

ГІПЕРТОЛЕРАНТНІСТЬ ЯК ФЕНОМЕН МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

У статті розглянуто проблему трансформації змістовного наповнення поняття "толерантність" під час використання його для аналізу явищ масової культури. Толерантність в умовах знаково-інформаційної цивілізації постає як гіпертолерантність, тобто терпимість до будь-чого та можливість сприйняти та поглинути масою будь-що.

У сучасній гуманітарній мультидискурсивній сфері постійно й дуже гостро постає питання принципового неприйняття й неможливості застосування для опису соціальних та індивідуальних процесів та явищ того категоріально-понятійного апарату, що створювався в межах класичної та некласичної філософської традиції. Категорії особистісного самовизначення, людської свободи, культурної комунікації, творчості, духовної енергії та багато інших, що були основою людського філософського саморозуміння, виявляються такими, які неможливо змістовно застосовувати для аналізу процесів та явищ інформаційної цивілізації, яка базується на принципі безперервної циркуляції знаково-інформаційних утворень.

Інформаційний світ у моральному, естетичному та когнітивному відображенні за допомогою понять світу знання постійно набуває парадоксального вигляду, коли одне й те саме поняття, що покликане зафіксувати те чи інше явище, містить у собі самозаперечувальні значення. У світі, метою людини було створення знання, існували чіткі демаркаційні (нехай навіть відносні) критерії, які дозволяли розрізнити добро й зло, красу й потворність, істину й хибу. Культурні й світоглядні особливості визначалися саме такими критеріями, а прийняття, розуміння і визнання за можливі критерії інших і було тим, що називалося толерантністю. У світі інформації добро не є суперечністю чи протилежністю злу, а потворність не заперечує красу, адже будь-що в середовищі інфоциркулювання є лише знаком, який у будь-якому разі сприймається в разі комфортного його донесення за допомогою різноманітних мас-медіа. У зв'язку з необхідністю принципово нового відображення нової дійсності в соціально-філософській теорії (особливо в рамках постмодерністської літератури) почали застосовувати такий засіб, як додавання до традиційних понять префіксів "гіпер-", "транс-", "суб-", "псевдо-" тощо. Кожен із таких додатків несе ніби подвійне навантаження, з одного боку, стверджуючи, що поняття принципово змінило своє значення, а з іншого – перетворює це поняття на знак, надаючи йому статусу існуючого в інформаційній сфері, а також можливості багатьох, нехай навіть суперечливих, тлумачень.

Метою статі є визначення можливостей, які з'являються при трансформації поняття "толерантність" в "гіпертолерантність", у дослідженні масової культури, оскільки остання, в свою чергу, є визначальним середовищем утвердження трансцендентних установок інформаційної цивілізації. У процесі визначення толерантності в рамках традиційного її розуміння, яке було базовим для усвідомлення культурної творчості та взаємодії, в першу чергу підкреслювалося, що толерантність – це "якість культури (моральної, правової, політичної) кожного суспільства, будь-якого соціального прошарку, кожного громадянина, не зважаючи на стать, вік, етнічну, конфесійну та расову належність. Основна вимога толерантної культури полягає в наступному: вільне дотримання кожним громадянином, суспільною групою, суспільством вільно обраних моральних, соціально-політичних, світоглядних вподобань передбачає їх лояльне, терпиме, не вороже, поважне ставлення до аналогічного вибору інших" [1: 9]. Отже, значення поняття "толерантність" безпосередньо пов'язували з розумінням культури, творчості та особистісної самоідентифікації. Для нас важливо з'ясувати в що трансформується це значення, коли культурне середовище перетворюється на інформаційне, а суспільство й людина – на масу.

