

історичному вектору. Таким чином, технології долають історію, залишаючи її далеко позаду. Мережа Інтернет об'єднує людей із зовсім різним історичним бекграундом, історичною пам'яттю та досвідом, тобто технологія в цьому співвідношенні виводить історію на маргінеси минулого, до якого в користувачів можуть бути різні погляди. Але важливо підкреслити: самі користувачі об'єднані єдиною комунікативною системою.

Культура при цьому формується відносно технології (та виходячи із неї), а не відносно історії. Так, наприклад, формуються: особлива інтернет-мова, система впізнаваних образів (наприклад, мему), внутрішні ієрархії (лідери громадської думки) та різновекторні нарації (в залежності від політичної, професійної, релігійної та інших позицій наратора) тощо. Отже, можна зазначити, що інтернет-простір надає можливості для реалізації різних культурних форм і утворює своєрідний ландшафт, на якому з'являються різні соціальні групи.

Особливою групою є посередність (у ХХ ст., за теорією Х. Ортеги-і-Гассета, була названа людиною масовою), яка оволодіває правом на висловлювання через соціальні мережі. Посередність докорінно відрізняється від людини-маси тим, що з'являється у якості продукту технологічної культури і проголошує себе у формі множини образів в Інтернеті, які мовлять (в той час як людина-маса — це, в першу чергу, сукупність людей, позбавлених права говоріння). Ю. Хабермас влучно помітив в роботі «Структурні зміни в публічній сфері і суспільній політиці» (2022 р.), що нові технології надають можливість будь-кому стати автором, незважаючи на рівень знань та компетенції у представленому питанні. У цьому співвідношенні слід наголосити, що посередність використовує технологію у якості інструменту говоріння, а тому перехоплює ініціативу і оволодіває реальною владою в постіндустріальному суспільстві, яке орієнтується на інформацію загалом і на інформаційні технології зокрема. Отже, необхідно зазначити, що таке перехоплення влади в професіоналів становить небезпеку для сучасних суспільств, які залежать не від позиції професіоналів своєї справи, а від широкого загалу, котрий диктує ті зміни, що реально відбуваються в суспільстві. Тут позначається вторгнення віртуального в реальне і його підміна. Іде нівеляція антропології людини та її розлюднення, адже реальність завжди не співпадає з образом в мережі.

З цього можна сформулювати висновок, який буде відповіддю на друге питання, а саме — технологічна культура створює специфічний ландшафт, на якому з'являється посередність. Отже, технологія є одним з факторів зростання посередності.

С. Криворутченко

АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ НЕГАТИВНОГО СУСПІЛЬНОГО СПРИЙНЯТТЯ НОВИХ МОДНИХ ІДЕЙ У РАДЯНСЬКУ ДОБУ

S. Kryvorutchenko

AXIOLOGICAL ASPECT OF FORMATION OF NEGATIVE PUBLIC PERCEPTION OF NEW FASHIONABLE IDEAS IN THE SOVIET ERA

Мода як соціокультурне явище завжди слугує віддзеркаленням існуючої дійсності. Через її форми та зміст проглядають і транслуються актуальні чи бажані до впровадження в суспільстві ідеї, змісти та цінності. У свою чергу, відповідно до вже закріплених у конкретному середовищі поглядів, цінностей та моделей

поведінки, відбувається формування особливостей суспільного сприйняття нових модних тенденцій і практик. Тому дослідження ціннісної складової соціокультурної дійсності в певний період надають розуміння специфіки механізму формування суспільного сприйняття нових модних ідей.

Актуальність дослідження радянського досвіду сприйняття моди підкреслює сучасна мімікрія та продовження поширення успадкованих з радянського періоду обмежувальних світоглядних цінностей як серед багатьох представників старшого покоління, так і непоодинокі спроби їх трансляції у середовище молоді з метою подальшого закріплення в сьогоденні та консервації вкрай деактуалізованого способу сприйняття як нових модних тенденцій, так і дійсності загалом. Очевидним наслідком поширеності радянського ціннісного спадку є періодична активізація ностальгічних до радянської дійсності настроїв у окремих прошарках сучасного суспільства як через власний, так і через успадкований досвід, необізнаність щодо дійсних радянських реалій та недостатню дослідженість проблеми.

Модна дійсність радянської доби знаходилась під жорстким політичним та ідеологічним контролем. Її функціонування зосереджувалося переважно навколо фізичного оновлення ужиткових зразків, демонстрації успіхів промисловості, популяризації назагал радянського способу життя та обстоювання традиційних соціалістичних цінностей: активності, колективізму, скромності, стриманості, зрозумілості, зосередженості на праці, відкиданні буржуазності та надлишковості. Прояви в моді яскравого індивідуалізму, фантазійності, надмірності, звабливості, естетизму чи звернення до західних модних тенденцій знаходили суспільний осуд; були вкрай небажаними та навіть переслідуваними.

