

ФИЛОСОФИЯ

(шифр научной специальности: 5.7.8)

Научная статья

УДК 101

doi: 10.18522/2070-1403-2025-114-1-10-16

ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

© *Вадим Николаевич Гончаров*¹, *Ольга Юрьевна Колосова*², *Елена Анатольевна Юринок*³

^{1, 2}*Технологический институт сервиса (филиал) Донского государственного технического университета в г. Ставрополе, г. Ставрополь, Россия;* ³*Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь, Россия*

¹*vgn1968@rambler.ru* ²*kolosova.07@mail.ru* ³*yurinochka@yandex.ru*

Аннотация. Устанавливаются закономерности и особенности взаимодействия культуры и общества в современных социальных процессах. Выявляются особенности общества XXI в., а также их воздействие на содержание современной культуры и формы ее проявления. Современный период цивилизационного развития чрезвычайно многогранен и динамичен. Меняется природная и социальная среда, материальная и духовная компонента человеческого бытия. Показано, что в результате активной деятельности человека наблюдается изменение многоструктурных систем мирового устройства, что порождает различного уровня сложности и противоречия, в том числе, и в культурно-социальной сфере.

Ключевые слова: культура, цивилизация, личность, сознание, знание, информация, ценности, социальная норма, социально-культурные отношения.

Для цитирования: Гончаров В.Н., Колосова О.Ю., Юринок Е.А. Особенности культуры в современном обществе // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 114. № 1. С. 10-16. doi: 10.18522/2070-1403-2025-114-1-10-16

PHILOSOPHY

(specialty: 5.7.8)

Original article

Features of culture in modern society

© *Vadim N. Goncharov*¹, *Olga Yu. Kolosova*², *Elena A. Yurinochka*³

^{1, 2}*Technological Institute of Service (branch) Don State Technical University in Stavropol, Stavropol, Russian Federation;* ³*The North Caucasus Federal University, Stavropol, Russian Federation*

¹*vgn1968@rambler.ru* ²*kolosova.07@mail.ru* ³*yurinochka@yandex.ru*

Abstract. The patterns and features of the interaction of culture and society in modern social processes are established. The article reveals the features of the 21st century society, as well as their impact on the content of modern culture and its forms of manifestation. The modern period of civilizational development is extremely multifaceted and dynamic. The natural and social environment, the material and spiritual components of human existence are changing. It is shown that as a result of human activity, there is a change in the multistructural systems of the world order, which generates various levels of complexity and contradictions, including in the cultural and social sphere.

Key words: culture, civilization, personality, consciousness, knowledge, information, values, social norm, socio-cultural relations.

For citation: Goncharov V.N., Kolosova O.Yu., Yurinochka E.A. Features of culture in modern society. *The Humanities and Social Sciences*. 2026. Vol. 114. No 1. P. 10-16. doi: 10.18522/2070-1403-2025-114-1-10-16

Введение

Общество XXI в. обладает рядом особенностей, обусловленных объективными закономерностями технократического пути развития. Во-первых, с одной стороны, формирование и накопление огромного количества нового научно-теоретического знания, и развитие сложных технологий основанных на этом. С другой – равнодушное восприятие научных открытий большей частью населения планеты. Во-вторых, активное применение открытий в прак-

тической повседневной деятельности каждого человека, иногда даже принуждение к этому со стороны государства (цифровизация, уход от наличных денег). При этом лишь узкие специалисты имеют представление о сущности процесса. В-третьих, доступность любого знания для каждого и при этом общее снижение уровня интеллектуального развития значительной части социума, отсутствие интереса к обучению. В-четвертых, в условиях всеобщей глобализации активное интегрирование достижений науки и техники в различные отрасли культуры (кино, музыка, архитектура). В-пятых, в ходе усиливающейся миграции наблюдается мощная экспансия восточной культуры (азиатской и африканской) в среду европейцев. Процессы противоборства и ассимиляции достижений восточных традиций с западными традициями приводит к совершенно новому культурному продукту. В-шестых, уход европейской культуры от базовых нравственных принципов развития и формирование правил общественного взаимодействия без учета смысла традиционных ценностей, подмена их содержания и формирование новых представлений о социальной норме.

