

RU

## Проблемы развития культуры и искусства в условиях информационного общества

Шаповалов И. С.

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема развития культуры и искусства под влиянием эволюции информационных технологий и рыночной экономики. Цель этого исследования – определить изменение культурного бытия человека и его новые эстетические потребности в информационном обществе. Новизна данной работы состоит в обнаружении негативного влияния цифрового поворота на все культурное сознание общества: тотальная потеря смыслового содержания, коммерциализация всех главных аспектов человеческого бытия, а также ослабевание мыслительных процессов у массовой аудитории приводят к смещению приоритетов с продуцирования творческого процесса и считывания заложенных творцом смыслов на фоновое потребление контента, который не предполагает активную рефлексию над полученной ею информацией. Автором показано, что информационное общество создает для современного человека не только новые возможности, но также очень важные угрозы: перепроизводство смысла, формирование клипового мышления, тяга к абсурду и гедонизму, утрата эстетической свободы и развитие массового искусства, которое превращает многих людей в пассивных и усталых потребителей развлекательного контента. Все это и приводит к созданию такого явления, как симуляция культурного продукта, когда реально существующий культурный продукт заменяется его цифровой копией, становится лишь своей собственной симуляцией. В результате данного исследования показано, что сегодня все существующее в нашем мире можно превратить в художественный объект, в том числе различные бытовые предметы и даже эмоциональные реакции человека. Однако это привело всех нас к тому, что искусство стало фрагментированным и коммерциализированным. Поэтому нам и нужно творить абсолютно новое и радикальное искусство, которое не тиражировало бы заезженные старые идеи, а трансцендировало бы универсум, выводя субъекта в новые эстетические миры.

EN

## Problems of the development of culture and art in the information society

I. S. Shapovalov

**Abstract.** The article deals with the problem of the development of culture and art under the influence of the evolution of information technology and the market economy. The purpose of this study is to determine the change in human cultural existence and its new aesthetic possibilities in the information society. The novelty of this work lies in the discovery of the negative impact of the digital turn on the entire cultural consciousness of society: the total loss of semantic content, the commercialization of all the main aspects of human existence, as well as the weakening of the thought processes of the mass audience lead to a shift in priorities from producing the creative process and reading the meanings laid down by the creator to background consumption of content that does not involve active reflection on the information received. The author shows that the information society creates not only new opportunities for modern man, but also very important threats: overproduction of meaning, formation of clip thinking, craving for absurdity and hedonism, loss of aesthetic freedom and the development of mass art, which turns many people into passive and tired consumers of entertainment content. All this leads to the creation of such a phenomenon as the simulation of a cultural product, when a real cultural product is replaced by its digital copy, it becomes only its own simulation. As a result of this study, it is shown that today everything that exists in our world can be turned into an artistic object, including various household items and even human emotional reactions. However, this has led all of us to the fact that art has become fragmented and commercialized. Therefore, we need to create an absolutely new and radical art that would not replicate hackneyed old ideas, but would transcend the universe, bringing the subject into new aesthetic worlds.

## Введение

Актуальность исследования. Современное духовное положение мира во многом определяется развитием информационных технологий и процессами создания и развития глобальной техносферы. И на первый взгляд может показаться, что нахождение в информационном обществе дарит человеку явные возможности для культурного развития. Именно технический прогресс позволил людям приобщиться ко всем мировым достижениям искусства, минуя любые пространственные и временные ограничения, и стать более образованными и эрудированными. Отсюда справедливо утверждение, что сегодня идеалы эпохи Просвещения оказались воплощены в жизнь, культура в целом и её продукты в частности перестают быть достоянием просвещенных и умных людей. Может показаться, что, глядя на чужие произведения искусства, многие индивиды будут вдохновляться и начинать творить сами, что приведёт к увеличению креативного класса, и моральные ценности в обществе будут не просто декларироваться, но еще и реализовываться в практическом поведении. В какой-то степени так и есть. Современный человек получает неограниченный доступ к культурным продуктам, к образованию и прочим благам развитой цивилизации. Наука и информационные технологии способствуют созданию материальных условий для более комфортной и стабильной жизни человека, принося в неё любой контент, который захочет потребитель.

Но, с другой стороны, не каждый пользователь сети Интернет и обладатель электронных девайсов, глядя на фотографию картин да Винчи, сам станет рисовать так же. Качество контента замещается лишь его количеством, а ориентация на стандарты общества потребления в сфере культуры весьма явно прослеживается, зачастую даже отчётливее, чем в других сферах жизни. Культура перестаёт быть лоном произведений искусства, да и сами границы искусства размываются – не всегда возможно сразу отличить перформанс от ненормативного поведения, вызванного проблемами со здоровьем или с воспитанием. Так же, как и не всегда ясно, являются ли упавшие с дерева яблоки арт-инсталляцией со скрытым гениальным смыслом или же это просто естественный процесс в ходе жизни яблони. Многие блогеры стремятся скорее увеличить число «лайков», просмотров и подписчиков в социальных сетях, чем обеспечить наполнение цифровых аккаунтов подлинно прекрасным или полезным для своей аудитории. СМИ тиражируют обычные штамповки, целью которых является принесение прибыли своему автору, вместо создания уникального культурного продукта. В данных условиях вся мировая культура постепенно превращается в гипермаркет, подчинённый интересам коммерции и создания индустрии развлечений.

Цифровой поворот в обществе активно способствовал формированию виртуальной реальности, которая постепенно и быстро становится все более приоритетной для человека и все более определяющей все его существование. Культурное пространство дробится на бесконечное количество отдельных смысловых пространств, любая человеческая идентичность перестаёт быть укоренённой и предзаданной, а личностный образ Я теряет свою устойчивость. В ситуации все усиливающейся цифровизации, оказывающей влияние на все сферы бытия человека, возникает необходимость обратиться к исследованию феномена диджитализации и определить его влияние на культуру, в рамках которой происходит самоопределение современного индивида.

