

диференційних ознак у рамках нових культурних практик релігаре-зв'язування, артизації як тоталізації художнього імагинативу, візуального повороту в комунікації, пошуків комунікативної, тотальної етики і віртуального ейдосу, віртуальної естетики як новітньої комунікативної парадигми.

Список використаних джерел

1. Хабермас Ю. Между натурализмом и религией. Философские статьи / Пер. с нем. М. Б. Скуратова / Юрген Хабермас. – М.: Вестъ мир, 2011. – 336 с.
2. Апель К.–О. Трансформация философии; перевод с нем. В. Куренной / Карл Отто Апель. – М.: Логос, 2001. – 344 [1] с.
3. Малахов В. А. Етика. Курс лекцій / В. А. Малахов. – Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – 214 с.
4. Ницше. Ф. Злая мудрость. Афоризмы и изречения / Фридрих Ницше. Соч. в двух томах. – М.: Мысль, 1990. – Т.1. – 880 с.

References

1. Habermas Ju. Mezhdru naturalizmom i religiej. Filosofskie stat' i / Per. s nem. M. B. Skuratova / Jurgen Habermas. – М.: Ves' mir, 2011. – 336 s.
2. Apel' K.–O. Transformacija filosofii; perevod s nem. V. Kurennoj / Karl Otto Apel'. – М.: Logos, 2001. – 344 [1] s.
3. Malahov V. A. Etyka. Kurs lekcij / V. A. Malahov. – Ostrog: Vydavnyctvo Nacional'nogo universytetu «Ostroz'ka akademija», 2014. – 214 s.
4. Nicshe. F. Zlaja mudrost'. Aforizmy i izrechenija / Fridrih Nicshe. Soch. v dvuh tomah. – М.: Mysl', 1990. – Т.1. – 880 s.

Chorna L. V., PhD in Political Science, associated professor, doctoral student of the Department of Philosophy, Theory and History of Public Administration, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine (Ukraine, Kyiv), lika7@ukr.net

Legitimation of ethical ideal

The problem of self-realization of the Ideal, its operation in various cultural practices is analysed. Problems of Ethical Ideal modus become the most popular in the late twentieth century, when there are powerful transformations of the Social Ideal. The Ideal is gradually changing into a certain artisation and becomes an Art Ideal. The purpose of the article is to investigate the Ethical Ideal, its new differential features within the new cultural practices. It is emphasized that the representatives of Frankfurt School pay a great attention to comprehension of spiritual state of society, transformation of the ideal, legitimation of Ethical Ideal. There is concluded that the Ideal originates from hierophany as an ideation form, and from its comparison with the Absolute. The Ideal gets new differential features within new cultural practices as totalization of imaginative, visual turn in communication, search of communicative and total ethics, and of modern communicative paradigm.

Keywords: Ideal, Ethical Ideal, Religious Ideal, and Cultural Practices.

Черная Л. В., кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры философии, теории и истории государственного управления, Национальная академия государственного управления при Президенте Украины (Украина, Киев), lika7@ukr.net

Легитимация этического идеала

Анализируется проблема самореализации идеала, его функционирования в различных практиках культуры. Подчеркнуто, что проблематика этического модуса идеала становится наиболее популярной в конце XX века, когда происходят мощные трансформации общественного идеала. Идеал постепенно превращается в определенную артизацию и становится арт-идеалом. Цель статьи – исследовать этический идеал, его новые дифференциальные признаки в рамках новых культурных практик. Отмечается, что постижению проблемы духовного состояния общества, трансформации идеального, легитимации этического идеала большое внимание уделяют представители франкфуртской школы. Сделан вывод о том, что идеал берет начало от иерофании как формы идеации, от своего сопоставления с Абсолютом. Он приобретает новые дифференциальные признаки в рамках новых культурных практик артизации как тотализации имагинатива, визуального поворота в коммуникации, поисков коммуникативной, тотальной этики, новой коммуникативной парадигмы.

Ключевые слова: идеал, этический идеал, религиозный идеал, культурные практики.

* * *

УДК 1:316

Зайко Л. Я.,
аспірант кафедри філософії, Житомирський
державний університет імені Івана Франка
(Україна, Житомир), zhitomiryanka-73@ukr.net

СПЕЦИФІКА ВПЛИВУ НОВІТНІХ МАС-МЕДІА НА СУСПІЛЬНУ СВІДОМІСТЬ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В статті досліджено специфіку впливу новітніх мас-медіа на суспільну свідомість в умовах розвитку інформаційних технологій. Застосовані методи спостереження, порівняння (традиційних і новітніх мас-медіа), абстракція отождолення, в результаті якої виділяються загальні властивості мас-медіа, метод контент-аналізу. За допомогою контекстуального та герменевтичного аналізу відбувалося опрацювання теоретичних робіт українських та закордонних вчених.

