також виконує важливі функції. Не випадковим у цьому зв'язку є інтерпретація засобів масової комунікації як «четвертої влади» і наділення їх функцією систематичного громадського контролю за тими хто перебувають при владі та об'єктивного інформування про діяльність останніх (т. з. «функція сторожових псів» або «громадської варті»). Слідування ліберальним нормам стосовно практики масової комунікації виражається у відсутності цензури і контролю з боку уряду; забезпеченні рівних прав громадян до доступу та поширенню інформації;

свободі самих засобів масової комунікації в отриманні інформації» [130, с. 120].

Тим не менш, вимагає соціально-філософського осмислення той факт, що відсутність стримуючих і фільтруючих механізмів соціокомунікативного простору Глобальної мережі з одного боку демократизує суспільні відносини, а з іншого створює вразливе інформаційне поле, що піддається зовнішньому управлінню і маніпулюванню з боку зацікавлених у цьому процесі структур. «За критерієм періодичності, доступності, фінансовим критерієм мережева комунікація є найбільш ефективною в сучасному комунікативному просторі. Якщо традиційні засоби масової комунікації виступають як центри, що акумулюють інформацію, сортують її і поширюють, то соціальні мережі характеризуються потенційно нескінченною кількістю незалежних центрів акумуляції та поширення інформації, що визначає їх глобальність, демократичність, проте, водночас, і безконтрольність. Ці характеристики закладають нові смислові конструкти в організації комунікативного простору сучасного суспільства» [162, с. 36].

Еволюція комп'ютерних технологій як у сучасному глобалізованому світі, так і в українській державі закономірно поставила Інтернет на одне з чільних місць суспільних відносин. Формується нове культурне світосприйняття, наріжним каменем якого є технологізація соціокультурного простору і аксіологія споживчих відносин. «Культура Інтернет – це культура, побудована на технократичній вірі в прогрес людства під впливом техніки, прийнята спільнотами хакерів, які розвиваються на основі вільної і відкритої технічної творчості, запроваджена у віртуальні мережі, що ставлять за мету побудову нового суспільства, і матеріалізована натхненними прибутком підприємцями в творіннях нової економіки» [82, с. 80].

Знаково-сміслова складова Інтернет-простору відштовхується від конформно-консьюмеристського світовідчуття. Реклама і просування інформаційних товарів, релігійних, соціально-економічних, політичних,

світоглядних ідей та ідеологій просочує масовий комунікативний простір, сприяючи стихійному утворенню груп і співтовариств. Інформація масивно обрушується на користувача, спонукаючи до апріорно модерованих реакцій і поведінкових моделей. Віртуальна інформація, таким чином, є дієвим механізмом трансформації ціннісних орієнтувань і уявлень соціуму.

Необхідно вказати на те, що сучасні традиційні засоби масової інформації використовують сервера соціальних комунікацій в якості дублюючої технології в піднесенні офіційної інформації. При цьому надається можливість інтерактивного обговорення подій, що викладаються, акторами віртуального простору. Таким чином, інформація по мірі надходження в віртуальний соціокомунікативний простір може піддаватися трансформаційним аксіологічними змінам в залежності від формування ціннісного ставлення акторів мережевих комунікацій до тих чи інших подій. Коментарі користувачів в змозі сформулювати інший ракурс погляду на певне інформаційне піднесення і викликати оцінну реакцію діаметрально протилежну передбачуваний авторами матеріалу.

У цьому контексті соціальні мережі реалізують можливість інтерактивного дискурсу між редакцією і споживачем інформації, надаючи здійснимість діалогового співпрацювання між суб'єктом і об'єктом масмедійного простору. «Для медіа завжди було важливим «достукатися» до своєї аудиторії, донести їм ті соціальні ідеї, які, на думку редакції, формували цілісне бачення читача про навколишній світ. У цьому прагненні не завжди зрозумілим був кінцевий результат: ні газета, ні радіо, ні телебачення не можуть забезпечити постійного діалогу з аудиторією. Про наслідки опублікованого матеріалу можна дізнатися лише з реакції споживачів інформації, яка має часову затримку. У випадку нереалізації спонтанного бажання висловити свою думку через суб'єктивно-об'єктивні умови читач, слухач чи глядач у подальшому може проігнорувати дискусію з журналістом взагалі.

Натомість інтерактивне середовище Інтернету забезпечує реалізацію у коментуванні для будь-якого користувача і практично не створює штучних бар'єрів для діалогу редакція – споживач. Таким чином, відбувається зміна напрямку спілкування, властивого традиційним ЗМІ та новим інтерактивним мережевим формам:

Традиційні медіа → Споживач інформації (одностороння комунікація, монолог як форма реалізації)

Мережеві медіа ↔ Споживач інформації (двостороння комунікація, діалог і полілог як форми реалізації)» [154, с. 10].

На початку третього тисячоліття стали закладатися підстави нової світової ментальності, схильної до стихійної трансформації, за допомогою вільного доступу до інформації та засобів масової комунікації. Створюється субкультурне мережеве суспільство, яке володіє унікальним виміром простору, що не володіє географічною чи етнічною зумовленістю і яке залучає до своїх лав мільйони споживачів віртуальних послуг. Час при цьому перестає бути значимою одиницею виміру, оскільки акторами соціокомунікативних контактів віртуально самовідтворюється трансрегіональний позачасовий Інтернет-простір. «Сучасна епоха знаходить підставу для свого розвитку у використанні Інтернет-технології. Ця технологія є комунікаційною технологією, оскільки сприяє включенню все більшого числа людей в мережеві форми взаємодії, тобто комунікації. Названа М. Маклюеном «розширенням людського тіла», вона неминуче позначається на практиках людської поведінки та соціальної взаємодії. Як і будь-яка інша форма комунікації, Інтернет містить у собі безліч інших форм, які, враховуючи мережеву специфіку, можуть поєднуватися найрізноманітнішими способами.

Теорія мереж закликає до філософського перегляду багатьох речей, провокуючи вимірювати простір не відстанями, а потоками, відраховувати час не годинами, а подіями. Історичною відповіддю на ситуацію

комунікаційного надлишку служить формування мережевого суспільства - суспільства, ключову комунікативну роль в якому починають грати мережі, вільні об'єднання людей і груп, що формуються за інтересами» [110, с. 10-11].

Для українського мислення, орієнтованого в напрямок західного постмодернізму і що знаходиться під гнітючим тиском тривіальної масової культури, соціальних, економічних і політичних проблем, які стрясають сучасний світ, соціальні мережі несуть комунікативну та ціннісно-орієнтаційну функції, сприяючи соціопсихологічній адаптації та інтеграції в нову інформаційну реальність. У вищевказаних аспектах проявляється регулятивна складова глобального становлення соціальних мереж. Імовірність миттєвого доступу до будь-якого актору віртуального світу створює досить комфортні умови для спілкування, заклади нових знайомств, бізнесу, творчої самореалізації і самореклами.

Мережі надають можливість розмішувати в них фотографії, текстові документи, відеоролики, вести оглядові блоги, заводити друзів, знаходити старих знайомих і т.д. Створюється безпрецедентна соціокультурна модель поведінки як самовідтворювана система масової комунікації та масових цінностей на основі розширення мережевих комп'ютерних технологій. Необхідно ще раз підкреслити, що соціальні мережі виступають новим варіантом вербального контакту, у якому втрачають колишнє значення фактори простору і часу. Користувачі є співавторами конструювання комунікативної мережі і віртуального поля, якимись живими клітинами глобального електронного мозку. «Відкритість архітектури Інтернету була основою його головного достоїнства – здатності до саморозвитку, оскільки користувачі ставали розробниками технології та творцями всієї Мережі в цілому» [82, с. 43].

Мережа Інтернет демонструє постійне виникнення і вдосконалення в методології впливу на масову свідомість різних сайтів знайомств, у тому

числі українських <http://love.i.ua/>, розважальних порталів, сайтів з надання віртуальних сексуальних послуг (в основному на незаконній основі) і т.д. Сайти знайомств декларують можливість комфортного пошуку партнера для дружніх, сімейних або сексуальних відносин, у тому числі і за кордоном. Необхідною умовою реєстрації на сайті є заповнення анкетних даних про сімейний і світоглядний статус, вік, доходи, особистісні переваги і т.д. Таким чином, актори віртуального комунікативного простору в стані, не покидаючи своїх комп'ютерних крісел, підшукувати собі відповідну пару для стосунків які їх цікавлять.

Романтика перших зустрічей і знайомств, любовні вірші, прогулянки і взаємні слова, вимовлені, дивлячись людині в очі, поступаються місцем прагматичному пошуку пари за допомогою мережевого простору, що відштовхується, як правило, від матеріального та кар'єрного становища індивіда в соціумі. Слід підкреслити, що описувані комунікативні технології трансформують традиційні поведінкові моделі, демонструючи віртуалізацію мислення і практичний інструменталізм в підході до знайомств і побудові міжособистісних відносин.

Один з найбільших соціальних філософів сучасності, що спеціалізується в області теорії інформаційного суспільства, М. Кастельс, вказує на те, що Інтернет як комунікативна система, що стихійно виникає, здатний якісно модифікувати суб'єкт-об'єктні технології взаємодії в різних галузях і напрямках людської життєдіяльності. Приміром, він стверджує «електронний бізнес», заснований на соціально-технічному перетворенні економічної системи, за допомогою віртуального простору зазнає суттєвих змін, що стосуються характеристик і способів використання робочої сили і капіталу. Він каже що сфера менеджменту, дистрибуції, продажів, відносин зі споживачами трансформується за допомогою того, що головним засобом комунікації та обробки інформації бізнес обирає Мережу в якості своєї організаційної форми. [82, с. 85]. М. Кастельс підводить до того, що

трансформація практичної діяльності бізнесу на основі Інтернету призведе до формування нової якості економіки, яка буде в змозі демонструвати інші форми ділової активності і видозмінювати економічні кризи. [82, с. 85 - 86].