Проблема категоріальної трансформації соціально-філософського знання при переході до інформаційно-масової цивілізації особливо гостро постає в творчості філософів постмодерністів. Саме постмодерністський стиль рефлексії щодо сутнісно нових процесів та явищ, породжених у середовищі масової культури, дозволяє трансформувати традиційні категорії в знакові структури, які є парадоксально багатотлумачними. Ключовими з цієї точки є праці Ж.-Ф. Ліотара (теорія трансформації легітимізуючої здатності знання), Ж. Бодрійара (теорія гіперреальності, злиття реального й удаваного), Ф. Джеймісона (теорія пастішності та шизофренічності масової культури). Зрештою, навіть теоретична рефлексія щодо масової культури перетворюється на одну з її складових, сприймає й витлумачує будь-що в будь-якій спосіб, не відкидаючи можливість розуміння одних понять в абсолютно суперечливих значеннях.

Для порівняння понять "толерантність" і "гіпертолерантність" важливим є те, що коли ми говоримо про толерантність, маємо на увазі феномен культурної, суспільної та особистісної комунікації, сутність якого полягає в тому, що "мої" і "наші" переконання не втрачаються й не заперечуються, а лише збагачуються за допомогою сприйняття поглядів "іншого" й "інших". Більше того, лише в такому комунікаційному середовищі можлива культура й особистість. Маса ж є принципово некомунікативним і неструктурованим явищем. Основна здатність маси не сприймати, розуміти й усвідомлювати, а поглинати й споживати. Інформаційна цивілізація й маса невід'ємні одна від одної, адже інформація є найкомфортнішим продуктом для споживання.

Перша визначальна теза дослідження: "Маса сприймає все" – це головний принцип гіпертолерантності. Маса поглинає будь-що, що набуло інформаційно-знакової форми, при чому жодного значення не має аксіологічне наповнення явища, що поглинається. Найпрекрасніше творіння мистецтва не існує для масового споживача, якщо воно не транслюється одним із засобів мас-медіа. Зазначимо, що на мас-медійний елемент інформаційного суспільства фактично перетворилося все, адже для того, щоб бути елементом інформаційної

цивілізації, необхідно брати участь в інформаційному обміні й циркуляції. На мас-медіа перетворилася система освіти, яка тепер навчає не творити знання, а оперувати інформацією, виробнича система, первинним елементом якої тепер є не виробництво безпосередньо продукції, а насамперед брендів та торгових марок; в основі економіки лежить сфера маніпулювання віртуально-знаковими фінансовими одиницями тощо. У світі мас-медіа сприймається все, що існує, адже існує лише те, чим мас-медіа оперують, що подають масі для поглинання. При цьому важливим є те, що поглинаючи той чи інший інформаційний імпульс маса не змінюється ні структурно, адже вона неструктурована, ні формально, адже вона аморфна, ні сутнісно, адже її сутність самозаперечується. Маса є гіпертолерантною, тому що, сприймаючи будь-що, вона не ризикує бути зміненою чи знищеною. Найголовнішим інструментом самозахисту інформаційної цивілізації від культурної самотворчості та прагнення до змін є те, що будь-що, створене одразу, перетворюється масою на інформаційний знак і безпечно поглинається.

Другий важливий момент – культура завжди була результатом і причиною суспільної структурованості. Саме в культурному контексті визначалися аксіологічні принципи та ієрархічні розмежування соціальної структури, водночас саме розшарування суспільства було причиною напруженості, яка вела до породження нових культурних смислів. "Культурним смакам панівних груп надавали інституційну форму, а потім, за допомогою майстерної ідеологічної "спритності рук" властиві уподобання узаконеної культури проголошують доказом їхньої культурності, а зрештою – й соціальної вищості. Таке культурне розмежування було потрібне для того, щоб створювати й відтворювати соціальну відстань між панівними та підпорядкованими соціальними групами, ієрархію та нерівність у суспільстві. Отже, створення й відтворення культурного простору створювало й відтворювало простір соціальний... Той занепад норм, про який у наші постмодерні часи майже щотижня кричать засоби масової інформації, може бути ні чим іншим, як відчуттям того, що відшукати можливості використовувати культуру на створення та позначення соціальних розмежувань стає дедалі складніше..." [2: 274]. Середовище масової культури ж передбачає аксіологічну неструктурованість й аморфність. Знаково-інформаційний уривок, сегмент може бути оціненим, але не може бути особистісно, ідентифікаційно ціннісним. Отже, маса, перетворюючи все на знак, постійно оцінює ці знаки, водночас не надаючи їм жодної сутнісної цінності чи значення. Безціннісне, псевдоаксіологічне середовище є гіпертолерантним, адже воно приймає будь-що, оцінене як знак, натомість воно не може бути толерантним, бо не містить у собі потенціалу ціннісного самовизначення та структурування. Таким чином, гіпертолерантність є явищем *неструктурованої маси*.

