

Шевчук Катерина

ВПЛИВ МАС-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ НОВОЇ СУСПІЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

У статті здійснено аналіз зростання ролі засобів масової комунікації та їх вплив на формування суспільної реальності. Звертається увага як на позитивні, так і на негативні сторони цього процесу.

Ключові слова: мас-медіа, комунікація, нова суспільна реальність.

Шевчук К. Влияние мас-медиа на формирование новой социальной реальности.

В статье произведен анализ возрастания роли средств массовой коммуникации и их влияние на формирование общественной реальности. Обращается внимание как на позитивные, так и на негативные стороны данного процесса.

Ключевые слова: масс-медиа, коммуникация, новая социальная реальность.

Shevchuk K. The influence of mass-media on the formation of new social reality.

The article is devoted to analysis of increasing of role of mass-media and their influence on the formation of social reality. The author pays attention to positive and negative aspects of this process.

Key words: mass-media, communication, new social reality

Поява та розвиток засобів масової комунікації сприяла формуванню нової суспільної реальності, що сьогодні визначається як простір постмодерну. Під впливом засобів масової комунікації відбувається ускладнення і плюралізація суспільства. Радіо, телебачення та інші засоби масової комунікації спричинили вибух і примноження поглядів на світ і способів його сприйняття.

Логіка ринку інформації вимагає постійного розширення цього ж таки ринку аж до того рівня, коли об'єктом комунікації стає «все». Подібне примноження комунікацій мало неабиякий

вплив на формування сучасної дійсності і сприяло переходу нашого суспільства в еру постмодерну. Плюралістичний вибух, що спричинив цей перехід, робить неможливим однобічний погляд на світ.

Збільшення наших інформаційних можливостей щодо різних аспектів реальності робить все менш зрозумілою ідею однієї-єдиної реальності. Реальність є для нас результатом переплетення численних образів, інтерпретацій, реконструкцій, поширених у засобах масової комунікації. Таким чином, відбувається втрата відчуття реальності. Це, своєю чергою, веде до розгубленості, відірваності, що сприяє вивільненню відмінностей, появі субкультур, різного роду меншин тощо. Вичерпування ідеї певної раціональності, яка є центральною для історії, веде до вибуху світу всеохопної комунікації і появи безлічі «локальних» раціональностей.

Інтенсифікація явища комунікації, прискорення поширення інформації, як стверджує Дж. Ваттімо, є не лише одним із аспектів модернізації серед багатьох інших, але постає центром і змістом цього процесу [4, 21]. Певним чином це твердження перегукується із тезою М. Маклюена, згідно з якою суспільство визначається і характеризується технологіями, якими воно володіє, однак технологіями не у широкому розумінні, а саме в аспекті комунікаційних технологій [9, 103].

Характер культурного розвитку суспільства багато в чому зумовлений специфікою, панівною в цей період історії комунікації. Соціоекономічний розвиток суспільства веде до появи нових потреб у особистості, які мають бути задоволеними сучасними формами масової культури. З іншого ж боку, розвиток технологій поряд з існуючими мас-медіа сприяє появі нових засобів масової комунікації, породжує нові форми в структурі масової культури.

На думку дослідників, картина світу сучасної людини складається зі знання, яке лише на 10-15% є набуті завдяки власному досвіду, тоді як основним способом отримання інформації, посередником у формуванні культури і важливим чинником трансформації усєї системи духовності є саме засоби масової комунікації.

Для традиційних суспільств характерною була усна комунікація. Тип культури, де інформація акумулювалася у людському досвіді і поставала у вербальному варіанті, не представле-

ним у знаковій формі, орієнтувався на відтворення. Новий тип переказу інформації тут був неможливий як такий, що здатний знищити усталений інформаційний комплекс.

Згодом, внаслідок виникнення писемності і книгодрукування, панівною стає культура книги. У сучасній культурі натомість відбулася трансформація культури книги в культуру екрана. Новий тип розвитку культури, яка ставала «цивілізацією бачення» [5], «цивілізацією екрана», пов'язаний з новітніми відкриттями в галузі комунікаційних технологій, які безпосередньо відображаються на типі відтворення культури.

Досить цінними для розуміння телебачення як форватера у формуванні масової культури сучасності є дослідження Маклюена, зроблені ним ще у 60-ті роки ХХ ст. Основними рисами телебачення є, на думку дослідника, фрагментарність, інтертекстуальність, симуляція і плюралістичність. Це саме ті риси, що лежать в основі коду, визначального для формування масової культури.