М. Кастельс надає дослідницькі дані, проведені Каліфорнійським університетом у Берклі (Luman and Varian, 2000), згідно з якими у Всесвітній павутині перебуває порядку 550 мільярдів різних документів і їх кількість щороку зростає. Він справедливо констатує, що для їх рекомбінування і використання необхідна велика кількість високоефективних працівників, рівень яких буде визначатися не характером освіти, а рухливістю інтелекту і умінням перепрограмуватися відповідно до мінливих завдань ділового середовища. Отже, буде трансформуватися ринок праці і система професійної підготовки Мережєвих фахівців майбутнього. [82, с. 113]. Окреслені процеси вже мають місце в розвиненому світі, що актуалізує перегляд методологічних підходів в організації виробництва української держави, яка інтегрується в західну цивілізацію.

Далі необхідно вказати на те, що аутопойезис віртуального світу являє собою досить стихійний процес, що відрізняється складністю сталого прогнозування можливих варіантів розвитку кіберпростору. Виходячи з цього, спілкування в соціальних мережах являє собою нескінченну співтворчу дію акторів комп'ютерного світу, спрямовану на самовідтворення віртуальної системи, її знакове і ціннісне перетворення. «Завдяки віртуалізації безпосереднього спілкування соціальними мережами попередній критично важливий «простір зустрічі» втратив комунікативну цінність. Залученому в соціальну мережу суб'єкту, щоб отримати потрібну для нього «нову якість» спілкування, необхідно продовжувати конструювання мережі. Таке творення є, по суті, «співпрацювання» з об'єктом (системою). Саме об'єкт (соціальна мережа) в даному випадку форматує і задає рамкові умови нового комунікативного творення. Об'єкти

такого класу принципово не прораховуються і не прочитуються до кінця, вони безупинно продовжують розгортати свою сутність» [105, с. 16].

Семіотична складова мережі Інтернет повинна бути піддана самому серйозному дослідженню з боку філософів, психологів та культурологів. Знаково-смысловий віртуальний простір, позбавлений цілісної інтерпретації світобуття і який стихійно обрушується на масову свідомість, володіє трансформаційним соціопсихологічним потенціалом. Так само необхідно підкреслити, що явище Глобальної мережі не має метафізичної основи і знаходиться в стані постійного руху і розвитку, породжуючи актуальні і насущні теми для дослідження.

Найбільш масовими в Україні і популярними серверами соціальних мереж є: «В контакті», «Однокласники», «Твітер» (Twitter), «Фейсбук» (Facebook). На прикладі соціальної мережі «В контакті» <http://vk.com/> можна розглянути механізми функціонування та поширення цього явища. «В контакті» - найбільш затребуваний комунікативний ресурс в Україні. Загальна аудиторія складає більше 67% українських інтернет - користувачів. Примітно те, що саме «В контакті» – найпопулярніша мережа серед підлітків та студентської молоді у віці від 16 до 29 років [162, с.73]. Народження мережі припадає на 2006 рік, а в наступні 2007 і 2008 роки кількість її користувачів збільшується в геометричній прогресії, ведучи рахунок вже на мільйони. Багато в чому популярності ресурсу сприяє спрощена модель користування, що надає можливість спілкуватися і обмінюватися текстовою, аудіо- і відеоінформацією в комфортному і доступному режимі.

«В контакті» володіє функцією формування масових спільнот, об'єднуючи їх в соціальні групи за інтересами. Наприклад, соціальна група «Шедеври кулінарії» налічує більше 3 500 000 передплатників, «Світ позитиву» – більше 3 000 000 передплатників, «Зухвалі.гу» – більше 1 300 000 передплатників і т.д. Дані соціальні групи сприяють формуванню масової аудиторії, концентруючи увагу на дозвіллі і розвагах. Масова думка

українських користувачів, підписаних на інформаційні сторінки в комунікативних мережах, трансформується у відповідності до ідейно-аксіологічного вмісту ресурсу. Контактні спільноти рясніють тематичним розмаїттям, формуючи стійкі об'єднання споживачів специфічної інформації. Відсутня єдина віртуальна система цінностей, значущість групи визначається її масовістю і популярністю. «Висловлюючись емпірично, єдиної общинної культури Інтернету як такої просто не існує. Більшість спостерігачів від Говарда Рейнгольда до Стіва Джонса роблять особливий наголос на надзвичайному різноманітті віртуальних спільнот» [82 с. 72].

Одночасно з мережею «В контактi», одна з найбільших світових соціальних мереж «Фейсбук» на території української держави «демонструє стійку тенденцію до зростання. Загальна кількість користувачів Facebook в Україні стрімко зростає і на кінець 2012 р. становила 2 млн. 305 тис. 980 користувачів. Про це говорять дані аналітичної платформи для соціальних медіа SocialBakers.

Таким чином, Україна піднялася в рейтингу на два пункти і займає 60 позицію з 213 у загальному рейтингу Facebook по країнах – Ірландією і Новою Зеландією.» [162, с. 73].

Одним із значущих трансформаційних джерел Всесвітньої Мережі є локальний, щодня редагований, ресурс професійних Блогерів, що ведуть свою роботу за принципом віртуального інтерактивного щоденника (Інтернет-журналу, веб-сайту, онлайн-щоденника і т.п.) у вільному доступі для обговорення. Сумарну сукупність усіх блогів у віртуальному просторі прийнято називати блогосферою, яка піддається щоденним трансформаційним перетворенням у відповідності зі стихійним самовідновленням сутнісного змісту. Популярними блогерами є вузькоспеціалізовані експерти в різних областях соціального, політичного, економічного чи культуротворчого буття, але технічно блогером може стати будь-який користувач Інтернету. Авторитетність блогерського ресурсу

визначається його масовістю і рейтинговим просуванням, впровадженням проблематики, що репрезентується блогером, в широке соціальне обговорення.

Аналізуючи діяльність блогерів, можна дійти висновків, що інформація, яка ними підноситься, відповідає сутнісному змісту масової культури і сфокусована на спрощеності і сенсаційності матеріалу, її дозвіллевій сутності. Приміром, на сайті: <http://yandex.ua/> в підрозділі «найпопулярніші блогери України», можна простежити предметну спрямованість вітчизняних блогерів. Їх цікавить, що буде з милом, якщо його засунути в мікрохвильову піч, які страви найсмачніші у світі, як на Філіппінах добувають золото, чим багата флора Китаю, які ключові події мають місце на Інтернет-ринку, які країни на Планеті є найекзотичнішими і т.д. Слід підкреслити, що інформація, яка підноситься блогерами, має концептуальну схожість з розважальними передачами телебачення. Відмінність виявляється лише в більш широкому тематичному діапазоні і у відсутності зовнішнього редагування матеріалу. «Серед найпопулярніших блогерських інтернет-ресурсів, що надає всім бажаючим послуги з підтримки блогів – американський проект LiveJournal.com («Живий Журнал»). Створений у 1999 р. «Живий Журнал» на сьогодні є інформаційним майданчиком для найбільшої спільноти інтернет-користувачів: станом на початок 2013 р. у Live Journal зареєстровано понад 40 млн. користувачів. З них, за різними оцінками, «активними» є близько 3 млн. Україна входить у п'ятірку країн, де проживає найбільше користувачів LiveJournal, поступаючись лише США, РФ, Великобританії і Канаді.

Блогерська діяльність на сучасному етапі впливає на політику, позиціонування й рекламу компаній (корпоративні блоги), культурне життя тощо» [162, с.62]. Необхідно вказати на те, що найбільш масові та популярні мережеві комунікативні ресурси, в тому числі і сайти блогерів, здатні надавати трансформаційний вплив на ментальність українського суспільства.

Підтвердженням цьому є сам факт існування комунікаційних мереж з багатомільйонною аудиторією вітчизняних користувачів, залучених в глобальний процес обміну інформацією.

Вивчення соціальних груп в комп'ютерних комунікаційних мережах, публічного спілкування на «форумах» і «чатах», коментарів до «електронних новин» дозволяє вловити тенденції трансформації ментальності українських інтернет-користувачів. Можна констатувати формування нового морального обличчя масової людини, що проростає з віртуального комунікативного середовища. Слід зазначити, що молодь найбільш інтегрована в Інтернет-простір, а також соціально активна і здатна абсолютно безпеліційно висувати ультиматум застарілим устоям і революційно перетворювати дійсність. Дана реалія найбільш явно себе проявила в Україні за допомогою революційних подій 2013-2014 років. Внутрішні соціально-політичні проблеми, помножені на глобальні кризові явища і фактор мережевих комунікацій, опинилися в змозі привести до широких соціальних збурень в Україні та зміни влади.

У контексті dokonаних подій слід сказати, що в українській державі соціальні мережі є рушійною силою впливу на владу і побудови громадянського суспільства. Пасіонарії соціокомунікативного простору в змозі надавати масовий трансформаційний вплив на суспільну свідомість і формувати протестні настрої.

В монографії «Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства» вітчизняних дослідників О. С. Онищенко, В. М. Горового, В. І. Попика висвітлюється домінанта впливу віртуального фактору на заочне формування критичної маси настроїв соціального невдоволення. Вчені позначають, що «охарактеризувати основні причини впливу соціальних Інтернет-мереж на протестні практики можна таким чином:

- швидкість та мобільність організацій протестів через такого типу соціальні мережі;

- плюралізм думок та відсутність цензури у більшості держав;
- можливість спілкування та обміну інформацією в реальному часі численних груп населення;
- обмін інформацією та повідомленнями різного типу.

Отже, протестні практики можуть мати свою роль у формуванні повноцінного громадянського суспільства. Це може проявлятися передусім у трьох аспектах:

- протестні практики є проявом контролю дій влади громадами;
- соціальні протести презентують громадську позицію певних соціальних груп населення.

Прямим наслідком вищезначених процесів є поява нового виду громадського діяча – лідера соціальної спільноти. Потенційно ним може стати буквально кожен користувач Інтернету, який має власні суспільно корисні ідеї, володіє достовірною інформацією та вміє логічно викладати свої думки і готовий брати активну участь в їх обговоренні та реалізації задумів.

Позитивними моментами діяльності нових спільнот є те, що:

- вони дають змогу громадянам ефективно реалізовувати своє право на участь в управлінні державними справами (ст. 38 Конституції України);
- здатні формувати громадянську позицію з тих чи інших значних питань;
- можуть оперативно реагувати на зміну політико-правових умов;
- самі собою не потребують фінансової підтримки;
- існують без утворення власної адміністративної вертикалі.» [162, с. 28 - 29].