Ще однією формуючою особливістю толерантності завжди був її індивідуальний рівень. Ціннісне поле індивіда завжди вступало в протиріччя з іншими індивідуальними оціночними судженнями. Такі протиріччя долалися за допомогою культурної комунікації особистостей, діалогу "я" – "інший". Структура особистісної свідомості завжди передбачала можливість зміни в процесі толерантного контакту з "іншим". "Сприйняття людиною оточуючого світу та інтерпретація інформації, що надходить, відбувається вибірково та здійснюється на основі попереднього досвіду. Культурний та життєвий досвід кожної людини індивідуальний та неповторний, і через це люди просто не в змозі однаково розуміти одні й ті самі події й надавати їм однакової оцінки. Отримуючи інформацію ззовні, людина автоматично систематизує й впорядковує її у зручній для себе формі, розділяючи її на відповідні категорії: групи, класи, види" [3: 164]. Така структурованість особистісної ціннісної сфери дозволяла міжособистісний контакт на основі взаєморозуміння та терпимості. Інформаційна цивілізація пропонує людині-масі зовсім інший принцип – принцип неструктурованої свідомості або "потoku свідомості", який знаходиться під постійним впливом інформаційних імпульсів, що не мають жодної онтологічної спорідненості чи ціннісного зв'язку. В такому середовищі безперервно циркулюючої інформації людина не може сформувати власні переконання та основи особистісного світосприйняття. Людина без переконань сприймає з легкістю будь-яку інформацію в тій формі, у якій вона подається, не надаючи їй власних значень і не структуруючи її. Людина-маса гіпертолерантно сприймає будь-що, натомість не маючи жодної здатності сприйняти і зрозуміти "іншого".

Інформаційно розділивши людей, перетворивши їх на "дивідуумів", зруйнувавши комунікативну можливість "я" – "інший", інформаційна цивілізація забезпечила себе від особистісного й культурного впливу. Тепер "справжня дійсність буття людини здається такою, яка співпадає з потоком свідомості. Критерії високої та низької моралі, істини та хиби перестають діяти або оцінюються як суб'єктивні, як результат уподобання залежного від особистих прагнень. У бутті як потоці свідомості виникає *терпимість до всього взагалі*. Попередні духовні та соціальні цінності входять у систему інформації поряд із будь-якою іншою інформацією. Елементи інформації можуть або становити інтерес для індивіда, бути стимулом певних форм життя та поведінки, або ні. Індивідуальний вибір у системах ціннісних орієнтацій робить мозаїчною систему суспільного життя" [4: 19]. Деякі дослідники в такій ситуації вбачають шлях до абсолютної свободи: "Постмодерністський проект вільний від будь-яких видів загальноприйнятої ідентичності та стандартної поведінки: його мета – таке суспільство, в якому множинні займенники "ми" та "вони" (і навіть змішані займенники "ми" та "я") не мають постійного означуваного, цей проект спрямований до самої досконалості індивідуальної свободи." [5: 104]. Але на нашу думку, це знову ж таки є використанням поняття "свободи" в сенсі "трансвободи", тобто такої свободи, яка не передбачає особистісного вибору, оснований на звільненні внутрішньої, духовної, творчої енергії, а лише дозволяє людині дійсно абсолютно вільно вибрати серед безлічі можливостей інформаційного споживання. *Трансвобода передбачає гіпертолерантність*, адже можливість споживати будь-що зумовлює сприйняття пропонованого інформаційного продукту – індивіду необхідно просто обрати те, що йому комфортно спожити, не докладаючи до його створення жодних енергетичних, особистісних зусиль. Гіпертолерантність заперечує особистісність, адже особистість має переконання й через це не в змозі прийняти абсолютно все, маса ж приймає все.