Актуальним сьогодні є питання про здатність книги співіснувати з екраном і про збереження книгою свого статусу носія знання в умовах конкуренції з масовою літературою. Проблема співіснування книги та екрана, що замінив лінійне, логічне мислення образним, дискретним, аналізувалася, зокрема, у працях М. Маклюена і У. Еко. Якщо Маклюен говорить про те, що телебачення знищить книгу, то Еко стверджує, що комп'ютер повертає користувача до традиційної форми тексту і постає «знаряддям письменності, а не зорового ряду», де дисплей форматує текст за книжковою традицією у вигляді сторінок, що містять слова і рядки. Крім того, у процесі роботи користувач постійно звертається за допомогою до словників, інструкцій тощо, тобто традиційної, «лінійної» літератури [11, 278].

Домінування екрана наклало відбиток на особливостях мислення. Свідомість стала кліповою, вона тепер спирається на емоційному, а не інтелектуальному осягненні ідеї. Зоровий образ, картинка схоплюються простіше і швидше, а тому телеобрази отримують особливу повноту впливу на масову свідомість і можливість маніпулювання нею.

Розвиток електронних медіа веде до того, що весь світ перетворюється на світ, що комунікує. Місце феноменології буття займає феноменологія комунікації. Світ бачать таким, як його подає образна комунікація. Постійний диктат нарощування

пропозиції веде до того, що світ сприйняття все більше втрачає колір – причому не лише світ нормального сприйняття, але й телевізійний світ. Крім того, у процесі сприйняття на задній план відходить саме те, що колись зачаровувало в мові: можливість та необхідність розрізнити інформацію і повідомлення. Як зауважує Н. Луман, хоча у телебаченні можна побачити людей, що розмовляють, однак аранжування цілого не піддається тим засобам контролю, що впродовж тисячоліть виростили на основі розрізнення повідомлення й інформації [8, 140].

Завдяки мережевим технологіям і супутниковим засобам зв'язку практично нівелюється традиційний розрив між обробкою даних і комунікацією, а інформаційний простір стає єдиним. Дедалі більший розвиток інформаційного суспільства вимагає постійного вдосконалення технологій, що веде до виникнення нових способів передачі інформації. Відбувається інтеграція національних інформаційних систем у єдиний інформаційний простір, а також інтеграція культури. Ці процеси пов'язані, зокрема, з появою Інтернету, штучно створеної глобальної комунікативної системи, що виконує функції передачі, збереження і систематизації інформації.

Дедалі більше зростає спектр використання можливостей Інтернету. Тепер Інтернет, – це не лише електронна пошта, відеофон, електронні засоби масової інформації, реклама, – за його допомогою можна проводити віртуальні конференції, влаштовувати мережеві комп'ютерні ігри, продавати товари та послуги, консультуватися з лікарем, спілкуватися з однодумцями у клубах за інтересами, керувати виробничими процесами. Інтернет сьогодні дає можливість отримати дистанційну освіту, спілкуватися зі світом (особливо актуально у випадку людей з обмеженими можливостями пересування, літніх людей тощо), проводити вільний час. Основними характеристиками Інтернету є: доступність, демократичність, відкритість, динамічність та оперативність, режим реального часу і зворотного зв'язку, а також постійний розвиток і оновлення.

Як складна система, що само організується і еволюціонує, Інтернет породжує нові види людської діяльності. З'являється навіть поняття «людина, що клікає», яке характеризує людину, що тисне на кнопки, мандруючи у мережі Інтернет. Таким чином, маємо справу з новим типом людини, яка творить нову культурну практику.

Інтернет змінює просторово-часові характеристики сприйняття світу. Можливість спілкуватися в режимі реального часу з людьми на іншому боці світу, або одночасно спілкуватися з людьми з різних континентів; можливість переглянути краєвиди будь-якої країни і «відвідати» виставкову залу чи взяти участь у конференції, не покидаючи своєї оселі. Таким чином, можна стверджувати появу нового соціокультурного феномена, який здійснює значний вплив на людину зокрема і соціокультурну динаміку розвитку сучасного суспільства в цілому.

Сучасні засоби масової комунікації значно впливають на сучасну художню культуру, визначальною рисою котрої є масовість і тиражування. Радіо, телебачення, Інтернет є сьогодні основними трансляторами творів мистецтва. Таким чином, сприйняття мистецтва опосередковане у наш час технічними засобами. Отже, засоби масової комунікації є одним із чинників функціонування сучасної культури.

Поряд з позитивними моментами і можливостями, котрі відкриває Інтернет та інші сучасні засоби комунікації, існує, однак, низка негативних тенденцій як наслідок їх функціонування: відхід від реальності, занурення у віртуальний світ, доступність масиву інформації, що перетворює людину на примітивного споживача, який не потребує творчого пошуку і саморозвитку. Особливістю інформації (на відміну від знання) є її надмірність і фрагментарність, тому достаток інформації неухильно веде до поверховості сприйняття і, можливо, мислення. Хоча поява електронних засобів спілкування допомагає подолати часову і просторову ізольованість окремих народів та культур, формується загроза уніфікації культур, руйнування етнічної самобутності. Окрема група проблем пов'язана зі станом здоров'я користувачів засобів електронної комунікації, які годинами сидять перед моніторами і внаслідок цього у них може спостерігатися погіршення зору, гіподинамія, соматичні патології, депресії тощо.