Перечислив лишь некоторые особенности развития современного общества, можно предположить, что культура есть продукт человеческой деятельности, среда формирования и развития социума, сознания личности, который определяет «...значимость эмоциональной сферы личности» [3, с. 33–36]. Это, безусловно, выступает показателем всех современных социальных процессов, а также служит индикатором в прогнозировании дальнейших путей развития цивилизации.

Обсуждение

Современная наука рассматривает действительность как уникальные условия для формирования новых социально-культурных отношений. Так, Ю. Хаяши, Д. Белл, О. Тоффлер, Й. Масуда, У. Мартин, А. Турен, М. Маклюэн считают, что нынешняя цивилизация стала информационной.

Информация при этом рассматривается как основной ресурс, обеспечивающий удовлетворение всех объективных и субъективных потребностей. Причем это не только знания, но и новые информационные технологии, которые способствуют постоянному обновлению личной и социальной сферы. При этом сама информационная среда постоянно меняется за счет научных и технологических нововведений, ускоряет создание и распространение новых знаний в результате их цифрового кодирования – дигитализации (то есть передачи разных видов информации при помощи цифровых кодов), программного обеспечения (что разрешило людям как в различных сферах экономики, так и в личной жизни, не владея специальными навыками программирования, решать любые прикладные задачи). Таким образом, доступность информации увеличивается, а главное упрощается ее доставка потребителю.

Исходя из вышесказанного, возникает вопрос о том, чем в настоящее время пользуется человек: информацией или знанием. Эти понятия не тождественны. Под информацией Д. Белл, автор концепции постиндустриального общества, подразумевает хранение, поиск и обработку данных как основу всех видов обмена, осуществляемых в экономике и в обществе, которые «вливают на социальную структуру общества» [2, с. 45–50], определяя направления «...для решения актуальных проблем общества» [4, с. 19–22]. Знание в свою очередь – это способность сознания перерабатывать сигналы действительности, осмысливать и накапливать их в виде теорий и практического опыта. Именно знание позволяет создавать информацию. Для большинства людей первичность знания не актуальна, главенствующей для них стала система его хранения, чем и можно объяснить повсеместное снижение интереса к обучению. Формирование знания сопряжено со многими трудностями интеллектуального, волевого, материального, ресурсного характера личности. Информация же создается благодаря ресурсам общества.

Такое перераспределение способствует созданию условий, при которых творческое начало человека, его креативные способности остаются невостребованными. Вследствие чего трудоемкий процесс обучения подменяется моментальным удовлетворением интеллектуального голода в виде свободного доступа к самой разнообразной информации без системы и базовых знаний

для ее усвоения. В результате поглощения такого продукта личность не всегда способна адекватно оценивать значимость полученного знания, поэтому его применение и развитие крайне затруднено. Тем не менее, наблюдается некая парадоксальность в системе информация – знание. Информационные и цифровые технологии как результат научного знания повсеместно используются во всех сферах личной и общественной жизни при этом о самом знании как значимом интеллектуальном продукте мало кто задумывается. Именно такая амбивалентность восприятия системы информация-знание создает предпосылки для формирования новых социально-культурных отношений в современном цивилизационном процессе.

В конце XX в. современное развитие цивилизации стало восприниматься как информационное общество и одновременно как общество знания, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становится знание, полученное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению работать с ней. Первое условие здесь – доступность, реализуется в полном объеме. Это стало возможным благодаря совокупности нескольких факторов. Во-первых, разнообразие технических устройств и простота в их использовании, во-вторых, почти весь накопленный интеллектуальный опыт человечества подвергся дигитализации. В-третьих, наличие системы хранения информации – информационно-телекоммуникационной сети Интернет. В связи с чем любое знание может быть получено потребителем за несколько секунд путем простых алгоритмических операций при наличии доступа к системе его хранения – сети Интернету.