За умови здатності до сприйняття особистістю будь-яких впливів виникає питання про те, чи не виникає в людини-маси відраза до певних явищ, що сприймаються, або ж до перенасичення певними знаково-інформаційними імпульсами, що поглинаються. Чи відкидає щось людина-маса принципово? Для того, щоб у нас не виникало постійне відчуття відрази до постійного потоку інформації, ми цивілізаційно вбезпечуємося від цього, постійно продукуючи все нові й нові знакові середовища, кожне з яких закликає розважати й зваблювати нас. Продувати розважальні знаки легко, а ще легше в розважальній формі привчити масу до сприйняття дурості, насильства, потворності, тим паче, що в знаково-інформаційній формі вони нічим не відрізняються від мудрості, доброти й краси. "Вірно, що ніщо не викликає в нас дійсної відрази. У нашій еклектичній культурі, яка відповідає розкладу та скупченості інших культур, ніщо не є неприйнятним. Саме тому виникає відраза, бажання знищити цю скупченість, байдужість до гіршого, цю в'язкість протиріч. І в тій же мірі зростає відраза, викликана відсутністю відрази. У цьому – алегорична спокуса відкинути все разом – поступову інтоксикацію та переїдання, толерантність, шантаж загрозою розброду та безчинств. І зовсім не випадково так гостро постає питання про імунітет, антитіла, трансплантацію та відторгнення. На стадії нестачі ми прагнемо все поглинати та засвоювати. На стадії ж перенасичення постає проблема відторгнення та відкидання. Везагальна комунікація та перенасичення інформацією є загрозою для захисних властивостей людського організму. Цей символічний інтелектуальний простір, де народжуються судження, не захищений нічим" [6: 109]. Коли людина проходить етап здивування відсутністю відрази до речей, до яких вона мала б бути, настає стан гіперсприйнятливості. Я можу сприйняти все, що подається мені у вигляді інформації, адже в мене не існує захисних механізмів (моральних, естетичних, когнітивних) відкидання чогось, визначення цього "чогось", як несприйнятливого, протиприродного, аморального, хибного, потворного. Інформація не може бути хибною або потворною, еклектика явищ не викликає бажання створювати цілісну картину світу, а в інформаційно розщепленому світогляді прийнятним є все.

У той же час, підкреслена Ж. Бодрійяром "спокуса відкинути все разом" є обов'язковим символом парадоксальності масової, еклектичної культури: сприймаючи все, ми хочемо все закреслити, затаврувати, зневажити. У цьому сутність гіпертолерантності як самозаперечувального всесприйняття, у цьому сутність інших гіперявищ масової культури, сама сутність якої в самозапереченні, зневажливому пародіюванні самої себе, самовисміюванні та саморозчленуванні заради комфортнішого поглинання та виверження.