Е. Тофлер у своєму культовому творі «Шок майбутнього» вказав на те, що прискорення темпів соціального і технічного прогресу і, як наслідок, зміна соціокультурного середовища здатні трансформаційно впливати на ментальність, спонукаючи людину до перетворюючих дій. Він пише, що «Ми організуємо нове суспільство. Не суспільство, злегка змінене. Не нову версію

сьогоднішнього «більше, ніж життя» суспільства. А зовсім нове суспільство. Ця проста думка досі не стала надбанням нашої свідомості. Однак, якщо ми не усвідомимо цього, то будемо руйнувати самих себе у спробах боротися з завтрашнім днем. Будь-яка революція руйнує основні суспільні інститути і його владні структури. Це наочно відбувається в усіх високорозвинених країнах. Студенти в Берліні та Нью-Йорку, Туріні і Токіо беруть в заручники своїх деканів, трясучи доценту освітню систему і погрожуючи скинути сам уряд. Поліція не втручається у справи гетто у Вашингтоні, Чикаго і Нью-Йорку, де повсюдно порушуються стародавні закони власності. Сексуальні стандарти змінюються. Великі міста паралізовані страйками, найбільшими аваріями та порушеннями громадського порядку. Міжнародні альянси руйнуються. Фінансові та політичні лідери відчувають таємний страх, але не перед комуністичними або іншими революціонерами, які загрожують їм поваленням, а тому, що звична система перестає бути стабільною і йде з-під контролю. Все це безсумнівні факти хвороби соціальної структури, яка вже не може функціонувати по-старому» [169, с. 207]. Таким чином, залишаються суттєвими питання, пов'язані з пошуком концептуальних програм вирішення глобальних проблем світової цивілізації і контекстуально української держави. Мережеві комунікації при цьому являються трансрегіональним інформаційним інструментарієм у виконанні означених завдань.

Технологія паритетного соціокомунікативного доступу акторів віртуального простору надає можливість створення наддержавних спільнот і структур для підтримки та просування певних акцій, програм або проектів, спрямованих на вирішення питань, пов'язаних з глобальними викликами сучасності. «Соціальні мережі стають майданчиками для розгортання сотен і тисяч проектів, так, у фейсбучному додатку Causes – соціальній платформі, що об'єднує діяльність бізнес-структур, благодійних організацій і простих користувачів, створеній у 2007 р. Ш. Паркером і Дж. Гріном, беруть участь 450 тис. некомерційних проектів, на потреби яких зібрано 27 млн. дол.

Об'єднаний у всесвітню соціальну мережу Causes дає можливість користувачам Facebook організувати онлайн-компанії і брати участь у них для реалізації різних проектів, таких як збір коштів, підписання петицій і привернення уваги до благодійних акцій або організацій...Таким чином, Causes дає людям можливість взяти участь у вирішенні глобальних проблем, не виходячи зі свого акаунта у Facebook. Більше того, він підвищує ефективність вкладення бізнесом коштів у вирішення глобальних проблем».

[162, с. 55].

Соціум ХХІ століття вловлює трагічність постіндустріального світу і готовий до реформеного світосприйняття. Публічне спілкування в соціальних мережах розкриває масове неприйняття існуючих соціальних підвалин і зовнішню агресивність. Слід підкреслити, що в сучасному українському суспільстві інтегративний потенціал соціальних мереж, що здатний об'єднати і згуртувати багатомільйонні маси, емпірично апробований. Але не можна не згадати і про конформістську сутність мережевого кіберпростору, яка декларує буття масової людини-пристосуванця з одновимірною-споживчим, поверхневим і аполітичним мисленням. Відповідно, певним ступенем актуальності володіє трансформаційний аспект Інтернет-залежності у систематичних користувачів віртуальними послугами. Конформність Інтернет-бесіди, що робить можливим вести діалогове спілкування за допомогою драматичного перевтілення в інше віртуальне Я актора, що дозволяє приховати фізіологічні недоліки і долати індивідуальні труднощі вербального контакту, пов'язані з психологічною невпевненістю в собі, є унікальним комунікативним середовищем. Можливість сексуально-інтимних контактів, що соціально не обтяжують користувачів і допомагають реалізувати приховані сексуальні нахили, ігрове поле віртуального простору, що захоплює акторів новими розробками і «апгрейдами», все це сприяє трансформації ментальності користувачів, залучених до рекреаційного поля кіберпростору, виникненню психологічного відхилення,

пов'язаного з Інтернет-залежністю, яка надає несправжню та ілюзорну здійсненність релаксації і укриття від щоденних меркантильних проблем. У цьому контексті світ комп'ютерних технологій є елементом масової культури, що відводить людину від цілісного світосприйняття, адаптуючи її до поточної соціокультурної ситуації.

Віртуальний простір мережі Інтернет – це активне інформаційне середовище, у якому інформація володіє своєчасною практичною цінністю. Трансформаційні зрушення не мають статичної основи, демонструючи процес постійного оновлення сумарного аксіологічного базису світової та української ментальності. Сама інформація перебуває в стані вічної молодості, а застарівання повідомлення зводить його до статусу відпрацьованих і марних символів. Одна з головних функцій інформації в постіндустріальному суспільстві – це перспективне управління процесами. «Величезна технічна, економічна, політична, культурна роль інформації пояснюється саме тим, що вона незмістовна («знання») і непередметна («продукт»). Інформація операційна. Інформація служить обґрунтуванням-виправданням дій. Тому вона настільки необхідна сучасній людині, цінна для неї, впливає на неї. Тому в сучасному суспільстві інформація – це ідол. У традиційному суспільстві, збудованому на релігійному виправданні діяльності, і навіть у суспільстві, що модернізується, побудованому на ідеологічних виправданнях діяльності, інформація ніяк не могла претендувати на ту роль, що грає тепер. Тільки як комунікація, а не як знання або предмет, інформація здатна викликати нові операції. Люди діють, використовуючи інформацію, а комунікаційні потоки не тільки не поглинаються як ресурс діяльності, подібно до сировинних або енергетичних ресурсів, а, навпаки, множаться і прискорюються. Це відбувається тому, що інформація не стільки ресурс, скільки стимул (мотив) діяльності. Отже, в сучасну епоху інформація – це комунікація, що спонукає до дії. Якщо ми визначимо інформацію подібним чином, то стає зрозумілим, чому головним

феноменом комп'ютерної революції стала мережа Інтернет, а не обіцяні в 1960-1970 роках, теоретиками постіндустріалізму і футурологами гігантські електронні банки даних або штучний інтелект. У глобальній мережі Internet не створюється жодне знання, але багаторазово збільшуються можливості здійснення комунікацій» [69, с. 41-42].

У контексті сказаного слід резюмувати, що інформаційні потоки, які постійно оновлюються і спонукають до «перезавантаження» свідомості, видозмінюють ментальність сучасного українського суспільства. В цьому проявляє своє трансформаційне соціокультурне значення домінанта мережевих комунікацій.

Комунікативне середовище віртуального простору, яке перебуває в процесі самоконструювання, здатне формувати багатомільйонні аудиторії прихильників і опонентів певних явищ, культурних артефактів або подій. У цьому і проявляється домінанта мережевих комунікацій у трансформації української ментальності. Спілкування в соціальних мережах, споживання електронної інформації за допомогою Інтернету стають головним атрибутом сучасного соціального буття в світі, що глобалізується. Для молоді ХХІ століття підключення до Мережі є пріоритетною умовою комфортного життя. Інтернет же надає самий прямий вплив на мислення і поведінку багатомільйонної аудиторії, залученої в аутопойезис віртуального світу, трансформуючи її образ світосприйняття.

На підставі викладеного необхідно зробити висновки:

– у сучасному глобалізованому світі Інтернет-простір відіграє одну з найважливіших інформаційно-інтегративних функцій; даний процес пов'язаний з технологізацією постіндустріального суспільства, впровадженням інформаційних технологій у життя широких верств населення;

– в Україні з кожним роком зростає число Інтернет-користувачів, що проявляє себе в трансформаційних перетвореннях української ментальності;

- вільному розвитку Інтернет-простору в нашій державі сприяє ліберативна політика у сфері масових комунікацій;
- семіотична складова Глобальної Мережі демонструє конформно-консюмеристську спрямованість, пов'язану з аксіологією споживчих відносин, трансформуючи масову ментальність соціуму відповідно до сутнісного змісту масової культури;
- інформаційна матерія Інтернету не має метафізичної основи і знаходиться в процесі постійного руху і саморозвитку, при цьому актори віртуального простору приймають участь у «співпрацюванні» з кіберполем;
- ЗМІ використовують мережеві комунікації в дублюванні офіційної інформації, що підноситься, з опцією інтерактивного обговорення матеріалу, що репрезентується; при цьому його зміст може бути підданим аксіологічним перетворенням за допомогою електронних коментарів користувачів;
- найбільш масовими в Україні і популярними серверами соціальних мереж є «В контактi», «Однокласники», «Твітер» (Twitter) і «Фейсбук» (Facebook). Дані соціальні мережі сприяють об'єднанню за інтересами масових віртуальних груп-спільнот, видозмінюючи суспільне світосприйняття відповідно до сутнісного змісту Інтернет-ресурсу;
- трансформаційним потенціалом також є професійна діяльність вітчизняних блогерів;
- соціальні мережі володіють потенціалом заочного об'єднання і згуртування багатотисячних аудиторій, з подальшим розвитком протестних практик, що проявило себе в українській державі у революційних подіях восени та зими 2013 - 2014 рр.;
- соціальні мережі можуть бути платформою для віртуального розвитку і просування різних громадських конструктивних і деструктивних програм і проектів.