Для достижения поставленной цели в статье решаются следующие задачи:

- рассмотреть сущностное определение информационного общества;
- определить феномен перепроизводства смысла и его последствия для культуры;
- изучить (через призму теорий Т. Адорно и В. Бенямина), каково влияние массовой культуры на человека и его эстетическую свободу.

Методологическая основа исследования: основным методологическим приемом выступает системный анализ причин и последствий диджитализации культурного продукта. Также в работе задействован социологический подход З. Баумана, который строится на исследовании взаимосвязи новых культурных трендов текущей современности и коллективного восприятия мира обществом.

Теоретическая база исследования складывается из работ, посвященных аналитике информационного общества. Для определения влияния технологий на культуру были использованы работы З. Баумана, Л. Донских (2019), Ж. Бодрийера (2013), Ф. И. Гиренка (2016), Ф. Уэбстера (2004) и Бен-Чоль Хана (2024). Для обнаружения связи современной технологической культуры и искусства были задействованы концепты Т. Адорно (Хоркхаймер, Адорно, 1997) и Ж. Бодрийера (2015). Теории А. Камю (1997) и П. Слотердайка (2009) позволили нам понять изменения смысловых аспектов культуры в информационном обществе.

Практическая значимость данной работы заключается в расширении поля исследований в области философии культуры. Идеи данной статьи могут быть использованы для понимания культурных изменений в эпоху цифрового поворота. Доказано, что конвейерное производство культурных артефактов с их последующим переходом в цифровое пространство оказывает очень негативное влияние на закладываемый в них авторами смысл, что приводит к неосознанному восприятию всей окружающей действительности за счёт искажения мышления и переориентации на потребительский модус существования. В данной работе приводится комплексное исследование актуальных проблем информационного общества в современной европейской культуре, системно рассматривающее различные его аспекты, что может помочь и другим культурологам и философам в их собственной аналитике угроз и вызовов нашей сложной реальности.

## Обсуждение и результаты

### *Перепроизводство смысла как негативный феномен информационного общества*

Информационное или постиндустриальное общество – это та вездесущая среда, в которой обитает сегодня современный человек. Это означает, что именно информация становится главным ресурсом и катализатором развития индивида и общества в целом, и, следовательно, ее ценность возводится в некий абсолют. Как верно замечает британский философ Фрэнк Уэбстер, очень многие культурологи, историки и социологи убеждены в том, что «количественные изменения в сфере информации привели к возникновению качественно нового типа социального устройства – информационного общества. Во многом разные теоретики исходят из похожих рассуждений: в наше время стало намного больше информации, значит общество, в котором мы живем, информационное» (2004, с. 14).

В постиндустриальном обществе XXI века возникает негативный феномен перепроизводства смысла, что становится новой теневой или обратной стороной, изнанкой современной знаковой культуры потребления. Складывается ситуация, когда человек смотрит на универсум с позиции всевидящего глаза: он все видел и все знает, что не может не породить синдром экзистенциального выгорания. Впервые на эту важную проблему явно указал великий французский философ и социолог Жан Бодрийяр: «В конце концов, производство спроса на смысл станет неосуществимым: энергии системы на него больше не хватит. Для системы это катастрофа» (2015, с. 33-34).

Стоит определить, что же такое смысл и каково его влияние на всю систему жизнедеятельности человека. Смысл – это духовное содержание, через которое человек открывает, создает и познает весь мир и самого себя. Смысл наделяет мир особой ценностью и дает индивиду возможность создавать и моделировать различные культурные миры. Категория смысла очень часто входит в орбиту философской рефлексии. Так, современный философ Александр Кравец прямо утверждает, что любой смысл «характеризует содержание мысли о чем угодно: существующем, возможном и даже не существующем... Смысл присутствует во всем, что осмысленно (высказывание, действие, поступок), то есть является особой внутренней активностью нашего сознания, которую можно определить как смыслотворчество» (2016, с. 62). Именно благодаря особому продуцированию самых разных смыслов человек наделяет предметы и явления окружающей среды некой субъективной значимостью, инкорпорируя все свои впечатления и переживания по поводу внешней реальности в свой личный, внутренний нарратив. Через смыслы абсолютно каждый человек приобретает возможность конструировать всю окружающую его реальность, делать весь мир своим, присваивать его себе. Смыслы и делают наш мир домашним и уютным.

В традиционном обществе смысл позволял каждому человеку создавать и выстраивать всю свою идентичность, понимать и осваивать общество и свое место в нем. В информационном обществе формируется новое отношение к смыслу: из-за бесконечного производства новой информации наступает кризис

перепроизводства смысла, который и приводит к тотальной девальвации всех прежних представлений о мире и человеке. Если же раньше смысл предоставлял четкую систему координат для ориентации в окружающей реальности, то сейчас человек оказывается переполнен различными и порой очень противоречивыми смыслами, которые запутывают и разрушают его сознание. Отсюда проистекает современное мироощущение онтологической бездомности.

Таким образом, перепроизводство смысла или же кризисный процесс создания некой смысловой избыточности – это очень амбивалентный процесс продуцирования новой информации, наполненной различными инвариантами противоречивых смыслов, которые не закрепляют человека в действительности, а только лишь запутывают и разрушают все его самовосприятие и понимание окружающего универсума. Перепроизводство смысла – это продуцирование бесконечного потока мыслей, чувств и переживаний, парализующих и разрушающих сознание человека, который оказывается не в состоянии прожить и впитать в себя весь этот информационный хаос. Поэтому и возникает состояние усталости от пребывания в мире. Как замечает философ Жиль Липовецки, «апатия – это реакция на изобилие информации, на скорость ее получения; едва отмеченное, событие уже забывается, так как его сменили другие, еще более захватывающие» (2001, с. 65).

