

першорядне значення. Все життя розглядається як театральна вистава, гра, своєрідна лотерея. На жаль, ця тенденція спостерігається навіть у політиці та релігії.

Важливу роль у поширенні ідей постмодернізму відіграють засоби масової інформації. На телебаченні всі канали демонструють різні шоу-програми. А завдяки віртуальній реальності, в яку вводять нас мультимедійні технології, люди перестають помічати межу між реальністю та віртуальністю. Для них все – шоу, все – гра. Забувають тільки, що будь-яка гра рано чи пізно закінчується. І з чим ми залишимося? Що залишимо підростаючому поколінню? Суцільні компіляції або вічні витвори мистецтва, які ми отримали від наших попередників?

Невже сучасна людина не здатна на створення чогось нового, неповторного? А вміє тільки збирати мозаїку, цитуючи музичні твори класиків, роблячи сучасне оранжування, щоб «було зрозуміліше» нинішньому підростаючому поколінню. Або використовують видатні шедеври живопису при створенні колажів, підставляючи обличчя відомих нині політиків, артистів, а то й просто олігархів? Невже необхідно обов'язково іронізувати над минулим замість того, щоб обезсмертити теспершній час для майбутніх поколінь?

Подібні питання можна задавати безкінечно. Але факт залишається фактом: все частіше й частіше естетика гармонії замінюється естетикою шоку. Звичайно, не хочеться вважати, що все, що дає суспільству напрям постмодернізму, – це тільки негативне явище. Не дивлячись на те, що постмодернізм намагається стерти всілякі межі, що розрізняють людей за національною, расовою і навіть статевою ознакою, саме це і не протиставляє людей одне одному з точки зору антагонізму. А еклектизм і колажність, що властиві стилю постмодерну, дозволяють розглянути навколишній світ у всьому різноманітті фарб, а не тільки як «чорно-біле кіно». У художній же сфері орієнтація на форму дає можливість одержувати речі не тільки функціональні, але й приємні на вигляд.

Ідеї постмодернізму настільки міцно входять в наше сучасне життя, що вже впливають на формування світогляду. Таким чином, сучасне суспільство можна сміливо назвати постмодерним. І цьому також сприяють науково-технологічні та інформаційні процеси, які є невід'ємною частиною постмодернізму.

Юлія Сабадаш

### **Культурний модернізм та естетика мас-медіа у контексті досліджень Умберто Еко "цивілізації бачення"**

Умберто Еко – один з найвидатніших письменників сучасності, визнаний вчений – філософ, медієвіст, семіотик, спеціаліст з масової культури, мистецтвознавець. Багато уваги сьогодні Еко приділяє питанням інформаційної революції, проблемам масової комунікації та впливу мас-медіа на масову культуру – саме цю тему в його творчості ми спробуємо розкрити в цих тезах.

З кінця 50-х років Еко опиняється в епіцентрі дискусії, що розгорнулася в Італії, стосовно масової культури та ролі мас-медіа в її популяризації. Його роботи, опубліковані в той час, вважаються класичними, позаяк більшість з них лягли в основу так званої «філософії масової культури», до того ж вони дають уявлення про естетичну і соціальну позицію самого Еко. Одна з найперших і в той же час найвідоміших робіт Еко щодо проблем масової культури, присвячена ставленню

«Апокаліптичних і інтегрованих інтелектуалів» (Apocalittici e integrati, 1964) [1] до масових комунікацій і масової культури, а в 1977 році Еко написав до неї «постскрипtum» - «Апокаліпсис відкладається» (Apocalypse Postponed).

Європейськими інтелектуалами масова культура була сприйнята насамперед як результат «американської культурної агресії», що привела не тільки до пропаганди американського способу життя і заокеанських цінностей, але й до стандартизації й гомогенізації європейських національних культур. Еко пропонував не сприймати масовізацію культури як неминуче зло, але й не впадати в життєрадісну апологетику: мас-медіа - це невід'ємна частина сучасного життя суспільства, і завдання інтелектуалів полягає в тім, щоб аналізувати її й брати активну участь в раціональному творчому впровадженні, а не пасивно спостерігати і нарікати. Самого Еко цікавить у феномені «культурної індустрії» майже все: від процесу виробництва до кінцевої стадії - споживання, результати та ефекти впливу на маси.