Висновки до третього розділу

На основі сучасного теоретичного матеріалу з'ясовано, що масова культура відтворює власні концепти, які є атрибутивними знаками її сутнісного функціонування. Дані концепти володіють трансформаційним потенціалом і сприяють виробленню апріорно-прораховуваних соціальних реакцій у молодіжному середовищі. У дисертаційному дослідженні розглядаються концепти моди, глянцю, гламуру, ідеалізації образу супергероя, концепти тілесності і сексуальності, популярності, успішності та асоціальності, які, на думку автора, найбільш ефективно сприяють трансформації молодіжної свідомості в сприйнятті соціокультурного буття. Концепт глянцю символічно об'єднує в собі всі семіотичні знаки та атрибути сучасної масової молодіжної культури, він популяризує елітарний спосіб життя, котре інформаційно формує ілюзорний соціокультурний простір та трансформує молодіжну свідомість. Концепт глянцю тісно взаємодіє з концептом гламуру, який відверто сповідує культ людської тілесності та моди. Людина, яка слідкує за модними трендовими оновленнями піддається інформаційно-рекламному впливу, що актуалізує проблеми збереження індивідуальності і внутрішньої духовної свободи. Концепт популярності має значний вплив на світоглядну трансформацію молоді; він спонукає та мотивує до дії і може приводити як до позитивних наслідків у вигляді творчих досягнень, так і до негативних, коли популярність стає єдиним сенсом життя для молодої людини, що позбавляє її цілісного погляду на буття людини, що є самодостатнім в онтологічному сенсі. Концепт тілесності та сексуальності здійснює один з самих значущих трансформаційних впливів відносно інших маніпулятивних стратегій масової молодіжної культури. Ідея сексуальної розкнутості просочує сучасний інформаційний простір, а віртуалізація суспільного життя надає можливість конструювання моделі власної сексуальності в ідеальній формі, абстрагуючись від реальної фізіології. Нарешті, концепт асоціальності демонструє себе як абсолютно

вільну форму самовираження, котра не рахується з моральністю та традиційними суспільними уявленнями. Зазначені концепти взаємодіють один з одним, підтверджуючи взаємну актуальність. Каузальний зв'язок даних концептів з поведінковими реакціями молодіжної соціальної групи є наслідком маркетингової і консьюмеристської стратегії функціонування маскультурного молодіжного простору. Таким чином, молодіжна свідомість піддається постійному трансформаційному впливу з боку різноманітних комерційних, релігійних, політичних та інших структур, котрі модерують очікувані для них суспільні реакції в молодіжному середовищі. Ціннісно-смісловим змістом описуваних концептів є їх спрямованість на потурання людської тілесності, сексуальності, егоцентричності і на вироблення стійкого шаблонного, споживчого та конформістського сприйняття соціокультурних реалій.

Обґрунтована думка про те, що у сучасній українській державі детермінанта віртуалізації мислення і впровадження мережевих комунікацій в широке соціальне, релігійне, економічне і політичне життя проявляє себе за допомогою багатомільйонної залученості українських громадян в описувані процеси і що зазначена детермінанта надає вагомий трансформаційний вплив на соціокультурне, особистісне та світоглядне буття українців. Якщо традиційні засоби масової інформації спрямовані на одностороннє надання інформації, то соціальні мережі за своєю організацією розраховані саме на двосторонній діалог, результат якого часто не відповідає очікуваним реакціям. Відбувається саме стихійна трансформація як української ментальності, так і загальносвітової.

Події української революції 2013 - 2014 рр. показали дієвий соціально-перетворюючий потенціал соціальних мереж, здатний заочно згуртувати багатомільйонні маси і вивести їх на вулиці міст. Зміна української влади, що революційно відбулася, продемонструвала заявку віртуального мережевого простору на статус одного з найважливіших важелів побудови сучасного

громадянського суспільства. Саме молодь, яка не постійна і відсторонена за Е. Тофлером від традиційної прив'язки, готова кидати виклик усьому ортодоксальному. У той же час інформаційний простір дозвілля соціальних мереж демонструє наростання споживчих і конформних настроїв, як усередині українського суспільства Інтернет-споживачів, так і в глобальних масштабах віртуального світу.

Основні положення третього розділу відображенні в наступних авторських публікаціях:

1. Кучерук О. А. Индивидуальность и трансформационные процессы в современном обществе / О. А. Кучерук // Збірник наукових праць (за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції) «Людина віртуальна: нові горизонти». – Рубіжне – Харків – Київ – Житомир – Баку – Ніш – Зелена Гура. – 2015. – с. 17-21.

2. Кучерук О. А. Концепт моды в трансформации молодежного сознания / О. А. Кучерук // Матеріали Міжнародної наукової конференції «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства», 26 – 27 травня 2015 року. – Одеса: ПНПУ, 2015. – с. 81-86.

3. Кучерук О. А. Детерминанта сетевых коммуникаций в формировании массового сознания молодежи / О. А. Кучерук // Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. – №5 (109). – травень 2014. – с. 139-144.

ВИСНОВКИ

У висновках дисертаційного дослідження наведено теоретичне узагальнення викладеного матеріалу та нове вирішення наукового завдання, яке полягає у системному дослідженні різноманітних факторів, які впливають на трансформацію молодіжної свідомості в контексті масової культури та аналізі їх сутнісного змісту.

Викладене у дисертації підсумовують наступні узагальнюючі положення:

1. Проблема трансформації молодіжної свідомості в контексті форм масової молодіжної культури, що постійно видозмінюються, завжди матиме принципово актуальний статус, і відповідатиме темпам модернізації соціокультурних домінант, які мають вплив на позначене явище.

2. Поточний хід осмислення проблематики трансформації молодіжної свідомості в контексті масової культури вимагає постійної і системної філософської рефлексії, з урахуванням і аналізом можливих перспектив розвитку соціокомунікативного простору; дана теза пов'язана з постулативним твердженням про те, що молодь – це соціальна потенція і суспільство імовірнісних можливостей, суспільство, від якого залежить майбутність держав і цивілізації.

3. Досліджене методологічне підґрунтя та сутнісний стан масової та масової молодіжної культури з урахуванням їх трансформаційних особливостей щодо впливу на масову молодіжну свідомість дозволило встановити, що хід новітньої історії показав спрямованість цивілізації до повного сутнісного і якісного перетворення в модусі трансформації культурних традицій, ментальності та аксіології соціуму. Прискорення інформаційних процесів, технологічний прогрес, глобалізація, яка утвердилась, затвердження масової культури в статусі глобальної культурно-

ідейної основи сприяють виникненню нового типу свідомості, позбавленої традиційного культурного базису і цілісної онтології як такої.

4. Сутнісний зміст масової молодіжної культури проявляє себе в кон'юнктурно-комерційній спрямованості функціонування та масовізації свідомості, інтеріоризації, як методі прищеплення західних культурних гештальтів, споживацтві, як особливій світоглядній сукупності поглядів на життєві цінності та світоустрій, гедонізмі, еротизмі, меркантилізмі, нівелюванні індивідуальності, формуванні калейдоскопічного і новоархаїчного світосприйняття. В позитивному контексті ця форма культури являє собою феномен соціального регулятива та адаптації, виконує інтегративну, інформативну та рекреаційну функції в суспільстві.

5. Однією з кризових реалій сучасності є бездумне ставлення до вичерпних ресурсів Планети. У зазначеному сенсі масова культура, з її постійною спрямованістю на стимулювання споживчих відносин, сприяє бездумному перемелюванню обумовлених ресурсних резервів Землі. Це актуалізує дослідження в області масових культурних цінностей з подальшим виробленням світоглядної платформи, спрямованої на осмислення і подолання руйнівних тенденцій.

6. Масова молодіжна культура демонструє власну соціально-трансформаційну значимість за допомогою концептів, які відповідають її сутнісному змісту, і, котрі надають найпряміший вплив на молодіжну аксіологію і алгоритм поведінки. Найзначнішими концептами масової молодіжної культури, на погляд дисертанта, є концепти: популярності, глянцю, гламуру, моди, тілесності, сексуальності і асоціальності. Дані концепти штучно відтворюються певними комерційними структурами, виконують функцію соціальної регуляції але також сприяють форматуванню та стандартизуванню свідомості, розмиттю індивідуальної екзистенції людської душі.

7. Сукупність сучасних інформаційних домінант, котра спрямована на трансформацію молодіжної свідомості постає поточним етапом розвитку масової молодіжної культури, який обумовлений інтегруванням цієї форми культури в віртуальний простір, що послугувало збільшенням ефективності її технології впливу на масову молодіжну свідомість. Традиційні носії масової інформації в контексті масового впливу все виразніше поступаються своїми позиціями віртуальному простору мережі Інтернет, який демонструє, у свою чергу, генезис якісно нової соціальної формації – мережевого комп'ютерного співтовариства.

8. Соціокультурні трансформаційні фактори масової молодіжної культури сприяють міфологізації молодіжної свідомості за допомогою друкованих джерел, аудіовізуальних і віртуальних ретрансляційних технологій, а саме: утопічна та абсурдистська література, молодіжна рок-музика, Інтернет-джерела та мережеві комунікації, молодіжні кінострічки та серіали, ігровий простір Інтернету.

9. Виникнення молодіжних субкультур їх онтологічна трансформація, яка замовлена впливом масової молодіжної культури на буття субкультур, та перехід зазначених організацій в стан постсубкультур позначає себе в подальшому розвитку та функціонуванні на основі економічної доцільності. Концепт моди у зазначеному контексті виконує головну комерційну задачу – відтворення субкультурних спільнот відповідно до ринкових механізмів функціонування. Прагнення до набуття індивідуальності в субкультурі, таким чином, замінюється симулякром зовнішньої і несправжньої неординарності, що штучно конструюється модераторами молодіжного маскультурного поля.

10. Технологічний детермінізм, помножений на доступність електронних носіїв інформації, сприяє трансформації молодіжної свідомості та формуванню покоління нової ери, вихованому на цінностях рекреаційного простору масової молодіжної культури. Дане покоління егоцентричне за

своєю природою, що демонструє себе за допомогою молодіжних електронних профілів у соціальних мережах, в яких, наприклад, традиція сольної гламурноорієнтованої фотосесії, має найширшу популярність.

11. Спрямованість на самого себе, самолюбність, амбіційність молоді є наслідками, насамперед, ціннісно-орієнтованих установок масової молодіжної культури, а переважання її концептного змісту (гламуру, моди, глянцю і т. п.) в масовій молодіжній свідомості обумовлено сучасними глобальними тенденціями соціокультурного розвитку.

12. Комунікативний потенціал мережі Інтернет проявляє свій вплив на трансформацію української ментальності за допомогою мережових комунікацій, фактору розвитку блогосфери та взагалі завдяки масовому поширенню світу інформаційних технологій в нашому суспільстві.