Что касается второго условия – умение работать с информацией, то здесь возникла проблема, обусловленная изменениями, связанными в методологическом основании и применяемых способов в самом процессе обучения. Имеется в виду частое игнорирование таких базовых принципов как – системность и последовательность. В результате получаемая информация часто разобщена и не может быть логически упорядочена в сознании с ранее полученными знаниями. В итоге меняется качество мышления, утрачивается его глубина и широта, что приводит к снижению его самостоятельности, но уже как свойства индивидуального или конкретной социальной группы. Все это сформировало и новые условия для культурной среды российского общества, и новые требования, предъявляемые к ней, среди которых актуальным является наличие «...потенциала национального этикета на примере многовековой традиции...» [12, с. 121–123], которая «...проникнута идеями и духом православной религии» [7, с. 34–40].

Культура по-прежнему полифункциональна и сложна по своей структуре. Современные социально-научные процессы сделали приоритетной массовую культуру как наиболее подвижную и адаптивную часть культурных достижений. Современный потребитель массовой продукции отличается различными вкусами, требованиями к стандартам и формам трансляции массовой культуры. «Не следует забывать, что в рыночных отношениях к созданию образцов массовой культуры привлекаются профессионалы, представители культурной элиты, с тем чтобы созданные образцы массовой культуры вызвали интерес у широкого круга зрителей, слушателей, читателей, пользователей интернет-сайтами» [11, с. 20].

В связи с этим явлением качество массовой культуры тоже очень разнится. Наблюдается активное смешение ее уровней, выраженное в четком структурировании готового продукта. Например, реклама – это не только мотивация к приобретению определенного товара, это еще и формирование духовной потребности в социальной принадлежности к одобряемой большинством общности. Причем данная группа обязательно является носителем или обладателем каких-либо общечеловеческих ценностей (любовь к ближнему, миролюбие, семья, патриотизм, справедливость). Это подтверждает предположение о том, «...что облик массовой культуры как, возможно, некоего нового социокультурного феномена зависит от самих творцов культуры и от тех ценностных потребностей личности, которые формируются на основе её приобщения к культурным образцам и нормам, соотносённым с духовно возвышающими личность морально-нравственным принципами» [11, с. 21].

С другой стороны, массовая культура, используется как способ пропаганды и управления сознанием большого количества народных масс независимо от возраста и национальности. «Создается система, в которой сама реальность полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом. Эта среда способна охватывать и интегрировать все формы выражения, так же как и разнообразие интересов, ценностей и воображения» [9, с. 200]. Благодаря этой отличительной черте современной культуры различные социальные группы имеют возможности внушать изначально вредоносные или наоборот социально-значимые идеи конкретным ориентированным потребителям. Через продукты этих культурных направлений формируются как положительные, общественно значимые качества, например, патриотизм, принцип справедливости, гуманизм, так и осуществляются призывы к насилию, не соблюдению правовых и социальных норм, активизируется глубинная агрессия человека.

Удовлетворение массового культурного спроса совмещено с коммерческими интересами посредством обращения к общественным и личностным интересам и духовным потребностям и «стремится вызвать интерес к своей продукции, не заслоняя и не подменяя профессиональной виртуозностью гуманистический смысл, содержание предлагаемых ею образцов, произведений, норм» [8, с. 294]. Такой подход дает импульс для развития культуры в целом и преодоления тех образцов массовой культуры, которые выступают как антигуманные по своему внутреннему содержанию и форме подачи. Специфическая форма социальной организации, в которой благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный исторический период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками влияния и власти, проявляется через массовую культуру, в частности, через фейковые новостные ролики, компьютерные игры, моделирующие виртуальность под реальность, социальные сети.