Явище гіперсприйнятливості не оминуло й соціально-філософські науки, парадигмальною установкою яких стала дискурсивна мультиможливість. При чому така мультиможливість передбачає не плюралістичність світоглядних установок, а повну розірваність предметної та методологічної сфери. Теоретична еклектика створює своєрідну наукову гіпертолерантність – гіпертеоретичність, яка полягає не лише в тому, що ми можемо той чи інший предмет досліджувати будь-якими методами, але й у тому, що ми можемо вигадувати собі будь-який предмет і називати його науковим. Це стосується не лише гуманітаристики: чого вартий лише відкритий у США музей креаціонізму, який інформаційно поданий як виключно наукова установа. Але в суспільствознавстві ефект гіпертеоретичності є досить очевидним, адже тут існує гіперсвобода щодо продукування знакових систем. "Поколінням раніше ще існував суворий термінологічний дискурс професійної філософії – великі системи Сартра й феноменологів, твори Вітгенштейна, аналітичної філософії чи філософії буденної мови, разом з чітким розділенням різних дискурсів інших академічних дисциплін, таких як політологія, соціологія чи літературна критика. Сьогодні ми дедалі більшою мірою маємо певний вид письма, що зветься просто "теорією", яка являє собою всі ці дисципліни одразу і жодну з них окремо" [7: 2]. Деонтологізуючи світогляд сучасної людини, гіпертеорія сприяє цивілізаційному поступу, спрямованому саме на створення інформаційної ілюзії знання, в якому в розірваному, розчленованому вигляді маса має можливість обрати те знання, яке її влаштовує, й толерантно до нього поставитися. Далі є можливість сприйняти інше знання, створюючи ілюзію його розвитку, що дозволяє людині толерантно ставитися до власної необізнаності, адже необізнаним бути добре для того, щоб отримувати й поглинати будь-яку інформацію.

Таким чином, проаналізувавши такі ознаки масової культури в рамках інформаційно-знакової цивілізації, як розірваність світоглядного поля людини, обов'язкове перетворення будь-якого явища не на феноменологічно сприйнятливую дійсність, а на інформацію, трансформація колишніх соціальних інститутів на мас-медійні проекти, приходимо до висновку, що людина-маса знаходиться в середовищі, де дійсно прийнятним є все, адже все подається в зручній для поглинання формі – у формі інформації. Гіпертолерантність як сприйняття чогось стає однією з основних характеристик маси, а індивідуальне несприйняття певних явищ, відраза до них залишаються ситуативними й штучно створеними знову ж таки в цивілізаційному інформаційному просторі з метою імітування ціннісної природи людини. Інформаційний хаос й еклектика – найзручніше середовище маскультурної імітації, у якій у парадоксальній формі потворність може сприйматися як краса, глупота як розумність, хибя як істина. Саме відсутність буттєвого особистісного підґрунтя для структуризації аксіологічної сфери призводить до ефекту всесприйняття, гіпертолерантності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Толерантность / Общ. ред. М.П. Мчедлова. – М.: Республика, 2004. – 414 с.
2. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура. Вступний курс. – К.: "Акта", 2005. – 360 с.
3. Толерантное сознание и формирование толерантных отношений (теория и практика). – М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: НПО "МОДЭК", 2003. – 368 с.
4. Скворцов Л.В. Перспектива толерантности // Человек: образ и сущность (гуманитарные аспекты): Толерантность и архитектура эмоций – М., 1996. – С. 8-45.
5. Уолцер М.О терпимости. – М.: Идея-Пресс: Дом интеллектуальной книги, 2000. – 159 с.
6. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. – М.: Добросвет, 2000. – 260 с.

7. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Интернет-журнал "Логос". – http://www.ruthenia.ru/logos/nuber/2000_4/10.htm.

Матеріал надійшов до редакції 19.09.2007 р.

Зуев А.В. Гипертолерантность как феномен массовой культуры.

В статье рассматривается проблема трансформации содержательного наполнения понятия "толерантность" при использовании его для анализа явлений массовой культуры. Толерантность в условиях знаково-информационной цивилизации представляется как гипертолерантность, то есть терпимость к чему-либо вообще и возможность массы воспринять и поглотить всё, что угодно.

Zuyev A.V. Hypertolerance as the Phenomenon of Popular Culture.

The article deals with the problem of meaning filling transformation of the notion "tolerance" while using it for the popular culture phenomena analysis. In the conditions of informational civilization tolerance arises as hypertolerance, that is the indulgence to anything and possibility of the mass to percept and absorb anything.