13. Завдяки мережовим технологіям в Україні, як і в більшості постсоціалістичних країн, зароджується новий тип відносин влада ↔ народ, в яких останній отримує реальні технології та важелі впливу на демократичні процеси державного будівництва, це дозволяє виробляти регулятивну державну політику України в питаннях молодіжного життя. Відкритість Інтернету сприяє інтегративним процесам в українському суспільстві, але віртуальне середовище також являє собою вразливий інформаційний простір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аброзе Е. А. Индустрия моды в условиях глобализации культуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. культурол.: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры культуры» / Евгений Артурович Аброзе. – Санкт – Петербург, 2006. – 18 с.
2. Аксютенко Н. А. Философско – мировоззренческие проблемы молодежной субкультуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.01. «онтология и теория познания» / Наталья Алексеевна Аксютенко. – М , 2007. – 27 с.
3. Андреева Т. О. Феномен людства та його соціально-філософська концептуалізація: автореф. дис. на співшук. наук. ступ. канд. філософ. наук: спец. 09.00.03. – соціальна філософія та філософія історії / Тетяна Олександрівна Андреева, Харків, 2004. – 29 с.
4. Андрієнко О. В. Соціальна міфологія у контексті суспільних трансформацій: автореф. дис. на співшук. наук. ступ. канд. філософ. наук: спец. 09.00.03. – соціальна філософія та філософія історії / Ольга Володимірівна Андрієнко. – Донецьк, 2008. – 19 с.
5. Андрійчук Т. В. Українська ментальність та імператив України / Т. В. Андрійчук // Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія. – № 1 (5), 2015. – с. 7-11.
6. Аронсон Э. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме / Э. Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
7. Ашин Г. К. Доктрина массового общества / Геннадий Константинович Ашин. – М.: Политиздат, 1971. – 256 с.
8. Ашин Г. К. Критика современных буржуазных концепций лидерства / Геннадий Константинович Ашин. – М. : Мысль, 1978. – 136 с.

9. Барт Р. Мифологии / Ролан Барт ; [пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина]. – М.: Академический Проект, 2008. – 351 с. – (Философские технологии).
10. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
11. Батай Ж. Внутренний опыт / Жорж Батай; [пер. с франц., послесловие и комментарии С.Л. Фокина]. – СПб.: Аксиома, Мифрил, 1997. – 336 с. (Критическая библиотека).
12. Батай Ж. Проклятая доля / Жорж Батай; [пер. с франц. Б. Скуратов]. – М.: Издательство «Гнозис», Издательство «Логос», 2003. – 208 с.
13. Бауман З. Индивидуализированное общество / Зигмунт Бауман; [Пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева]. — М.: Логос, 2005. — 390 с.
14. Безрукова О. Н. Социология молодежи: Учебно-методическое пособие. Факультет социологии СПбГУ / Ольга Николаевна Безрукова. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2004. – 35 с.
15. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования / Дэниел Белл. – М.: Academia, 1999. – 956 с.
16. Белобородов Д. В. Онтология современной культуры: философско – методологические аспекты: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 09.00.01. «онтология и теория познания» / Дмитрий Владимирович Белобородов. – Москва, 2007. – 38 с.
17. Беляев Д. А. Концепт «супергерой» как локальный вариант модели сверхчеловека в актуальном пространстве массовой культуры / Дмитрий Анатольевич Беляев // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2013. – №2. – с.35-42.
18. Бенуас Л. Знаки, символы и мифы / Люк Бенуас; [пер. с фр. А. Калантарова]. – М.: ООО Изд-во «Астрель», 2004. – 160 с.
19. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / Вальтер Беньямин [предисловие,

- составление, перевод и примечания С. А. Ромашко]. – М.: «Медиум», 1996. – 239 с.
20. Бердяев Н. А. Философия свободы. Смысл творчества / Николай Александрович Бердяев. – М.: Правда, 1989. – 607 с.
21. Бессонов Е. Г. Ценностные ориентиры духовной культуры молодежи: философско-аксиологический анализ: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.13 «религиоведение, философская антропология, философия культуры» / Евгений Георгиевич Бессонов. – Санкт-Петербург, 2006. – 20 с.
22. Белоброва О. Д. Соціальна диференціація суспільства в умовах його трансформації: соціально-філософський аспект: дис. на співшук. наук. ступ. канд. філософ. наук: спец. 09.00.03. – соціальна філософія та філософія історії / Ольга Димитріївна Белоброва. – Одеса, 2009. – 191 с.
23. Биричевская О. Ю. Природа и социальные функции массовой культуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 09.00.11. «социальная философия» / Ольга Юрьевна Биричевская. – Санкт-Петербург, 2006. – 30 с.
24. Блаватская Е. П. Разоблаченная Изида. Том 2. / Елена Петровна Блаватская; [пер. с англ. К. Леонова, О. Колесникова]. – М.: Эксмо, 2007. – 832 с. – (Великие посвященные).
25. Бодрийяр Ж. Америка (1986) / Жан Бодрийяр; [пер. с франц. Д. Калугин]. – СПб.: Владимир Даль, 2000. – 204 с.
26. Бодрийяр Ж. Фрагменты из книги «О соблазне» / Ж. Бодрийяр // Иностранная литература. – 1994. – № 1. – С. 59-66.
27. Бондаренко И. А. Феноменология бытийственного сознания (опыт метафизики человеческого существования) / Игорь Александрович Бондаренко. – М.: Изд-во МГУК, 2000. – 180 с.
28. Бондаренко О. В. Українська ментальність в розмаїтті національних ментальних формоутворень й архетипів: історико-культурний аспект /

- О. В. Бондаренко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – № 32. – 2008. – с. 66-78.
29. Бондаренко Т. А. Виртуальная реальность в современной социальной ситуации (Virtual reality in contemporary social situation): автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 09.00.11 «социальная философия» / Тамара Алексеевна Бондаренко. – Ростов – на – Дону, 2007. – 52 с.
30. Боринштейн Е. Р. Изменение ценностных установок современного украинского общества в условиях социокультурной трансформации // Е. Р. Боринштейн / Міжнародна наукова конференція «Традиція та інновація в науці та освіті». – Одеса, 2010. – С. 63—65.
31. Боринштейн Е. Р. Личность : ее языковые ценностные ориентации / Е. Р. Боринштейн, А. А. Кавалеров. – Одесса : Астропринт, 2001. – 164 с.
32. Быстрицкий Е. К. Феномен личности: мировоззрение, культура, бытие / Евгений Константинович Быстрицкий. – Киев, 1991. – 216 с.
33. Бэрон Р. Социальная психология группы: процессы, решения, действия / Р. Бэрон, Н. Керр, Н. Миллер. – СПб.: Питер, 2003. – 272 с.: ил. – (Серия «Концентрированная психология»).
34. Вавренюк Р. Мистификации истории / Руслан Вавренюк. – Харьков, 2005. – 206 с.
35. Вагурин В. А. Синергетика эволюции современного общества / Владимир Афанасьевич Вагурин. – Луганск: Копицентр, 2005. – 200 с.
36. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / Иммануил Валлерстайн ; [Пер с англ. П. М. Кудюкин, под общей ред. Б. Ю. Кагарлицкого]. — СПб. : Университетская книга, 2001. — 416 с.
37. Вико Дж. Основание новой науки о природе наций / Джамбаттиста Вико. – М., Киев: «REFL-Вок» – «Иса», 1994. – 540 с.

38. Волков Е. Н. Методы вербовки и контроля сознания в деструктивных культурах / Е. Н. Волков // Журнал практического психолога. – 1996. – №3. – С. 4-10.
39. Воробьева Т. А. История ансамбля «Битлз» / Тамара Александровна Воробьева. – Л. : Музыка, 1990. – 285 с., ил.
40. Выжлецов Г. П. Аксиология культуры / Геннадий Павлович Выжлецов. – СПб: СПб ГУ, 1996. – 150 с.
41. Галанина К. В. Миф как феномен современной культуры / К. В. Галанина // Вестник Томского государственного университета. – Выпуск № 305. – декабрь, 2007. – с. 51.
42. Гелбрейт Д. Новое индустриальное общество / Джон Гелбрейт. – М.-СПб.: АСТ, 2004. – 602 с.
43. Геллнер Э. Слова и вещи / Эрнест Геллнер; [Пер. с англ. И. Добронравов, В. Швырев]. — М. : Иностранная литература, 1962. — 344 с.
44. Геннон Р. Кризис современного мира / Рене Генон. – М. : Эксмо, 2008. – 784 с. – (Антология мысли).
45. Голосовкер Я. Э. Логика мифа / Яков Эммануилович Голосовкер. – М.: Наука, 1987. – 218 с.
46. Гофман А. Б. Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения / Александр Бенционович Гофман. – М.: Наука, 1994. – 452с.
47. Грушин Б. А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения / Борис Андреевич Грушин. – М.: Искусство, 1987. – 312 с.
48. Губарева О. А. Социокультурные основания трансформации молодежной культуры в условиях информатизации современного общества: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 22.00.05. «социология культуры, духовной жизни» / Ольга Анатольевна Губарева. – Курск, 2006. – 21 с.