Главными причинами кризиса в производстве смысла являются популярное постмодернистское мировоззрение, а также формирование и очень интенсивное развитие медийной реальности в цифровом пространстве.

Постмодернизм – это идеология постиндустриального общества, которая строится на тотальном уничтожении режима истины, в котором мы наблюдаем падение и распад всех великих повествований, всех высших и абсолютных истин. Единой, то есть главной и всеобщей, истины больше нет, все абсолютно относительно, и все можно превратить в игру. Действительность в постмодерне становится безграничной, что открывает возможность для нового построения бесконечной свободы и неограниченной интерпретации, но это в свою очередь разрушает древние корневые ментальные основы европейского мира, созданные великими идеалами эпохи Просвещения. Постмодернисты в своем стремлении к разрушению всех метанарраций объявляют процесс создания новых смыслов ненужным и даже излишним. Эпоха «пост» впервые провозглашает токсичный, тотальный релятивизм, который препятствует формированию новых смыслов, а также запускает бесконечный процесс сменяющих друг друга интерпретаций. Таким образом, именно токсичная культура постмодернизма, сталкивая разные метанаррации друг с другом, создавая всеобщий тотальный процесс нарративной перегрузки, сделала возможным ситуацию смысловой избыточности, выступив разрушителем смысла.

Постмодерн во многом оказывается связан с господством массмедиа и созданием глобального виртуального пространства. Именно средства массовой коммуникации начинают создавать реальность в новом мире и затем переводить деятельность всех людей в особый цифровой формат бытия. Современные массмедиа помещают в виртуальный мир бесконечные потоки данных, которые наполняются различными смыслами. Это и приводит к тому, что человек сталкивается с информационной перегрузкой и теряет свою способность понимать и продуцировать какие бы то ни было новые смыслы. В условиях смыслового перепроизводства различные массмедиа начинают генерировать и поставлять зрелищную и развлекательную информацию. Но смысл при этом теряется, и на его место приходит пустой образ, симулякр. Согласно мнению современного немецкого философа Петера Слотердайка, «сегодня массмедиа могут говорить обо всем, потому что они окончательно отбросили тщеславную затею философии – понять то, о чем говорится. Они охватывают всё, поскольку не схватывают и не понимают ничего; они заводят речь обо всём и не говорят обо всём равным счетом ничего» (2009, с. 470). Таким образом, все современные массмедиа подменяют смыслы на акт бесконечного говорения, самопрезентацию самого себя другим, запуская вечный процесс бесконечного воспроизводства абсолютно одной и той же развлекательной информации. Пустая информация как простая констатация событий начинает подменять изначальный смысл. И все содержательное наполнение древней классической культуры начинает утонать в развлекательном и вульгарном гедонизме. Потребление становится культурной парадигмой информационного общества. Как пишет об этом Жан Бодрийяр, «мы находимся в мире, в котором всё больше и больше новой информации и всё меньше и меньше смысла» (2013, с. 19).

Первым разрушительным последствием эпохи перепроизводства смысла является продуцирование информационной перегрузки. Каждый день, каждый час и даже каждую секунду в виртуальное пространство выходят сотни, а то и тысячи новых научных текстов, философских концепций, которые человек уже оказывается не в состоянии обработать и даже вряд ли их сам прочтет. Таким образом, происходит подрыв любой интеллектуальной деятельности, так как она становится излишней и даже вообще никому не нужной, а ее продукт оказывается выброшенным прямо в пустоту. Любая интеллектуальная деятельность как активность по производству новой информации ставится под сомнение, так как смыслов и так огромное множество, а создание новых концептов оказывает разрушительное воздействие на психику человека, вызывая у него усталость и синдром выгорания. Знание по запросу продуцирует желание не думать, а только лишь по необходимости потреблять уже готовые пакеты данных.

Вторым последствием перепроизводства смысла является генерирование общества усталости. Современные призывы капиталистической экономики – «больше», «быстрее», «сильнее», «эффективнее» – и бесконечный поток данных, который обрушивается на сознание каждого из нас, приводят человечество к синдрому экзистенциального выгорания. Человек устает от мира и самого себя, он теряет способность быть активным и превращается в страдающую, пассивную и сломанную куклу, которую до самого конца общество пытается научить быть очень счастливым и эффективным винтиком системы. Созерцание, философская рефлексия и способность дистанцироваться уходят из этого мира и заменяются на жизнь в вечном настоящем, бесконечную невротичную активность. Поэтому, анализируя современную культурную реальность, философ Бен-Чхоль Хан пишет о том, что «общество достижений как активное общество превращается в общество допинга. Между тем старое негативное выражение “допинг для мозга” заменяется на “нейроусиление”. Теперь не только тело, но и человек в целом становится машиной достижений, которая должна стараться функционировать без перебора и максимизировать свою производительность. Экссесс повышения производительности ведет к инфаркту души» (2024, с. 125-127). Таким образом, психическая характеристика человека в период перепроизводства смысла – это бесконечная экзистенциальная усталость, синдром выгорания, желание не быть. Бесконечная ориентация на активную деятельность приводит к воле к смерти и пустоте. Поэтому философ Бен-Чхоль Хан советует травмированному человеку информационного общества вырабатывать созерцательное отношение к миру, продуктивную скуку и негативность ни-для-чего (потенция не делать, сказать «нет», некая суверенность, независимость от всего существующего). Эти советы могут стать для нас рабочими рецептами по преодолению кризисной ситуации перепроизводства смысла и возможностью для терапевтирования человеческой души, для возрождения угасшей экзистенции.