За допомогою дюжини енциклопедичних словників, Еко спробував з'ясувати що таке культура. Результат його вразив: не тільки тому, що всі визначення були різні, але й тому, що вони були далекі від концептуальної ясності. Єдине, що поєднувало всі енциклопедії, - це акцент на естетичному аспекті культури й ролі в ній освічених людей. Еко вважає, що справжня культура - це завжди контркультура, тобто «активна критика й перетворення існуючої соціальної, наукової або естетичної парадигми» [2, 124]. Звідси випливає й визначення інтелектуала - людини, що здійснює цю критичну функцію поза залежністю від її соціального статусу, роду діяльності й освіти. Введення ж «заборони» на масову культуру аналогічне впровадженню антидемократичної цензури.

Еко дорікає інтелектуалам щодо відсутності аналітичного дослідження діяльності й ефектів масових комунікацій, їх структурних і функціональних характеристик. Слід зауважити, що на тезі про перехід людства на стадію «цивілізації бачення» заснована одна із часто вживаних форм критики масової культури. Проте, звертаючись до минулого, Еко стверджує, що сам по собі спосіб «просвітництва» мас за допомогою картинок, а не книг, тобто спрощення сприйняття змісту повідомлення існував уже в епоху Середньовіччя. Так, собор з його візуальною логікою заміняв тисячам християн священні книги і являв собою універсальну модель світу. І взагалі, архітектура завжди була засобом масової комунікації й мала здатність переконувати й пропагувати ідеї не менше, ніж сучасні мас-медіа [3, 236-238].

На даному етапі багато засобів масової комунікації беруть участь у культурному процесі. Культура в пошуках нових шляхів повинна використовувати всі можливості засобів масової інформації, при цьому підхід цей повинен бути ретельно продуманий. Так, наприклад, для вивчення мов краще аудіо-й відеозапис, Шопен на компакт-диску з коментарями допоможе розібратися в музиці, а генетику краще викладати за допомогою гарного науково-популярного фільму, ніж по підручнику. Не треба протиставляти візуальну й вербальну комунікації, а треба вдосконалювати і ту і іншу.

У. Еко передбачає, що у найближчому майбутньому суспільство поділиться на два класи: тих, хто дивиться тільки телебачення, тобто пасивно одержує готові образи й готове судження про світ, без права критичного відбору одержуваної інформації, і тих, хто дивиться на екран комп'ютера, тобто тих, хто здатний відбирати й обробляти інформацію. Тим самим починається поділ культур, що

існував і в часи Середньовіччя: між тими, хто здатний був читати рукописи й, виходить, критично осмислювати релігійні, філософські й наукові питання, і тими, хто виховувався винятково за допомогою образів у соборі - відібраними й обробленими їхніми творцями.

Отже, прогресивна культурна індустрія, трактована як сукупність історичних умов, змінила сам зміст поняття «культура». Не намагаючись більше повернути людство «назад до природи», ми повинні звикнути до нової ролі людини: не вільної від машин, але вільної у своєму ставленні до них. Якщо неможливо звільнитися від влади мас-медіа, то існує, принаймні, можливість волі інтерпретації: можливість прочитати повідомлення по-іншому [4, 138].

#### **Список використаних джерел та літератури:**

1. Eco U. Apocalittici e integrati. - Milano: Bompiani, 1964.
2. Eco U. Apocalypse Postponed. - BF1 & Indiana University Press, 1994.
3. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. - СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. - 432 с.
4. Eco U. Travels in Hyperreality. - London: Picador, 1987.

*Володимир Матюшенко*

#### **Феномен естетичної інформації у вимірах інформаційного суспільства**

Сучасне суспільство все більш виразно набуває ознак інформаційного суспільства: за доби глобалізації спостерігається бурхливий розвиток засобів масової інформації, і доступ до них мають широкі верстви населення; інформаційні технології стають базою економічних та технологічних процесів, котрі забезпечують розвиток виробництва, промисловості, сфери послуг тощо. Тому одним із актуальних питань для суспільства за доби культури постмодерну виступає питання природи і значення естетичної інформації при комунікації засобами ЗМІ, реклами, паблік-релейшенз, мистецькими пошуками тощо, оскільки досить виразно фіксується тенденція до активного використання естетичного моменту при різноманітних інформаційних поданнях, не залежно від їх конкретної цілі або завдання.