49. Губман Б. Современная философия культуры / Борис Львович Губман. – М. : РОСПЭН, 2005. – 536 с.
50. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Лев Николаевич Гумилев. – М. : АСТ: Астрель, 2010. – 548 с.
51. Дворкин А. Л. Сектоведение. Тоталитарные секты. Опыт систематического исследования / Александр Леонидович Дворкин. – Нижний Новгород : Издательство братства во имя св. князя Александра Невского, 2002. – 554 с. – (Православие и современность) (Издание 3 – переработанное и дополненное).
52. Дельоз Ж. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / Жиль Дельоз, Феликс Гваттари [пер. с франц. и послесл. Д. Кралечкина, науч. ред. В. Кузнецов]. – Екатеринбург : У – Фактория, 2008. – 672 с. – (Philosophy).
53. Делюмо Ж. Ужасы на Западе / Жан Делюмо; [пер. с франц. Н. Епифанцев]. — М. : Голос, 1994. — 408 с.
54. Деррида Ж. Эссе об имени / Жак Деррида; [пер. с франц. Н.А. Шматко]. – СПб: Алетейя, 1998. – 328 с.
55. Добролюбка Ю. А. Філософія історії типи та моделі [монографія] / Юлія Андріївна Добролюбка [наук. ред. А. И. Кавалеров]. – Одеса : Астропринт, 2010. – 232 с.
56. Добролюбская Ю. А. Ментальность и «коллективные представления» как основа методологии истории / Ю. А. Добролюбская, В. И. Шамко // Наукове пізнання: методологія та технологія. — Вип. 1-2. — Одеса : Астропринт, 1998. — С. 99-102.
57. Добролюбська Ю. А. Історична освіта та синтетичні тенденції філософії історії / Ю. А. Добролюбська // Перспективи. – № 3 (61). – 2014. – С. 35–40.
58. Добролюбська Ю. А. Принцип холізму в постнеокласичній філософії історії / Ю. А. Добролюбська // Грані. Науково–теоретичний і

- громадсько–політичний альманах. – №3 (107) березень 2014. – Дніпропетровськ, 2014. – С. 6–11.
- 59.Добролюбська Ю. А. Смерть як проблема соціокультурної свідомості / Ю. А. Добролюбська // Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету. — Вип. 1. — Одеса : Вість, 1997. — С. 9-13.
- 60.Добролюбська Ю. А. Шляхи трансформації історичної освіти у ракурсі постмодернізму / Ю. А. Добролюбська // Перспективи. – № 4 (58). – 2013. – С. 35–40.
- 61.Долгова Ю. А. Социальный феномен глянцевых журналов в культуре потребления молодежи (на примере Саратовской области): автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. социол. наук: спец. 22.00.06 «Социология культуры» / Юлия Александровна Долгова. – Саратов, 2011. – 19 с.
- 62.Ерасов Б. С. Социальная культурология / Борис Сергеевич Ерасов. – М.: Аспект-пресс, 2000. – 620 с.
- 63.Ершова-Бабенко И. В. Психосинергетические стратегии человеческой деятельности. Концептуальная модель: монография / Ирина Викторовна Ершова-Бабенко. – Киев : Книга-Нова, 2005. – 368 с.
- 64.Жижек С. Возвышенный объект идеологии / Славой Жижек; [пер. с англ. В. Софронова]. – М.: Художественный журнал, 1999. – 460с.
- 65.Земрах Т. В. Базовые ценности современной молодежной культуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.13 «религиоведение, философская антропология, философия культуры» / Татьяна Витальевна Земрах. – Ростов – на – Дону, 2005. – 26 с.
- 66.Зоркая Н. М. Уникальное и тиражированное: средства массовой информации и репродуцированное искусство / Нея Марковна Зоркая. – М. : Искусство, 1981. – 167 с.
- 67.Ивакин А. А. Диалектическая философия: издание второе, переработанное и дополненное / Алексей Аркадьевич Ивакин. —

- Одесса : Фенікс, Сумы : Університетська книга, М. : ТрансЛит. — 2007. — 440 с.
- 68.Иванов Д. В. Критическая теория и виртуализация общества / Д. В. Иванов // Социс. — 1999. — № 1. — С. 32-40.
- 69.Иванов Д. В. Императив виртуализации: Современные теории общественных изменений / Д. В. Иванов; [предисл. А. О. Бороноева]. — Санкт – Петербург : Спб.: изд – во С. – Петерб. ун – та, 2002. — 212 с.
- 70.Иванов Р. Н. Формирование идентичности в условиях массовой культуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 24.00.01. «Теория и история культуры» / Р. Н. Иванов. — Омск, 2012. — 19 с.
- 71.Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа / Илья Петрович Ильин. — М. : Интрада. — 1998. — 255 с.
- 72.Иовлева Т. В. Популярность личности как феномен культуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. культурол.: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры культуры» / Татьяна Владимировна Иовлева. — Челябинск, 2011. — 30 с.
- 73.Ионин Л. Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие / Леонид Григорьевич Ионин. — М. : Логос, 2000. — 432 с.
- 74.Каган М. С. Философская теория ценности / Моисей Самойлович Каган. — СПб: Петрополис, 1997. — 205 с.
- 75.Каган М. С. Человеческая деятельность. (Опыт системного анализа) / Моисей Самойлович Каган. — М. : Политиздат, 1974. — 328 с.
- 76.Камю А. Бунтующий человек. Философия. Политика. Искусство / Альбер Камю; [Пер. с фр.] — М. : Политиздат, 1990. — 415 с. — (Мыслители XX века).

77. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения / Иммануил Кант; [под ред. Л. В. Арсеньева]. — СПб. : Наука, 1999. — 471 с. — (Сер. «Слово о сущем»).
78. Карцева Е. Н. Кич или торжество пошлости / Е. Н. Карцева. — М.: Искусство, 1977. — 159 с.
79. Кастанеда К. Второе кольцо силы. Дар Орла / Карлос Кастанеда; [пер. с англ.]. — М.: ООО Издательство «София», 2007. — 560 с.
80. Кастанеда К. Искусство сновидения. Активная сторона бесконечности. Колесо времени / Карлос Кастанеда; [пер. с англ.]. — М.: ООО Издательство «София», 2007. — 608 с.
81. Кастанеда К. Огонь изнутри. Сила безмолвия / Карлос Кастанеда; [пер. с англ.]. — М.: ООО Издательство «София», 2007. — 528 с.
82. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышление об Интернете, бизнесе и обществе / Мануэль Кастельс; [пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова]. — Екатеринбург.: У – Фактория (при участии издательства гуманитарного ун – та), 2004. — 328 с. — (Серия «Академический бестселлер»).
83. Климова Л. Е. Массовая культура и личность: культурфилософский аспект: дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.13 «религиоведение, философская антропология, философия культуры» / Людмила Евгеньевна Климова. — Ставрополь, 2005. — 150 с.
84. Кнабе Г. С. Избранные труды. Теория и история культуры / Георгий Степанович Кнабе. — М. — СПб. : Летний сад; М.: РОССПЭН, 2006, с. 20–50.
85. Князева Е. Н. Основания синергетики. Синергетическое мировидение / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. — М.: КомКнига, 2005. — 240 с.
86. Козловски П. Культура постмодерна: Общественно-культурные последствия технического развития / Петер Козловски; [пер. с нем. Л. В. Федорова и др.]. — М. : Республика, 1997. — 238 с.

87. Колесник М. В. Телесность массовой культуры : автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.13 «религиоведение, философская антропология, философия культуры» / Михаил Васильевич Колесник. – Омск, 2007. – 22 с.
88. Кольев А. Н. Политическая мифология: реализация социального опыта / А. Н. Кольев. – М.: Логос, 2003. – 387 с.
89. Костина А. В. Культурология: учебник / Анна Владимировна Костина. — 5-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2010. – 336 с.
90. Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества / Анна Владимировна Костина. Изд. стереотип. – М. : Книжный дом «Либроком», 2013. – 352 с.
91. Костина А. В. Массовая культура: архаические истоки или «новая религиозность»? / А. В. Костина // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2009. – № 105. – С. 17-33.
92. Костина А. В. Соотношение и взаимодействие традиционной, элитарной и массовой культур в социальном пространстве современности (Ratio and interaction of traditional , elite and mass culture in the social space of modernity): автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 24.00.01 «теория и история культуры» / Анна Владимировна Костина. – М., 2009. – 38 с.
93. Коэльо П. Алхимик. / Пауло Коэльо; [пер. с португ. А. Богдановского]. – К.: «София», 2006. – 224 с.
94. Красильщиков В. А. Ориентиры грядущего: постиндустриальное общество и парадоксы истории / В. А. Красильщиков // Общественные науки и современность. – М. : Наука, 1993. – № 2. – С. 172-179.
95. Кроливецкая И. Е. Процессы ремифологизации массового сознания в современном российском обществе: дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.01. «социальная философия» / Ирина Евгеньевна Кроливецкая. – зерноград, 2010. – 171 с.

96. Крымский С. Б. Философия как путь человечности и надежды / Сергей Борисович Крымский. — К. : Курс, 2000. — 308 с.
97. Кукаркин А. В. Буржуазная массовая культура. Теории. Идеи. Разновидности. Образцы / Александр Викторович Кукаркин. — М. : Политиздат, 1985. — 399 с.
98. Куликов И. Новые религиозные организации России деструктивного, оккультного и неоязыческого характера: [справочник]. Изд. 3-е, дополненное и переработанное. — Т.1. Сатанизм: аналитическое исследование / И. Куликов. — М., 1999. — С. 43-45.
99. Курганский К. С. Генезис и метаморфозы молодежной культуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 24.00.01 «теория и история культуры» / Константин Сергеевич Курганский. — Белгород, 2006. — 23 с.
100. Кучерук О. А. Индивидуальность и трансформационные процессы в современном обществе / О. А. Кучерук // Збірник наукових праць (за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції) «Людина віртуальна: нові горизонти». — Рубіжне — Харків — Київ — Житомир — Баку — Ніш — Зелена Гура. — 2015. — С. 17-21.
101. Кучерук О. А. Детерминанта сетевих коммунікацій в формуванні масового свідомості молоді / О. А. Кучерук // Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. — №5 (109). — травень 2014. — С. 139-144.
102. Кучерук О. А. Массовая культура как феномен современности / О. А. Кучерук // Наукове пізнання: методологія та технологія. — № 2 (31). — 2013. — С. 89-96.
103. Кучерук О. А. Мифологизация молодежного сознания в контексте деятельности деструктивных религиозно-мистических организаций / О. А. Кучерук // Гілея. Науковий вісник. — №1 (80). — 2014. — С. 77-81.

104. Кучерук О. А. Социокультурный аспект молодежных субкультурных течений / О. А. Кучерук // Перспективи. Соціально-політичний журнал. – № 2 (60). – 2014. – С. 44-50.
105. Лавренчук Е. А. Аутопойезис социальных сетей в интернет пространстве: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.11 «социальная философия» / Егор Александрович Лавренчук. – М., 2011. – 20 с.
106. Лебедев О. Т. Цивилизация будущего: информационная, интеллектуальная? / О. Т. Лебедев, Т. Ю. Филиппова // Маст, 2000. – № 1. – С. 44-46.
107. Лебон Г. Психология толп. Мнение и толпа / Г. Лебон, Г. Тард. – М. : Институт психологии РАН, КСП+, 1998. – 416 с.
108. Леви В. Л. Искусство быть собой / Владимир Львович Леви. — Изд. обновл. — М. : Знание, 1990. — 256 с.
109. Леви-Строс К. Структурная антропология / Клод Леви-Строс ; [Пер. с франц. В. В. Иванов]. — М. : Эксмо-пресс, 2001. — 512 с.
110. Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.11 «социальная философия» / Александр Михайлович Лещенко. – Пятигорск, 2011. – 25 с.
111. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Жан-Франсуа Лиотар ; [Пер. с франц. Н. А. Шматко]. — М. : Алетейя, 1998. — 159 с.
112. Лосев А. Ф. Знак. Символ / Алексей Федорович Лосев. – Миф. М.: МГУ, 1982. – 480 с.
113. Лосев А. Ф. Философия. Мифология. Культура. / Алексей Федорович Лосев. – М.: Политиздат, 1991. – 525 с. – (Мыслители XX века).
114. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике культуры и искусства / Юрий Михайлович Лотман. – СПб: Академический проект, 2002. – 543 с.

115. Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры / Герберт Маршалл Маклюэн; [пер. с англ. А. Юдина]. – К.: Ника – Центр, 2004. – 432 с. (Серия «Сдвиг парадигмы»; Вып.1).
116. Маліс О. В. Розвиток Інтернету як комунікативного засобу та його вплив на діяльність суб'єктів політичного процесу в Україні: автореф. дисс. на здобут. наук. ступ. канд. політич. наук: спец. 23.00.02 «політичні інститути та процеси» / Олександр Владіславович Маліс. – К., 2009. – 23 с.
117. Мамфорд Л. Миф машины. Техника и развитие человечества / Льюис Мамфорд; [пер. с англ. Т. Азаркович, Б. Скуратов (1 глава)]. – М. : Логос, 2001. – 408 с.
118. Манхейм К. Избранное: Диагноз нашего времени / Карл Манхейм; [пер. с нем. и англ.]. – М. : Изд – во «РАО Говорящая книга», 2010. – 744 с. – (Книга света).
119. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Герберт Маркузе; [Пер. с англ., послесл., примеч. А. А. Юдина; сост. предисл. В. Ю. Кузнецова]. – М. : ООО Издательство «АСТ», 2003. – 526 с.
120. Маслоу А. Мотивация и личность. 3 – е изд. / Абрахам Маслоу [пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с. – (Серия «Мастера психологии»).
121. Массовая культура: Учебное пособие / К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая и др. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. – 304 с.
122. Махлина С. Т. Семиотика культуры и искусства. Опыт энциклопедического словаря. Ч. 1. А-Л / Светлана Тевельевна Махлина. – СПб. : Изд-во СПбГУКИ, 2000. – 256 с.

123. Махлина С. Т. Семиотика культуры и искусства. Опыт энциклопедического словаря. Ч. 2. М-Я / Светлана Тевельевна Махлина. – СПб. : Изд-во СПбГУКИ, 2000. – 296 с.
124. Миф и художественное сознание XX века / [отв. ред. Н.А. Хренов]; Гос. ин – т искусствозн. – М., 2011. – 686 с.
125. Мунтен М. Постиндустриальное общество и устойчивое развитие в XXI веке / Мунтен М. // Безопасность Евразии. – 2001. – № 2. – С. 98-112.
126. Мунтен М. Постиндустриально-информационное общество как концепция новой глобальной цивилизации / М. Мунтен // Безопасность Евразии. – 2000. – № 1. – С. 78-89.
127. Мысык И. Г. Философские основания лингвистического времени: Монография / Ирина Георгиевна Мысык. – Одесса : Феникс, 2009. – 254 с.
128. Набок И. Л. Рок-культура как эстетический феномен: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 09.00.04. «эстетика» / Игорь Леонтьевич Набок. – М., 1993. – 42 с.
129. Нагорская Т. Н. Мода как ценностно – формирующий фактор современной западноевропейской культуры: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук.: спец. 09.00.13 «религиоведение, философская антропология, философия культуры» / Татьяна Николаевна Нагорская. – Ростов – на – Дону, 2009. – 26 с.
130. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М. : «Аванти плюс», 2003. – 428 с.
131. Ницше Ф. Так говорил Заратустра / Фридрих Ницше. – М. : ИФ РАН, 2004. – 384 с.

132. Ольшанский Д. В. Психология масс / Дмитрий Вадимович Ольшанский. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с. – (Серия «Мастера Психологии»).
133. Онтология и эпистемология синергетики / отв. ред. В. И. Аршинов, Л. П. Киященко. – М., 1997. – 159 с.
134. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры : [Сборник : Перевод] / Хосе Ортега-и-Гассет ; [вступ. ст. Г. М. Фридлендера]. – М. : Искусство, 1991. – 586 с.
135. Панина Н. Молодежь Украины: структура ценностей, социальное самочувствие и морально-психологическое состояние в условиях тотальной аномии / Наталья Панина // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2001. — № 1. — С. 5—26.
136. Пелевин В. О. Жизнь насекомых / Виктор Олегович Пелевин. – М., 2003. – 239 с.
137. Пелевин В. О. Священная книга оборотня: Роман. / Виктор Олегович Пелевин. – М. : Изд – во Эксмо, 2004. – 384 с.
138. Перин Р. В. Проблема социально – критической функции философии в учении Франкфуртской школы: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.03 «история философии»; 09.00.11 «социальная философия»/ Руслан Владимирович Перин. – Тверь, 2006. – 20 с.
139. Петров В. Е. Практики праздности в современной молодежной культуре: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 24.00.01 «теория и история культуры (философские науки)» / Вадим Евгеньевич Петров. – Великий Новгород, 2012. – 21 с.
140. Платон Собрание сочинений в 4 т. / Платон; [Общ. ред. А. Ф. Лосева и др.; Пер. с древнегреч.]. — М. : Мысль, 1990. — Т. 1. — 860 с. — (Филос. наследие).

141. Поліщук І. О. Традиційна українська ментальність: ретроспективний огляд / І. О. Поліщук // Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. – 2015. – с. 130-138.
142. Понарина Н. Н. Феномен глобализации и перспективы общественного прогресса: социально – философский анализ: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 09.00.11 «социальная философия» / Н. Н. Понарина. – Краснодар, 2011. – 53 с.
143. Попков В. В. Постсовременный мир, или Наша жизнь как глобальный трансформер / В. В. Попков // АВЕ, Одесса, 2007 – С. 192-194.
144. Попков В. В. Раскрепощение духа. Феномен революции в социальной философии Н. Бердяева / Василий Васильевич Попков. – Одесса: Астропринт, 2007. – 304 с.
145. Попков В. В. Н. Бердяев: от революции социальной к революции духа / Василий Васильевич Попков. – Одесса : Астропринт, 2002 – 176 с.
146. Проблема человека в западной философии: Переводы [Сост. и послесл. П. С. Гуревич; Общ. ред. Ю.Н. Попова]. – М. : Прогресс, 1988. – 552 с.
147. Проблемы философии культуры : опыт историко-материалистического анализа : [под ред. В. Ж. Келле]. – М. : Мысль, 1984. – 325 с.
148. Пунченко О. П. Информатизация и демократизация образования как общенаучная проблема / Пунченко О. П. // Наукове пізнання: методологія та технологія. – 2002. – № 10. – С. 159-164.
149. Райнов Б. Массовая культура / Богомил Райнов. – София.: Издательство наука и искусство, 1974. – 486 с.

150. Ройфе А. Б. Неомифологическая фантазия в фантастике XX века / Августа Борисовна Ройфе. – М. : ООО Международный центр фантастики, 2006. – 96 с.
151. Руднева Д. А. Гламур и его презентации в культуре постиндустриального общества на рубеже XX – XXI вв.: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. культурол.: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры культуры» / Дарья Анатольевна Руднева. – Екатеринбург, 2011. – 19 с.
152. Савельева И. Г. Массовая и популярная культура в современном обществе: коммуникационный аспект: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. социологич. наук: спец. 22.00.04 «социальная структура, социальные институты и процессы» / Ирина Геннадьевна Савельева. – Казан, 2000. – 23 с.
153. Самойлова В. Е. Трансформация образа трикстера в современной массовой культуре (на материале комиксов о супергерое): автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.14 «Философия религии и религиоведение» / Виктория Евгеньевна Самойлова. – Санкт – Петербург, 2013. – 27 с.
154. Світ соціальних комунікацій: наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 4. – К. : КиМУ, ДонНУ, 2011. – 142 с.
155. Сидорова Н. В. Онтологические основания ценностей и ценностных ориентиров автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.01. «онтология и теория познания» / Надежда Васильевна Сидорова. – Якутск, 2010. – 25 с.
156. Сковорода Г. Сочинения в двух томах. Т. 1. / Григорий Сковорода. – М. : Мысль. – 1973. – 511 с.
157. Сковорода Г. Сочинения в двух томах. Т. 2. / Григорий Сковорода. – М. : Мысль. – 1973. – 488 с.

158. Соколов Е. Г. Аналитика масскульты / Е. Г. Соколов. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – 276 с.
159. Соколов Е. Г. Аналитика массовой культуры: дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 24.00.01. «теория и история культуры» / Евгений Георгиевич Соколов. – Санкт – Петербург, 2002. – 321 с.
160. Социальная философия Франкфуртской школы (Критические очерки) / [Ред. коллегия: Б. Н. Бессонов]. – М. : «Мысль»; Прага, «Свобода», 1975. – 359 с.
161. Социология молодежи: Учебник; [под ред. проф. В. Т. Лисовского]. – СПб. : Изд – во С. – Петербургского университета, 1996. – 460 с.
162. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства: [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б – ка ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.
163. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К. : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
164. Спиноза Б. Избранные произведения. В двух томах. Т.1. / Бенедикт Спиноза; [под ред. В. В. Соколова]. — М.: Гос. Изд. Полит. Литер., 1957. – 631 с.
165. Стадлер Т. М. Массовая культура как продукт социального конструирования: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.01 «социальная философия» / Татьяна Михайловна Стадлер. – Нижний Новгород, 2011. – 22 с.
166. Суворов Н. Н. Элита и масса в пространстве посткультуры / Н. Н. Суворов // Философский Петербург. – М. : Гуманитарий, 2004. – С. 380–396.