Современный человек склонен утрачивать свою личностную индивидуальность и растворяться в массовом культурном продукте, приобретая новое качество – одинаковость. Этот удивительный феномен был описан Х. Ортега-и-Гассетом. Чтобы ощутить массу как психологическую реальность, не требуется большого скопления людей. По одному единственному человеку можно определить, масса это или нет. Данный процесс неоднозначен. С одной стороны, хорошо организованное и управляемое общество. С другой – утрата какой бы то ни было идентичности. И в первом, и во втором случае немаловажную роль играет социальная среда, подпитываемая продукцией массовой культуры. Именно качество массовой культуры позволит сохранить и обеспечить безопасность духовной культуры любого народа, в том числе и российского. Станет «необходимым условием, позволяющим отстоять основополагающие принципы, нормы, традиции, уклад, национальное самосознание и культурную самобытность, культурную самоидентификацию, складывавшиеся на всем долгом пути исторического развития» [10, с. 44].

Современная массовая культура – это социально-экономическая и социально-культурная система, подверженная влиянию политики и основанная на передовых цифровых технологиях (большие данные, искусственный интеллект, дополненная реальность). Традиционная политика в наше время вытесняется политтехнологиями, основанными на элементах шоу. Это значит, что элементы массовой культуры используются для формирования общественного мнения и развития политических отношений и внутри государств, и на международном уровне. Международные конфликты перерастают в военные действия с соответствующими последствиями лишь благодаря хорошо подготовленному массовому продукту, создающему общественный резонанс в поддержку силового способа разрешения спорных вопросов. Массовую культуру сейчас невозможно отделить и от науки и научных технологий. Последние создают предпосылки для формирования новых культурных направлений, способные «...обеспечить формирование профессиональной культуры» [6, с. 43–48].

Цифровое пространство становится основной средой для создания большей части современного массового продукта. Причем в роли создателей выступают и отдельно взятые люди; и организации общественные, государственные; и различные социальные группы. Более того, само государство создает условия для этого, обязывая граждан создавать определенные интернет продукты.

В новых условиях формируются новые культурные нормы, например, речевой культуры в социальных сетях с использованием нового эмоционального элемента – смайлик. В эпоху тотальной цифровизации одним из условий качества массовой культуры является использование современных технологий, дающих возможность создавать виртуальную среду идентичную реальной. Ж. Делез определяет это как стержневое значение для современной культуры. Существует два разных способа прочтения мира. Один призывает мыслить, различая с точки зрения предварительного сходства или идентичности, в то время как другой призывает мыслить, учитывая идентичность как продукт глубокой несоизмеримости и несоответствия. Первый способ уже изначально определяет мир копий или репрезентаций – устанавливает мир как изображение. Вторым способом, в противоположность первому, определяет мир симулякра, устанавливая сам мир в качестве фантазма. Иными словами, большая часть современной культуры перемещается в цифровое пространство и становится массовой.

Выводы

Таким образом, на современном этапе исторического развития человек благодаря массовой культуре получил новые возможности в своем развитии. Современные технологии позволяют дистанционно посещать выставки и концерты, участвовать в различных мероприятиях. Все это создает предпосылки для более качественного познания мира и себя, позволяет решать вопрос самоидентификации и поиска себя, что возможно лишь благодаря социальной среде и связям, возникающим в ней.

Массовая культура выполняет связующую функцию человека с миром, а в современных условиях еще и с самим собой. Современный мир в восприятии человека имеет целостный образ яркий, сложный, неповторимый, который пришел к нему с экрана в виде суммы живых картинок и заговорил на разных языках, изменив его представление о пространственно-временных связях и современности. Значение цифровой массовой культуры возрастает пропорционально ее востребованности.