В мире безграничной коммуникации и цифровой прозрачности человек хочет иметь право на паузы, остановки, созерцание и состояние философской невовлеченности. Но сегодня, к сожалению, мы можем побыть наедине с самим собой либо во сне, либо в ванной комнате (моменты, когда нами управляет наша биология, а дух отключен), что явно напоминает положение человека в мире антиутопии Джорджа Оруэлла. Такая безграничная вовлеченность в социальный процесс информационного общества и порождает коллективную усталость.

Третьим очень важным последствием перепроизводства смыслов является формирование и развитие клипового мышления. В современной кризисной ситуации переполненности информацией человек уже перестает считать любые смыслы целиком, переходя на усваивание лишь различных частей информационного потока. Клиповое мышление – это особый модус восприятия окружающей действительности, в котором человек видит не единый образ мира, а только его отдельные фрагменты. Сознание современного человека работает теперь не с цельными и устойчивыми образами и смыслами реальности, а лишь с его фрагментами. Так создается фрагментарное, расколотое на части особое восприятие, что формирует своеобразный калейдоскоп сменяемых друг другом и не удерживающихся в сознании потоков данных. Такая модель восприятия и создает разрозненные, кратковременные, яркие и обрывочные образы, которые перетекают друг в друга, а затем исчезают. Как отмечает современный философ Федор Гиренок, «клип – это часть, которая не отсылает к целому. Если бы она отсылала к целому, то тогда она была бы символом, а не клипом. Но эта часть не отсылает

также и к другой части. Посредством клипа сознание человека пытается проникнуть за пределы языка для осязательного прикосновения к миру. При этом такое сознание фрагментируется, ибо оно попадает в зеркальную комнату, в которой видит только свое отражение» (2016, с. 20).

Клиповое мышление делает восприятие человека очень поверхностным (что делает невозможным работу с очень большими текстами и затрудняет любое осмысление масштабных идей и проектов), создает потребительское отношение к информации (сознание любого современного человека ориентировано на поглощение информации, а не на ее создание) и снижает саму концентрацию внимания на одном объекте (в условиях смысловой перегрузки оказывается вообще невозможным надолго задерживать свое внимание на какой-то одной информации). Клиповое мышление приводит к деградации памяти и речевых способностей, происходит расфокусирование взгляда на бесконечный поток сменяемых друг другом разных образов. В результате восприятие реальности раскалывается на бесконечное множество фрагментов, и человек оказывается уязвимым для различных манипуляций со стороны политического дискурса и массовой индустрии развлечений. В клиповой культуре мы с вами наблюдаем процесс девальвации ценности человеческого существования, так как новый бесконечный поток негативной информации (убийства, природные катастрофы, социальные кризисы) и ее фрагментарное схватывание приводят всех нас к равнодушию и полному безразличию по отношению к проблемам других людей. Выработывается привыкание к негативной информации: зло теперь повсюду, и поэтому оно абсолютно нормально.

В современной популярной культуре в результате формирования особого клипового модуса мышления человек теряет всю свою эстетическую свободу. Эстетическое восприятие основывается на осознании целого, на особом переживании бесконечности и всеобщности универсума. Современное искусство теряет свою гармоничность, целостность и задает фрагментарность. Кинофильм мы теперь не рассматриваем как цельное произведение, а дробим его на отдельные части, рассматривая некоторые как удачные, а другие – не очень. Мы теперь оцениваем фильмы не как целое произведение, а лишь по отдельным его элементам. Современная массовая музыка построена на повторе одних и тех же слов и фраз, и даже если их вырывать из контекста, мы ничего не потеряем по смыслу, так как весь текст популярной музыки – это, по существу, набор несвязанных отдельных элементов. В литературе же становится популярным нелинейная постмодернистская структура, которая, по сути, и является набором различных и не связанных между собой нарративов, и мы можем начать читать с любого момента без риска не понять целого, так как этого целого нет. Как мы видим, современное кино, музыка и литература теряют всю свою цельность, превращаясь в набор несвязанных элементов, что создает открытую духовную структуру. Однако ценой такой всеобщей фрагментации и ризоматизации (окончательная утрата старого смыслового центра) становится потеря духовной цельности, эстетической свободы – все сводится к восприятию отдельных моментов, кадров, фраз или текстов. Потеря цельности делает все пустым и бессодержательным, разрушает главное духовное ядро всего искусства, и оно становится симулякром, превращаясь в знак без денотата, в набор пустых клише.

Четвертым последствием перепроизводства смысла является поворот к абсурду. Человек из-за своей усталости от знаний ощущает в себе тягу к абсурду, к тому, что разрушает и переламинает в себе любой смысл на части. Абсурд – это некая лакуна, в которой исчезает любой смысл и в которой вся нарративная, то есть вся повествовательная, линия бытия человека обрывается. Абсурд – это великий раскол, противоречие между всей иррациональной действительностью и рациональной познавательной способностью человека, его желанием сделать бесчеловечный мир своим, присвоить его себе. Как писал об этом философ абсурда Альбер Камю, «я говорил, что мир абсурден, но я слишком поспешил. Сам по себе этот мир неразумен – вот всё, что можно сказать о нём. Абсурдно же столкновение этой иррациональности с отчаянной жадной ясности, зов которой раздаётся в глубинах человеческой души. Абсурд зависит от человека в той же мере, в какой он зависит от мира» (1997, с. 22).

Абсурд – это оборотная сторона любого смысла, то, что находится за пределами всей языковой реальности, то, что имеет статус невозможности (например, умирающий Бог). События, не вписывающиеся в саму нормальную систему вещей, выламываются из структуры бинарного мышления человека и маркируются в качестве абсурда, того, что невозможно, но при этом все-таки есть. Однако стоит понимать, как говорил Эжен Йонеско, что все существующее в жизни человека наполнено абсурдом, он просто этого пока не понял. Таким образом, любой абсурд – это особое тотальное разрушение знаковой реальности, выявление смысловых лакун в окружающем нас мире. Обращение современной социокультурной реальности к категории абсурда означает, что сегодня человек понимает, что смысла в мире на самом деле нет.