167. Суворов Н. Н. Элитарное и массовое сознание в художественной культуре постмодернизма : автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 24.00.01. «теория и история культуры» / Николай Николаевич Суворов. – Санкт – Петербург, 2005. – 42 с.
168. Тойнби А. Дж. Исследование истории: Цивилизации во времени и пространстве / Арнольд Джозеф Тойнби; [пер. с англ. К. Я. Кожурина]. – М. : АСТ: АСТ МОСКВА, 2009. – 863 с.
169. Тоффлер Э. Шок будущего / Элвин Тоффлер; [пер. с англ. : Е. Руднева (введение, гл. 1-3); Л. Бурмистрова (гл. 4-5); К. Бурмистров (гл. 6-7); И. Москвина-Тарханова (гл. 8); А. Микиша (гл. 9, 15, 16); А. Мирер (гл. 10, 11); В. Кулагина-Ярцева (гл. 12-14); Н. Хмелик (гл. 17, 19, 20); Е. Комарова (гл. 18)]. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.
170. Тульчинский Г. Л. Постчеловеческая персонология. Новые перспективы свободы и рациональности / Г. Л. Тульчинский. – СПб: Алетейя, 2002. – 677 с.
171. Усов Д. В. Масовість як фактор тотальної міфологізації суспільної свідомості / Д. В. Усов // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: Зб. наук. праць. – К. : Знання, 2000. – С. 69-81.
172. Усов Д. В. Сучасна міфологія в системі масової комунікації / Д. В. Усов // Філософія, культура, життя: Міжвузівськ. зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2001. – Вип. 11. – С. 103-114.
173. Усов Д. В. Технологии создания мифов в современном массовом сознании / Д. В. Усов // Символ, миф, обряд: традиции и современность: Материалы междунар. науч. конф. – Киев, 2000. – Ч. 2. – С. 16-19.

174. Усов Д. В. Міфологізація свідомості в сучасному суспільстві / Д. В. Усов // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: Зб. наук. праць. – К. : Знання, 1998. – С. 53-58.
175. Усов Д. В. Міфологічні вірування як елемент виховання в тоталітарному суспільстві / Д. В. Усов // Проблеми освіти: Наук.-метод. зб. – К. : ІЗМН, 1998. – Вип. 16. – С. 152-160.
176. Философия: учеб. пособие для высших учебных заведений / отв. ред. В. П. Кохановский. – Изд. 18-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 574 с. – (Высшее образование).
177. Философский словарь / авт.-сост. С. Я. Подопригора, А. С. Подопригора. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 562 с. – (Словари).
178. Філософія. Навчальний посібник для студентів вузів / Авторський колектив під керівництвом д-ра філ. наук, проф. Ю. В. Осічнюка, д-ра соціології, проф. В. С. Зубова. – К. : Фірма «Фіта», 1994. – 384 с. – Рос. Мовою.
179. Флиер А. Я. Массовая культура и ее социальные функции / А. Я. Флиер // Общественные науки и современность. 1998. - № 6. – С. 138-148.
180. Фрейд З. По ту сторону принципа наслаждения; Я и Оно; Неудовлетворенность культурой / Зигмунд Фрейд. – СПб.: Алетейя, 1998. - 251 с.
181. Фрейд З. Введение в психоанализ: Лекции / Зигмунд Фрейд; [авторы очерка о Фрейде В. Ф. Бассин, М. Г. Ярошевский]. – М. : Наука, 1991. – 456 с.
182. Фромм Э. Бегство от свободы / Эрих Зелигманн Фром. – М. : Прогресс, 1990. – 328 е.
183. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Мишель Фуко [Пер. с франц. В. П. Визгина, Н. С. Автономова, вступительная

- статья Н. С. Автономовой,]. – Санкт-Петербург : Спб., А – cad, 1994. – 405 с.
184. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет / Мишель Фуко; [пер. с франц. С. Табачниковой] — М., Касталь, 1996. — 448 с.
185. Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее. Последствия биотехнологической революции / Есихиро Фрэнсис Фукуяма. – М.: Аст, 2004. – 349 с.
186. Хагуров Т. А. Постмодернизм в поле массовой культуры / Т. А. Хагуров // Социологические исследования. – 2007. – № 9. – С. 125-130.
187. Хайдеггер М. Бытие и время / Мартин Хайдеггер; [пер.с нем. В. Библихина, ред. В. Айрапетяна]. — М.: Ad Marginem, 1997. — 452 с.
188. Халапсис А. В. Постнеклассическая метафизика истории / Алексей Владиславович Халапсис. – Днепропетровск : Инновация, 2008. – 278 с.
189. Хвыля – Оринтер Н. А. Национально – культурная идентичность современной российской молодежи в условиях глобализации: методология социологического анализа: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. социол. наук: спец. 22.00.01 «теория, история и методология социологии» / Надежда Андреевна Хвыля – Оринтер . – М, 2010. – 25 с.
190. Хижняк И. А. Парадоксы рок музыки: мифы и реальность / Игорь Антонович Хижняк. – К.: Молодь, 1989. – 296 с.: ил.
191. Хлебнікова А. А. Методологія аналізу мережевих комунікацій як механізму конструювання комунікативного простору / А. А. Хлебнікова // Гуманітарний вісник ЗДІА. – № 57. – 2014. – с. 80-89.
192. Хоркаймер М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / Макс Хоркаймер, Теодор Адорно [пер. с нем.

- М. Кузнецова]. – М., Санкт – Петербург. : «Медиум», «Ювента», 1997. – 310 с.
193. Цибра М. Ф. Метанойя : Філософсько-етичний аспект : [монографія] / Микола Федорович Цибра. – Одеса : Астропринт, 2006. – 240 с.
194. Чернышенко В. В. Экзистенциальные основания молодежных субкультур: философско – антропологическая рефлексия: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук: спец. 09.00.13 «философская антропология, философия культуры» / Василий Васильевич Чернышенко. – Белгород, 2011. – 19 с.
195. Чумаков А. Н. Глобализация: контуры целостного мира / А. Н. Чумаков. — М.: Проспект, 2005. — 430 с.
196. Чурсина О. В. Лингвокультурный концепт «мода» в языковом сознании и коммуникативном поведении: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филологич. наук : спец. 10.02.19 «теория языка» / Ольга Владимировна Чурсина. – Волгоград, 2010. – 20 с.
197. Шабанов Л. В. Молодежная субкультура: социально – философский анализ: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 24.00.01 «теория и история культуры (по философским наукам)» / Лев Викторович Шабанов. – Томск, 2007. – 50 с.
198. Шабанов Л. В. Социально – психологические характеристики молодежных субкультур: социальный протест или вынужденная маргинальность / Лев Викторович Шабанов. – Томск: Томский государственный университет, 2005. – 399 с.
199. Швечиков А. Н. Религия, философия и наука в западной цивилизации : [монография] / Алексей Николаевич Швечиков. – СПб. : СПГУТД, 2006. – 192 с. – (Опыт историко-методологического исследования).

200. Шестаков В. П. Мифология XX века. Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры» / Вячеслав Павлович Шестаков М.: Искусство, 1988. - 224 с.
201. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки мифологии мировой истории. 2. Всемирно исторические перспективы / Освальд Шпенглер [пер. с нем. и примеч. И. И. Маханькова]. – М. : Мысль, 1998. – 606 с.
202. Элиаде М. Аспекты мифа. / Мирча Элиаде; [пер. с фр. В. Большакова]. – М. : «Инвест – ППП», СТ «ППП», 1996. – 240 с.
203. Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии / Мирча Элиаде; [Пер. с англ. А. П. Хомик]. – М.: REFL-book, К.: Ваклер, 1996. – 288 с. (Серия «Актуальная психология»).
204. Яковлева Е. Л. Игровая природа мифа как семиотического образования: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. филос. наук: спец. 24.00.01. «теория и история культуры» / Е. Л. Яковлева. – Казань, 2011. – 45 с.
205. Bauman Z. The Individualized Society / Zygmunt Bauman. – Cambridge: Polity Press, 2001. – 259 p.
206. Bichteler J. Techostress in libraries : causes, effects and solutions / J. Bichteler // The Electronic Library. – №5. – 1987. – P. 282-287.
207. Brod C. Technostress. The human cost of the computer revolution / C. Brod. – Addison-Wesley, 1984. – 234 p.
208. Champion S. G. Technostress : technology's toll / Sandra G. Champion // School Library Journal, – №35. – 1988. – P. 48-51.
209. Eco U. Apokaliptiker und Integrierte: Zur kritischen Kritik der Massenkultur / Umberto Eco. – Frankfurt/Main, 1992. – 312 p.
210. Emurian H. Human – computer interactions : are there adverse health consequences? / H. Emurian // Computers in Human Behavior. – №5. – 1993. – p. 265-275.

211. Etzioni A. *The Active Society: a Theory of Societal and Political Processes* / A. Etzioni. – London : Collier-Macmillan; NY: Free Press, 1968. – 698 p.
212. Gans H. J. *Popular Culture and High Culture: an Analysis and Evaluation of Taste* / H. J. Gans. – N. Y.: Warner Books, 1974. – 157 p.
213. Griffiths M. *Internet addiction: does it really exist?* / M. Griffiths. – San-Diego, CA : Academic Press, 1999. – p. 22-34.
214. Hofstede G. *Cultures and Organisations: Software of the Mind, Intercultural Cooperation and its Importance for Survival* / Geert Hofstede. – Maidenhead, 1991. – 327 p.
215. McLuhan M. *Understanding Media. The Extension of Man* / Marshall McLuhan. – N. Y., 1967. – 464 p.
216. Modleski T. *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture* / Tania Modleski. – Bloomington, UN: Indiana University Press, 1986. – 232 p.
217. Porat M. *Global implications of information Society* / M. Porat. – Community, 1978. – p. 8-18.
218. Poster M. *The Mode of Information Post structuralism and Social Context* / M. Poster. – Cambridge Polity Press, 1990. – 266 p.
219. Riker W. H. *The Art of Political Manipulation* / W. H. Riker . – New Heaven : Yale University Press, 1986. – 571 p.
220. Turkle Sh. *The life on the Screen: Identity in the Age of the Internet* / Sh. Turkle. – New-York : A Touchstone Book, 1995. – p. 19-31.
221. Turkle Sh. *The second self. Computers and the human spirit* / Sh. Turkle. – New-York : Simon and Shuster, 1984. – p. 26-34.
222. Widyanto L. *Internet Addiction: Does It Really Exist?* / L. Widyanto, M. Griffiths // *Psychology and the Internet*, Psychology Division Nottingham Trent University Nottingham, United Kingdom, 2007. – p. 141-163.