Перші паростки інтересу до цієї проблеми окреслились, видається, ще в середині минулого століття, коли через бурхливий розвиток телебачення і поглиблення можливостей поліграфії стало очевидним: **у будь-якому повідомленні, котре базується на візуальному сприйнятті, є не тільки семантичний і прагматичний моменти, але й естетичний.** Правда, останній далеко не завжди є очевидним і самозначущим (у плані мети комунікації). Проте, він може суттєво вплинути на ефективність інформаційно-комунікативної дії, яка здійснюється на основі візуальної трансляції сигналу чи ж повідомлення, особливо, коли йдеться про охоплення ними широкого кола людей.

Першими привернули увагу вчених до цієї проблеми представники така званої теоретико-інформаційної естетики - Р. Анхейм, М. Бензе, А. Моль, Г. Осборн, які намагались дослідити твори мистецтва з позицій теорії інформації - як носії певних знакових систем. Але вкажемо, що естетична інформація розглядалась ними у комунікативно-семіотичному ракурсі; для них вона виступає сигналом-подразником про певні зовнішні характеристики об'єкта (як форми деякого предмета - твору



Садагам 20.0

94

A43

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

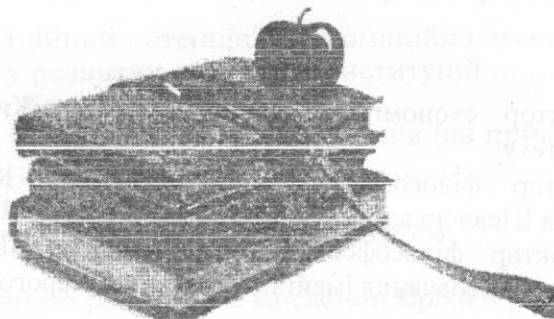
**Кафедра філософії**

**ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра управління персоналом і економіки праці**

**ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЦЕНТР НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ**

**І ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**



118467

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ФІЛОСОФІЇ  
ТА НАУКИ: ТВОРЧЕ, КРИТИЧНЕ І ПРАКТИЧНЕ  
МИСЛЕННЯ**

**Збірник наукових праць**

**(за матеріалами II міжвузівської науково-теоретичної конференції молодих  
науковців від 23 грудня 2009 року)**

*За загальною редакцією д.філос.н. Поліщук О.П.*

**Житомирський державний центр  
науково-технічної і економічної інформації  
2009**

ЖК

Маріупольський  
державний університет  
**АБОНЕМЕНТ** наукової  
та художньої літератури  
м. Маріуполь

Маріупольський  
державний університет  
**НАУКОВА БІБЛІОТЕКА**  
м. Маріуполь

94.3

A43

УДК 101.1+18:130.122

ББК 1 м.3

A43

Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка, протокол № 4 від 23 жовтня 2009 року

11-00

**Редакційна колегія:**

**Поліщук О.П.**, доктор філософських наук (керівник);  
**Герасимчук А.А.**, доктор філософських наук, професор;  
**Богоявленська Ю.В.**, кандидат економічних наук, доцент;  
**Ковтун Н.М.**, кандидат філософських наук;  
**Мельничук Д.П.**, кандидат економічних наук, доцент;  
**Слюсар В.М.**, кандидат філософських наук

**Рецензенти:**

**Данилко В.К.**, доктор економічних наук, професор Житомирського державного технологічного університету;  
**Левчук Л.Т.**, доктор філософських наук, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка;  
**Оніщенко О.І.**, доктор філософських наук, професор Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І.К. Карпенка-Карого

**Актуальні проблеми сучасної філософії та науки: творче, критичне і практичне мислення** : зб. наукових праць / за заг. ред. д.філос.н. Поліщук О.П. – Житомир : Житомирський державний центр науково-технічної і економічної інформації, 2009. – 144 с.

У збірнику наукових праць розглядаються основні аспекти витоку людської думки у різних модусах її прояву: творчому, критичному, практичному; досліджуються різні типи і види раціональності як підґрунтя мислення; вивчається специфіка особистісного начала творчого рішення у різних сферах людської діяльності – науці, мистецтві, освіті, економіці, менеджменті; аналізуються евристичні основи творчості, пов'язані насамперед з візуалізацією, як основою інформаційної бази проблеми, та інтуїцією людини.

УДК 101.1+18:130.122

ББК 1 м.3

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір і точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, власних імен та інших відомостей.

© ЖДУ ім. І. Франка, 2009

© Колектив авторів, 2009