В популярной культуре мощное стремление к девальвации смысла, тягу к трешу и утверждению абсурда воплощает в себе популярная музыкальная панк-рэв группа Little Big. Эта группа стремится разрушить систему стереотипов западноевропейского общества о русском мире, гипертрофируя их и доводя до тотального абсурда. Little Big осуществляет критику больших культурных парадигм, разрушая абсолютно все старые гендерные, национальные и даже религиозные представления человека об окружающем его мире. Это достигается благодаря трешевой визуализации, биологическим апелляциям к телесному низу через гипертрофирование сексуальности и даже абсолютизации маргинальных девиаций. Вирусный контент Little Big разрушает любой смысл, уничтожает привычную нам бинарную модель мышления и принятую систему стереотипов (то есть самую устойчивую систему координат в нашем мире) и культивирует вечный абсурд, уничтожение смысла, создавая то, что невозможно вписать в рациональную и языковую реальность.

Таким образом, арт-проект под названием Little Big постоянно вносит особую деструктивность и ненормальность в современную культуру комфорта и потребления, нормализует тотальный абсурд, подвергая маргинализации и процессу абсурдизации все существующее, выявляя теневую и обратную стороны нашего с вами мира.

Пятым последствием перепроизводства смысла является образование токсичного культа гламура, который становится главным трендом в мире постмодерна. Гламур – это эстетический феномен, создающий очарование от материальной роскоши, славы, красоты и моды. В условиях всеобщей усталости от знаний и концепций человек начинает творить индустрию моды и шоу-бизнеса, создавать гедонистический культ потребления и звезд, которые и дают массам реальные образцы для самоидентификации и режимы выживания в новом мире. После «смерти Бога», о которой писал Ницше, именно гламур является формой спасения и заменой эсхатологии для масс общества потребления. Об этом ярко пишет философ Алексей Цуркан: «В гламуре нет субстанциальности, нет смысла искать таковую. Гламур – это диктат формы над содержанием. Он всецело находится в плоскости феноменологии и массовой культуры. По сути – это тотальная симуляция подлинного эссенциального сакрального в отсутствии последнего, его вульгаризированная поп-версия» (2015, с. 197).

Шестым последствием перепроизводства смысла является стремление к строительству земного рая. Если в традиционном обществе индивид явно мечтал обрести спасение в загробном мире (античный элизиум, средневековый эдем, эмпирией Данте), то в информационном обществе человек хочет создать лучший мир в земной реальности общества потребления, в режиме вечного настоящего, здесь и сейчас (неслучайно, что при описании постмодерна, который является самой важной массовой идеологией цифровой эпохи, прибегают к образу утраты связи с прошлым, замороженного времени). Таким образом, сверхзадачей всей постиндустриальной цивилизации становится строительство человеком своего личного земного рая. Как ярко пишет об этом доктор культурологии Екатерина Сальникова, «именно XX век делает ностальгию по раю большой стратегией экономики, массового потребительского рынка, моды и образа жизни, то есть стремится сделать элементы рая максимально общедоступными, чтобы они периодически возникали в самой розничной продаже, для любого желающего... Современный рай – эстетический, экологический и цивилизационный идеал, достижимый в жизни отдыхающих. История Адама и Евы в этом порыве совсем не прочитывается. Никакой этико-философской подоплеки, связанной с грехом, наказанием и познанием, здесь нет, поскольку именно Познание, Наказание и Грех окончательно стали непопулярными, архаическими категориями, которыми современное познание уже не оперирует» (2012, с. 499-501).

Данная смысловая потеря традиционного образа рая связана как с общим перепроизводством смысла (бесконечное количество оптик восприятия мира вызывает отсутствие веры в истинность потусторонней жизни) и глобальным развлекательным бумом (культурной парадигмой и сверхзадачей современного мира можно считать гедонизм – безграничную жажду удовольствий), так и с творением нового образа человека как желаемой машины, как тела. Все бытие людей оказывается сведено к телесному, биологическому. Но отсюда следует осознание конечности всего во вселенной и отсутствия онтологического смысла во вселенной и человеческой жизни (в этом и кроется причина популярности темных онтологий). Поэтому многие люди, осознавшие уязвимость сферы духа и то, что социальное и культурное бытие не исторгаются из его биологического, конечного субстрата, пришли к позиции гедонизма и мечте о земном рае в обществе потребления, вселенском гипермаркете. Биология, телесность стала самой важной составляющей жизни человека, а сферы духа и сакрального мира были разрушены. Сегодня люди строят новый Вавилон (его древняя версия в конечном итоге вошла в историю как место рождения культа гедонизма), но уже в виртуальном мире, который превращает все содержимое бытия в бесконечное развлекательное зрелище (на это работают современные культурные индустрии). Как пишут об этом З. Бауман, Л. Донских, «сегодня наша свобода локализуется в сфере простого потребления и самообеспечения. Но человек утрачивает связи с самым важным – с верой в то, что мы способны что-то изменить в этом мире» (2019, с. 21).

В условиях смысловой избыточности человек в выстраивании своего жизненного проекта больше не ориентируется на создание личного смысла, а впервые становится ориентированным лишь на бесконечные удовольствия от пребывания в мире, находя мощную потребность в реализации нарциссической потребности в своей личной самопрезентации. Последствиями перепроизводства смысла могут стать: формирование потребительского сознания, синдром вечного выгорания, что проявляется в бесконечной усталости от переполненного разной информацией окружающего мира и апатии, а также эскапизм, то есть духовный уход в закрытые развлекательные миры внутри цифровой Вселенной.