Особую роль в современной цифровой культуре занимает новое технологическое направление – искусственный интеллект (ИИ). Социальная сфера сейчас осваивает это новое научное направление, возможности которого не могут предсказать сами создатели. «Наиболее актуальными являются вопросы этического характера и регулирования искусственного интеллекта» [5, с. 79–82]. Понятно одно, искусственный интеллект можно использовать в самых разнообразных видах деятельности, в том числе и творческой. Это в свою очередь способствует формированию новой культурной среды, которая является частью научных «... современных исследований в проблемном поле» [1, с. 43–47]. Иными словами, искусственный интеллект достаточно скоро станет конкурентом Homo sapiens sapiens, видовой признак которого – творчество.

Наличие образного и абстрактного мышления помогало выживать человечеству. В нынешних условиях при утрате необходимости создавать что-либо новое за счет интеллектуальной деятельности человечество может оказаться в сложной ситуации. Во-первых, остановка развития человека, во-вторых, снижение его адаптивных механизмов, в-третьих, можно ожидать печального конца, предсказанного множеством авторов научной фантастики. В связи с этим, хочется надеяться, что культура и творчество, ее создающее, все же останутся неотъемлемой частью человека. Что касается искусственного интеллекта, то его применение в различных сферах должно регулироваться законодательным способом. Именно мировое сообщество через государственную власть и право может и должно защитить культуру и человека.

По мнению И.Ю. Замчалова, искусственный интеллект не должен выходить за пределы контроля ученых всех направлений. Поставлена под сомнение человеческая монополия на

творчество, ведь системы искусственного интеллекта демонстрируют возможности решения творческих задач. Искусственный интеллект, являясь отражением рационального уровня познания, не заменит другие области духовного производства, несущие смыслы и ценности культуры. В противном случае произойдет катастрофа гуманистического характера.

Цифровая культура требует выработки новых моделей и способов коммуникации, основанных на уважительном отношении к языку, слову. Этические принципы толерантности, не агрессивности, следование цифровому этикету, должны составлять основу пространства коммуникации. Современная культура как зеркало развития человечества вновь оказалась на острие новых научных, технических и социальных достижений цивилизации. Она отражает процессы, протекающие как на объективном уровне, так и на субъективном уровне, меняя человека и человечество в целом.

Список источников

1. *Говердовская Е.В., Пром Н.А., Ковалева М.Д.* Социально-психологические предикторы формирования корпоративной культуры // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2024. № 12. С. 43–47.
2. *Докумова Л.Ш., Какоткин Н.С., Кулешин М.Г.* Социально-философский анализ информационных процессов: аксиологический аспект исследования // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2019. № 2(105). С. 45–50.
3. *Камалова О.Н.* Творческая активность личности и проблема интуиции в работах Н. Бердяева // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2011. № 6(61). С. 33–36.
4. *Кондакова Л.И., Доница А.Д.* Социальная динамика научного этоса: практика и вызовы // Социально-гуманитарные знания. 2025. № 6. С. 19–22.
5. *Корчак К.И.* Социально-философские аспекты развития искусственного интеллекта // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2024. № 1. С. 79–82.
6. *Лукьянов Г.И.* Образовательный аспект формирования профессиональной культуры медицинского инженера в цифровую эпоху: социологический анализ исследования // KANT: Social Sciences & Humanities. 2025. № 4(24). С. 43–48.
7. *Несмеянов Е.Е.* «Русское враньё»: Ф.М. Достоевский, Л.Н. Андреев, Ю.М. Лотман // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2017. № 1(92). С. 34–40.
8. *Павелко Н.Н., Бухмиллер В.В.* Влияние массовой культуры на формирование личности в условиях глобализации // Социально-гуманитарные знания. 2010. № 4. С. 293–298.
9. *Приходько Е.А.* Массовая культура как «дух» современности // Молодой ученый. 2011. № 6. Т. 2. С. 199–201.
10. *Сергеев В.В.* О безопасности духовной культуры в российском обществе // Социально-гуманитарные знания. 2007. № 4. С. 43–57.
11. *Тихонова В.А.* Массовая культура: к вопросу о сущности понятия // Вестник МГУКИ. 2013. № 5(55). С. 19–22.
12. *Хараева Л.А., Говердовская Е.В., Каспаров А.Р.* Здоровьепорождающая сила национального этикета // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 11-1. С. 121–123.
13. *Ivashova V.A., Goncharov V.N., Erokhin A.M., Kolosova O.U., Tronina L.A., Kamalova O.N.* Values-based orientations as a formation factor of the social responsibility of the professional community // International Journal of Management. 2019. Т. 10. № 2. С. 135–144.
14. *Kuleshin M., Nemashkalov P., Plyako O.* Historical consciousness in the process of forming ethnic stereotypes of material culture // Научный альманах стран Причерноморья. 2020. № 1(21). С. 29–35. – URL: <http://science-almanac.ru>