Масове беззмінне виробництво стилістично ідентичного, невибагливого, морально застарілого і подекуди дефіцитного ужиткового продукту впродовж тривалого часу привчило суспільство до усталеності та одноманітності в саморепрезентації як звичної, зрозумілої та бажаної *стабільної* модної норми. Тому поява і поширення *інакших*, віддалених від звичних та ідеологічно схвалених, модних зразків, тенденцій, були для основної маси суспільства незрозумілим візуально, естетично та світоглядно далеким явищем, що порушує усталений *правильний* комфортний спосіб життя.

Нові модні зразки формувалися під впливом інших, у тому числі й цілком протилежних схвалюваним радянським ідей, світоглядних цінностей і поширювалися в середовищі прогресивної молоді. Перспектива їх засвоєння, укорінення та поширення означала активізацію небажаних для носіїв радянського світогляду не лише модних, а потенційно і соціально-культурних, світоглядних, ціннісних трансформацій: проникнення буржуазних ідей, поширення індивідуалізму, критичного ставлення до існуючої радянської дійсності, що є передвісником зміни звичного повсякденного життя.

З урахуванням цього нові модні ідеї оцінювалися владою як загроза існуючому порядку, соціально-політичному устрою, державі. У рамках радянської парадигми боротьба з інакшістю була єдиним способом збереження усталеного способу життя. У масовій культурі та ЗМІ інакшість саморепрезентації таврувалася як запозичена західна світоглядна та моральна деградація, що негативно впливає на молодь, призводить до падіння престижу існуючої політичної системи та антидержавних настроїв. Тому задля фіксації тодішньої дійсності з носіями нових модних ідей провадилася активна боротьба в ідеологічній, юридичній та фізичній площинах: від

робочих місць до родини. Переслідування на модному підґрунті вноrmовувалися та заохочувалися в суспільстві.

Такий спосіб масового реагування на врзноманітнення модних реалій додатково підкреслює консерватизм радянського модного світогляду, нездатного коректно існувати в мінливій модній та соціокультурній дійсності та покликаною консервувати усталені і деактуалізовані модні практики задля збереження звичного для носія способу життя в новому середовищі. У підсумку, виховане радянськими цінностями та настановами негативне суспільне сприйняття нових (і не лише модних) ідей фіксує людину поза процесом розвитку в оточенні вкрай деактуалізованих практик, що невдало протистоять прогресу та маскуються в намаганні законсервувати та відновити вже вкрай небажані суспільний устрій, цінності та настанови.

П. Голотенко

NATO ЯК ФАКТОР КУЛЬТУРНО-ПОЛІТИЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

P. Holotenko

NATO AS A FACTOR OF THE CULTURAL AND POLITICAL DEVELOPMENT OF SOCIETY

Останні багато десятиків років військово-політичний блок NATO постає одним із найбільш ефективних механізмів забезпечення соціокультурного прогресу європейської та американської цивілізації. Невипадково повноправна інтеграція до альянсу є стратегічним прагненням України від моменту здобуття її державної незалежності. В умовах повномасштабної війни України проти російського окупаційного тероризму, питання фактично-юридичної належності України до NATO набуло надзвичайної актуальності. Для оптимального розуміння призначення цієї міжнародної асоціації слід висвітлити її функціонування не лише з позиції сучасних військових реалій, а й в ретроспективному контексті.

Офіційна назва асоціації англійською мовою — “North Atlantic Treaty Organization”, що буквально перекладається як «Організація північноатлантичного договору». Перші літери англійських слів утворюють відому абrevіатуру «NATO». Така назва зумовлена тим, що до складу організації входять переважно ті країни, які розташовані в атлантичній і при цьому північній географічній зоні, серед яких Канада, США, Французька Гвіана, Франція, Англія, Норвегія, Іспанія та інші країни.

Коллективна ідея створення NATO виникла майже одразу після закінчення Другої світової війни у другій половині 1940-х рр. У той час країни Європи перебували в стані соціально-економічного колапсу: енергетичні, військові, фінансові та інші ресурси були фактично виснаженими. Користуючись такою нагодою верховна влада колишньої радянської держави прагнула до культурно-політичної експансії ослаблених країн Європи. Це було прагненням до розширення впливу утопічно-диктаторської ідеології із перспективою подальшої окупації цих країн. Усвідомлюючи таку загрозу європейські лідери разом з американською владою на чолі із Г. Труменом розробили фундаментально-прикладну концепцію «Холодної війни» проти радянського союзу. Створення NATO постало однією із головних умов цього протистояння.