Возможным выходом из этой кризисной ситуации перепроизводства смыслов станет новое развитие культурных индустрий, которые, задействуя творческий потенциал всего общества, послужат платформой для реализации его внутреннего потенциала и создания личных смыслов. Эти смыслы, в свою очередь, окажутся основой всего духовного мира человека. Культурные индустрии ориентируют абсолютно каждого индивида не только лишь на потребление готового интеллектуального продукта, но и на создание своего личного мира, в котором он потребляет то, что он сам же и создает. Культурные индустрии могут запустить механизм всеобщей саморефлексии, создать здоровую, то есть творческую, среду и образ мысли. Возможно именно создание смыслов для своего собственного существования, а не для массового тиражирования, а также созидание мира, а не его потребление и выведет нас из кризиса перепроизводства смысла. Именно поэтому, по мнению культуролога Натальи Ресслер, «в современном культурном поле все чаще возникают новые инициативы, которые основаны по принципу “сделай сам” и ориентированы на создание “культуры для себя”, – это самоорганизованные частные художественные пространства. Если говорить проще, это объединения художников, которые создают площадки, совмещающие в себе и выставки, и лекции, и клубы» (2021, с. 52).

### ***Проблемы мира искусства в эпоху развития информационного общества***

Другим негативным феноменом постиндустриального общества является сильное обострение вопроса массовой культуры и дальнейших тенденций ее развития. Цифровой поворот привел к новому развитию современного искусства, и, чтобы выявить все его отличительные особенности в контексте развития новой современной культуры, следует проанализировать знаменитый эстетический спор Адорно и Бенямина, так как именно их ключевые позиции релевантны и для осмысления информационного общества. В двадцатом столетии в связи с зарождением массового искусства возникает и развивается эстетический спор между двумя очень известными представителями Франкфуртской школы – Вальтером Бенямином и его учеником Теодором Адорно, которые по-разному представляют себе развитие европейской культуры.

Вальтер Бенямин полагал, что тотальная технизация всего мира искусства приводит к радикальному переформатированию его сущностных оснований. Искусство теряет свою уникальную ауру (ощущение сакральной дали; это то, что делает любой предмет искусства очень неповторимым, индивидуальным и единичным явлением) и становится массовым товаром. Искусство теряет свою сакральность, становится совершенно профанным, то есть самым обыденным явлением повседневной жизни. Как пишет об этом сам Вальтер Бенямин, «техническая воспроизводимость произведения искусства изменяет отношение масс к искусству. Привычное потребляется без всякой критики, а действительно новое критикуется с отвращением» (1996, с. 18). Искусство начинает превращаться в совершенно обыденный товар массового потребления, выпадая из своего классического, очень уникального трансцендентного пространства. Искусство становится тотально вездесущим и заменяет собой религию. Поэтому главной эстетической идеологией постмодерна становятся поп-арт и дадаизм, которые прославляют общество потребления и тотальный абсурд. Искусство становится одновременно всем (любой предмет можно превратить в арт-объект) и ничем (утрата критериев для объективно определения того, что есть искусство; эстетизация пустоты).

Демократизация искусства совпадает с его омассовлением. Искусство не должно быть простым жутким фетишем, не должно обожествляться, а должно омассовляться, то есть проникать в повседневную жизнь каждого человека, наполняя ее особым смыслом.

Искусство, отвергнув ауру, должно погрузить массу в себя – не ты должен поглощать искусство, а искусство должно поглотить тебя. Такое погружающее искусство становится объектом и средством развлечений, формирует игровой подход к реальности. Развлечения погружают в более привлекательный и совершенный «новый дивный мир», что задает всем совершенно рассеянную и несфокусированную форму восприятия и приводит к более осмысленной и подлинной жизни.

Философ Теодор Адорно полагает, что Вальтер Бенямин необоснованно противопоставляет элитарное – автономное искусство и массовое искусство на основании того, что первое имеет ауру, а второе – нет. Именно массовое искусство наполнено особой аурой, именно оно очень ауратично и очень эмоционально.

Все массовое искусство носит лишь потребительский и гедонистический характер, оно поработает каждого человека, встраивая его в современную культурную индустрию развлечений, превращая всю его жизнь в некий товар, который приносит ему низменные удовольствия. Цель этих удовольствий – не счастье человека, а вовлечение его в процесс бесконечного потребления и отупление, которое формирует новое сознание конформиста и потребителя. Массовое искусство начинает активно встраиваться в культурные индустрии, превращаясь в новый коммерческий продукт.

Культурные индустрии, по мнению самого Теодора Адорно, – это культивирование шаблонов, бесконечное повторение, которое гипнотизирует массы, встраивая их в детерминированные структуры. Но это повторение дарит успокоение, комфорт, снижает тревожность. Однако все это создается ценой отключения критического разума, снижением уровня рефлексии. Как пишет сам Адорно о разрушительном влиянии культурных индустрий на массовое сознание рядового потребителя, «чем более прочными становятся позиции культуриности индустрии, тем более суммарно начинает обращаться она с различными потребностями потребителей, их постоянно продуцируя, их направляя, их дисциплинируя, даже налагая запрет на само развлечение: культурный прогресс тут не знает никаких границ. Данная тенденция, однако, является имманентно присущей самому принципу развлечения, просвещенческо-буржуазному по сути» (Хоркхаймер, Адорно, 1997, с. 181).

По мнению Теодора Адорно, в культурных индустриях все подчиняется только лишь коммерческой выгоде, и мы наблюдаем господство формы над содержанием, пустую форму. Культурные индустрии носят особый токсичный тоталитарный смысл – подчиняют себе сознание людей, встраивая их насильно в тот или иной дискурс, отключают критичность и даже могут заставить всех наслаждаться насилием. По мнению Теодора Адорно, только авангардное, новое и экспериментальное искусство, которое сочетает в себе безумную креативность, создание новых идей, очень глубоких смыслов и экспрессию, самовыражение, способно радикализировать сознание человека и привести его к нравственному и духовному возрождению и развитию.