Мас-медіа можуть виконувати компенсаторну роль стосовно поширених засобів культури. Наслідком є те, що при мало-розвиненій соціокультурній інфраструктурі та низькому рівню духовних потреб, засоби масової комунікації можуть стати замінником інших засобів культури.

Сучасну людину, яка має доступ до багатотомних енциклопедичних видань, причому у цифровому форматі, до всіх художніх

феноменів, нехай і в електронному вигляді, нерідко охоплює розгубленість і пригніченість. Такий стан можна порівняти з тим, що охоплює людину в музеї, де результат безлічі годин витрачених багатьма майстрами на живопис, в лічені хвилини обвалюється на ваш розум і почуття. Під впливом цього «тягара» ми стаємо поверхневими, або ж перетворюємося на ерудитів [3, 207].

У зв'язку зі зростанням у нашому житті ролі масової комунікації постає певне коло проблем етичного характеру. Засіб масової комунікації є передусім способом передачі інформації, натомість характер, цінності, які вони передають багато в чому залежать від колективного комутатора, що творить культуру. Постає питання про моральну відповідальність нечисленної групи творців зразків культури за її якість і вплив на моральність майбутнього. Таким чином, користь або шкода техніки залежить від того, як вона використовується суспільством.

У сучасному світі дедалі більше зростає залежність людини від масової комунікації, що творить так звану віртуальну реальність. Поширеною є думка, що масова комунікація є трагедією сучасної людини. Нав'язані нею стереотипи поведінки і мислення позбавляють людину прагнення творити. Розвиток індивідуальної техніки (поява мобільного телефону та Інтернету) веде до змін форм не лише культурного, але й міжособистісного спілкування. Живе спілкування, дискусії в родинному колі чи колі друзів та однодумців замінено спільним переглядом телепрограм, фільмів. Завдяки електронним технологіям змінюється спосіб проведення вільного часу. Нема потреби відвідувати театри, виставкові зали тощо, адже все можна легко відтворити за допомогою технічних засобів.

Про реальність мас-медіа як симулятивну реальність говорять у своїх працях Ж. Бодріяр і П. Вірільо. Симулятивною у міркуваннях постмодерністів постає саме темпоральність, занурена у коловорот репрезентації, самоповтору і самовідображення, коли час втрачає свій лінійний характер і проявляє тенденцію до циклічності, згортання. Подібною є темпоральність музею, моди, економіки, такою є екзистенційна ситуація сучасної людини, коли запобігання смерті відбувається ціною безперервного самоомертвіння, коли саме життя стає симулякром [2, 43].

Поняття «віртуальна реальність» використовують сьогодні для позначення світу мережі або ж електронних пристроїв, що вводять користувачів у новий вимір існування, у світ інформа-

ції. Йдеться про незвичне для людини середовище продукуваних симулякрів всього того, що доступне їй у досвіді сенсорного сприйняття дійсності. Віртуальна реальність протистоїть константній повсякденності як потенція – інтенція, але ці реальності можуть змінюватися якістю в момент переходу у світ віртуальний, що в цей момент стає константним.

Загалом, нові медіа суттєво розширили планетарно-масштабні можливості комунікації і безперечно вплинули на формування нової суспільної реальності. Завдяки системі комунікації масова культура охоплює більшість членів суспільства і підкорює їхню поведінку, уявлення, захоплення, а також систему цінностей єдиному стереотипу і таким чином маніпулює суспільною свідомістю. Сучасні мережеві технології дозволяють прямі стратегії влади замінити прихованими, неявними. З іншого боку, очевидно, що роль комунікативних технологій все більше зростатиме, що, без сумніву, матиме вплив на буття людини в культурі і визначатиме основні тенденції соціокультурного розвитку.

Література:

1. Андрианова Т. В. Культура информационного общества // Идеи в культурологии XX века. – М., 2000. – С. 74-94.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000.
3. Валери П. Проблема музеев // Об искусстве. – М., 1993. – С. 205-208.
4. Ваттимо Дж. Прозрачное общество. – М.: Издательство «Логос», 2002.
5. Вирильо П. Машина зрения. – СПб.: Наука, 2004.
6. Костина А. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. – Изд. 3-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2006.
7. Лиотар Ж. Ф. Состояние Постмодерна. – Москва: Алетея, Санкт-Петербург, 1998.
8. Луман Н. Медиа коммуникации. – М.: Издательство «Логос», 2005.
9. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005.
10. Межуев М. Феномен книги и национальное в культуре // Общество и книга: от Гуттенберга до Интернета. – М.: Традиция, 2001. – С. 95-110.
11. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу // Общество и книга: От Гуттенберга до Интернета. – М.: Традиция, 2001. – С. 274-279.