References

1. *Goverdovskaya E.V., Prom N.A., Kovaleva M.D.* Socio-psychological predictors of corporate culture formation // Humanities, socio-economic and social sciences. 2024. No. 12. P. 43-47.
2. *Dokumova L.Sh., Kakotkin N.S., Kuleshin M.G.* Socio-philosophical analysis of information processes: the axiological aspect of research // Humanities and socio-economic sciences. 2019. No. 2(105). P. 45-50.
3. *Kamalova O.N.* Creative activity of personality and the problem of intuition in the works of N. Berdyaev // Humanities and socio-economic sciences. 2011. No. 6(61). P. 33-36.
4. *Kondakova L.I., Donika A.D.* Social dynamics of scientific ethos: practice and challenges // Socio-humanitarian knowledge. 2025. No. 6. P. 19-22.
5. *Korchak K.I.* Socio-philosophical aspects of the development of artificial intelligence // Economic and humanitarian research of the regions. 2024. No. 1. P. 79-82.
6. *Lukyanov G.I.* The educational aspect of the formation of the professional culture of a medical engineer in the digital age: a sociological analysis of research // KANT: Social Sciences & Humanities. 2025. No. 4(24). P. 43-48.
7. *Nesmeyanov E.E.* “Russian lies”: F.M. Dostoevsky, L.N. Andreev, Yu.M. Lotman // Humanitarian and socio-economic sciences. 2017. No. 1(92). P. 34-40.
8. *Pavelko N.N., Bukhmiller V.V.* The influence of mass culture on personality formation in the context of globalization // Socio-humanitarian knowledge. 2010. No. 4. P. 293-298.
9. *Prikhodko E.A.* Mass culture as the “spirit” of modernity // Young Scientist. 2011. No. 6. Vol. 2. P. 199-201.
10. *Sergeev V.V.* On the safety of spiritual culture in Russian society // Socio-humanitarian knowledge. 2007. No. 4. P. 43-57.
11. *Tikhonova V.A.* Mass culture: on the issue of the essence of the concept // Bulletin of MGUKI, 2013, No. 5(55). P. 19-22.
12. *Kharaeva L.A., Goverdovskaya E.V., Kasparov A.R.* The health-generating force of national etiquette // Humanities, socio-economic and social sciences. 2020. No. 11-1. P. 121-123.
13. *Ivashova V.A., Goncharov V.N., Erokhin A.M., Kolosova O.U., Tronina L.A., Kamalova O.N.* Values-based orientations as a formation factor of the social responsibility of the professional community // International Journal of Management. 2019. Vol. 10. No. 2. P. 135-144.
14. *Kuleshin M., Nemashkalov P., Plyako O.* Historical consciousness in the process of forming ethnic stereotypes of material culture // Scientific Almanac of the Black Sea countries. 2020. No. 1(21). P. 29-35. – URL: <http://science-almanac.ru>

Статья поступила в редакцию 05.01.2026; одобрена после рецензирования 19.01.2026; принята к публикации 20.01.2026.

The article was submitted 05.01.2026; approved after reviewing 19.01.2026; accepted for publication 20.01.2026.