Таким образом, мы рассмотрели две точки зрения на общее развитие искусства. Вальтер Бенямин полагает, что, несмотря на потерю своей ауры и отход от стандартов классического элитарного искусства, массовая культура все же способна наполнить жизнь человека смыслом и породить новые духовные развлечения. Теодор Адорно считает, что абсолютно все массовое искусство носит лишь репрессивный и зомбирующий характер и вовлекает каждого человека в процесс бесконечного потребления, который в свою очередь занижает общий уровень его нравственного и духовного развития. Вальтер Бенямин видит прогрессивные моменты в массовом искусстве, Адорно рассматривает массовое искусство как исключительно негативный феномен, приводящий к деградации человека.

Стоит согласиться с Бенямином в том, что развитие технологий изменяет формат восприятия искусства и есть закономерность в том, что появление новых технологий может изменить эстетическое мироощущение людей. Но мысль об ауратичности классического искусства и о том, что современное искусство, становясь массовым, теряет свою ауру, недоказуема – это чисто мифологическая модель восприятия. Можно сказать, что «аура», то есть особая уникальность, необычность, единичность, подлинность вещи, которая создает бесконечную дистанцию при видимой близости, – это ядро любого искусства, и развитие новых современных технологий не девальвирует ауратичность искусства, а только лишь меняет способ его восприятия. Можно согласиться с тем, что способы создания, восприятия и существования кино и театра, картины и фотографии различны, но нельзя говорить, что одно имеет ауру, а другое ее совсем не имеет, что одно уникально, а другое обыденно и штампованно. Даже если какое-либо искусство или культура в целом становится частью конвейерного массового промышленного производства, так сказать омассовляется (то есть становится доступным и открытым для всех), это не означает, что его особая аура, подлинная уникальность теряется или что в него закладывается только пустая форма, что оно становится симулякром, который ориентирован на всех и ни на кого в отдельности. Можно скорее говорить только о том, что тот или иной культурный продукт стал массовым в количественном плане, стал доступен для всеобщего восприятия, но в качественном плане все осталось по-прежнему, каждый понимает и смотрит на вещь и на все искусство своим особым способом восприятия, фильтруя общую окружающую реальность через свой мир личных представлений и ощущений. Не существует никакого единого и всеобщего, стандартизированного искусства, а нужно говорить о множестве различных эстетик. Есть самые общие формы восприятия искусства: одно ориентировано на потребление первичных смыслов, другое схватывает уникальные идеи, заложенные в культурном продукте, и даже создает нечто новое в нем.

Однако все развитие современной культуры и всего массового искусства показывает нам правоту Адорно в споре с Бенямином. Как мы наблюдаем в нашем с вами современном мире, искусство становится вездесущим, то есть массовым. Массовое искусство имеет чрезвычайно понятные нарративы, которые эксплуатируются до бесконечности, и носит чисто развлекательный характер. Оно дарит удовольствие и снижает тревожность. Однако масскульт также создает упрощенное восприятие всей действительности и превращает человека в конформиста и потребителя. Тот высокий смысл, который Вальтер Бенямин приписывал как возможность массовому искусству, так и не был реализован. Высокая воспроизводимость искусства не привела к всеобщей эстетизации всего мира, а наполнила его лишь пустыми подделками и симулякрами. Массовое искусство отныне становится абсолютно безличным, тотально пустым и бессодержательным, оно все заземляет, делает обычным и посредственным. Здесь все строится на бесконечном повторении одних и тех же развлекательных образов, превращающих мировую культуру в зрелище для масс.

Однако стоит понимать, говорит нам Адорно, что вечное повторение и простота, которая задается нам массовым искусством, – это осознаваемый нами феномен. Потребляя масскульт, мы все понимаем, что воспринимаем нечто низкопробное и вторичное. Но мы готовы на это пойти, так как, несмотря на наличие альтернатив, сознательно выбираем упрощение. Люди сами жертвуют своей эстетической свободой, как ранее также пожертвовали экономической независимостью в сфере капиталистического производства, потому что это дает возможность создать упрощенный формат жизни и самовосприятия. Простота означает особую несложность, самопонятность и развлекательность. Однако этот базовый комфорт масскульта покупается личной свободой человека и превращением его в бездумного потребителя.

Можно согласиться с Адорно и в том, что современное искусство имеет возможность стать тоталитарным и навязывать миру свои определенные этические и даже эстетические мировоззренческие установки. В нашу эпоху тотального антигуманизма (тотальная критика всех идеалов антропоцентризма, девальвация старой человеческой исключительности) главным культурным героем становится не человек, а сверхчеловек или же вообще монстр. Так, в современном кинематографе чрезвычайно популярны образы различных жутких сверхзлодеев – вампиров, оборотней, магов. Их особое существование тотально эстетизируется и идеализируется. Они, в свою очередь, противопоставляются людям, представленным как никчемные и очень глупые создания, сведенные до роли объекта манипуляции или же даже до роли пищи. Искусство и культура в целом заключают в себе многочисленные образы смерти и насилия, что может навязать негативный, пессимистичный взгляд на окружающий мир. Как мы видим, все искусство современного мира имеет тенденцию превращать смерть и насилие над человеком, виртуальное насилие и виртуальную смерть в шоу, новый развлекательный контент.

По-видимому, Адорно был прав, и только радикальное искусство способно освободить человека из-под власти диктата мира и высвободить его из машины всеобщего потребления, остановив новый бесконечный поток тупых удовольствий желавшей машины. Однако в условиях постмодерна, в мире, который Жан Бодрийяр назвал «состоянием после оргии», когда все уже сказано, все нарративы уже полностью реализованы и возможно только повторение, вечное возвращение одних и тех же структур, то есть эклектика, создание нового и оригинального, то есть по-настоящему неповторимого искусства, является чрезвычайно сложным, если вообще возможным и очень проблематичным процессом. По-видимому, массовое искусство поглотило нас всех, и выход из этого состояния пока не совсем ясен.

Ориентация на всех и стремление к прибыли лишили массовое искусство и культуру в целом оригинальности и революционности, создавая мир, где все потребляют все в зависимости от закона спроса и предложения. Политическая ангажированность всей мировой культуры, которая часто задается со стороны государства, превращает человека в куклу, подчиненную чужой воле, или же приводит к усталости и выгоранию,

что, в свою очередь, ведет к поиску спокойствия в детерминированных и простых структурах массовой индустрии развлечений, которая и становится новым всеобщим гипнотическим утешением. Осознавая возможность превращения мировой культуры со стороны государств и капиталистов в индустрию контроля сознания, необходимо развивать ее гуманистическое содержание. Культура должна служить людям, развивать их безграничный творческий, духовный и интеллектуальный потенциал, а не быть игрушкой в руках очень богатых бизнесменов и могущественных чиновников.

## Заключение

Таким образом, все развитие постиндустриального общества создает проблемы для культуры и мира искусства. Культурный мир переполняется информацией и различными концептами. В условиях смысловой избыточности человек, выстраивая свой жизненный проект, больше не ориентируется на создание смысла, а впервые обращает свое внимание на возможность получения бесконечных удовольствий от пребывания в вечно меняющемся мире, реализуя свою нарциссическую потребность в личной самопрезентации. Последствиями данного перепроизводства смысла становятся формирование потребительского сознания, вечный гедонизм, синдром экзистенциального выгорания, что явно сегодня проявляется в бесконечной усталости от переполненного самой разной информацией окружающего мира и апатии, а также эскапизм, то есть уход в свои закрытые развлекательные миры внутри цифровой вселенной. Все это приводит к формированию такого явления, как симуляция культурного продукта, когда реально существующий культурный продукт заменяется его цифровой копией, становится своей собственной симуляцией. Начинают формироваться аналоги культурного продукта, не обладающие реальной культурной ценностью. Также стоит обратить наше внимание на изменения искусства, которое благодаря цифровым технологиям стало вездесущим, стало тем, что Бодрийяр называл «транскусством». Сегодня все существующее в нашем мире можно превратить в художественный объект, в том числе самые различные бытовые предметы и эмоциональные реакции человека. Все существующее может быть искусством, и поэтому человек теряет привилегированный статус субъекта творчества, так как творить теперь может и машина. Однако это привело нас к тому, что искусство стало очень фрагментированным и коммерциализированным. Бинарная логика противопоставления массовой и элитарной культуры в самом информационном обществе уже совсем не работает. Нужно творить абсолютно новое радикальное искусство, которое не тиражировало бы старые идеи, а трансцендировало бы весь наличный универсум, выводя субъекта в новые эстетические миры.

Перспективы дальнейшего исследования могут быть связаны с анализом трансформации коммуникативной системы и симуляции различных культурных продуктов в цифровую эпоху. Видится перспективным ответ на вопрос: почему человек XXI века превращается в цифрового кочевника и пустого нарцисса? Также стоит обратить внимание на цифровой гедонизм как форму эскапизма и диджимодернизм как кризисное состояние современной культуры. Заслуживает исследовательского внимания и проблема взаимодействия машины и человека в совместном продуцировании нового мира искусства.

## Источники | References

1. Бауман З., Донских Л. Текущее зло: жизнь в мире, где нет альтернатив. СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2019.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. М.: Медиум, 1996.
3. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. Тула: Тульский полиграфист, 2013.
4. Бодрийяр Ж. Фантомы современности // Матрица Апокалипсиса. Последний закат Европы / ред. О. В. Селин. М.: Алгоритм, 2015.
5. Гиренок Ф. И. Клиповое сознание: клипы в науке, клипы в философии, клипы в политике, клипы в искусстве, клипы в образовании, неклиповое. М.: Проспект, 2016.
6. Камю А. Сочинения: в 5-ти т. Харьков: Фолио, 1997. Т. 2.
7. Кравец А. С. Бытие смысла // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Философия». 2016. № 3.
8. Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. М.: Владимир Даль, 2001.
9. Ресслер Н. Е. Самоорганизация частных художественных пространств как проявление феномена просьюмеризма // Вестник студенческой научной сессии факультета философии и психологии. 2021. Вып. 15.
10. Сальникова Е. В. Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века. М.: Прогресс – Традиция, 2012.
11. Слотердаик П. Критика цинического разума. Екатеринбург: У-Фактория, 2009.
12. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004.
13. Хан Бен-Чхоль. Общество усталости. М.: АСТ, 2024.
14. Хоркхаймер М., Адорно Т. В. Диалектика просвещения. СПб.: Медиум; Ювента, 1997.
15. Цуркан А. А. Феномен гламура: природа и сущность // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Философия». 2015. № 4.

**Информация об авторах | Author information****Шаповалов Игорь Сергеевич<sup>1</sup>**<sup>1</sup> Воронежский государственный университет**Igor Sergeevich Shapovalov<sup>1</sup>**<sup>1</sup> Voronezh State University<sup>1</sup> [igor14032@yandex.ru](mailto:igor14032@yandex.ru)**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 13.05.2024; опубликовано online (published online): 02.07.2024.

**Ключевые слова (keywords):** культурное бытие человека; эстетические потребности в информационном обществе; культурное сознание общества; фоновое потребление контента; симуляция культурного продукта; human cultural existence; aesthetic needs in the information society; cultural consciousness of society; background consumption of content; simulation of a cultural product.