Зроблено висновки про те, що специфікою впливу новітніх мас-медіа на суспільні відносини та суспільну свідомість є можливість діалогічного спілкування з аудиторією, на відміну від традиційних мас-медіа; можливість аудиторії приймати участь у он-лайн створенні та обговоренні контенту новітніх мас-медіа (інтерактивність), налагодженні за допомогою новітніх мас-медіа (соціальних мереж) нового рівня соціальної комунікації. Зазначено, що найбільше можливостей маніпуляції свідомістю аудиторії існує в Інтернеті. Особливий вплив новітні мас-медіа мають на дитячу свідомість.

Ключові слова: новітні мас-медіа, засоби масової комунікації, Інтернет, соціальні мережі, суспільна свідомість, медіа-контент.

Специфікою розвитку інформаційного суспільства є стрімкий розвиток засобів масової комунікації. Цей процес надає можливість швидкого розповсюдження інформації у суспільстві, зокрема за допомогою цифрових технологій. Вивчення специфіки впливу новітніх мас-медіа на формування суспільної свідомості з позиції соціальної філософії необхідне, оскільки мас-медіа є важливою складовою сучасного життя соціуму в період становлення і розвитку інформаційного суспільства (за деякими джерелами – медіатизованого суспільства або кіберсуспільства). Сьогодні передбачає важливість осмислення мас-медійного впливу на суспільну свідомість з філософських позицій для універсалізації та глобалізації цієї проблеми, яка притаманна усім соціумам в інформаційний період розвитку.

Стан дослідження теми означений доробками узагальнюючого характеру та тими, в яких визначені певні аспекти проблеми. Л. Городенко з'ясовує науково-теоретичні передумови виникнення і розвитку дискусії про нові медіа, встановлює контекстуальні зв'язки нових медіа у галузях журналістики і комунікації [1, с. 65]. А. Данько-Сліпцова розглядає нові медіа в контексті їх історії та типології [2]. Л. Манович наголошує на тому, що нові медіа є об'єктами, створеними за допомогою цифрових технологій [3]. Б. Потятиник окреслює нові підходи в прогнозуванні розвитку мас-медіа [4]. О. Гресько зупиняється на сучасних проблемах нових медій та телерадіомовлення України [5]. О. Сенченко описує «структури, засоби і моделі застосування концентральної зброї в системі соціальних комунікацій» [6, с. 44]. В роботі О. Гриценко «Українські ЗМІ в контексті глобальних процесів на початку XXI століття» проаналізовано діяльність українських мас-медіа у контексті найновіших теорій «мережного суспільства», ролі ЗМК у забезпеченні інформаційної відкритості суспільства, так само, як і їх вплив на співвідношення глобального й локального в політичній культурі українського соціуму та на становлення громадянського суспільства [7, с. 283].

Метою статті є визначення специфіки впливу новітніх мас-медіа на суспільну свідомість в умовах розвитку інформаційних технологій.

За Законом України «Про інформацію» маємо такі визначення понять: «Масова інформація – інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб» та «Засоби масової інформації – засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації» [8]. Поняття мас-медіа та ЗМІ є тотожними. «Мас-медіа (англ. electronic media, Mass Media) – засоби масової інформації (ЗМІ) – преса, РМ, ТБ, документальне кіно, комп'ютеризовані електронні видання та ін.» [9, с. 218].

В наукових джерелах останніх років зустрічаються терміни «нові медіа» та «новітні медіа». В поняття «нові медіа» науковці вкладають наступне значення: «...сучасні медіа, засновані на цифрових технологіях, наприклад: інтернет-видання, презентації на CD, комп'ютерні ігри, соціальні мережі тощо. Нові медіа генерують інформацію в режимі реального часу, персоналізують доставку її споживачеві, надають йому можливість брати участь у творенні, впливати на процес колективної медіа творчості» [10, с. 379]. Поняття «нові медіа» приходять у вжиток з настанням комп'ютерної ери наприкінці ХХ ст., тобто новими вони були чверть століття тому. На сучасному етапі розвитку суспільства можемо зазначити про отримання інформації соціумом через новітні (сучасні) мас-медіа.

Спрощення технологічного циклу виробництва, здешевлення (цифрові технології), розповсюдження та використання контенту через новітні мас-медіа (інтернет-телебачення, інтернет-радіо, блоги, сайти, електронні версії традиційних журнальних та газетних видань, контент для електронних книг, електронні енциклопедії, словники, довідники, соціальні мережі та ін.) призводить до жорсткої конкуренції на інформаційному ринку з традиційними мас-медіа (друковані періодичні видання – газетні, журнальні; книги, довідникові видання; ефірне телебачення, радіо), які є дорогими в технологіях виробництва контенту та його доставки до аудиторії. Також відіграє свою роль і термін оновлення інформації, можливість подати її он-лайн з місяця події, що призводить до відчуття присутності аудиторії на місці подій (інтерактивність) – перевага новітніх мас-медіа.

Ці причини зумовлюють низку питань стосовно збереження позицій друкованих видань в інформаційному просторі. Також це стосується і самого процесу читання, як необхідності для отримання потрібних знань, вмінь та інформації. Заміна аудіо- та візуальними засобами масової інформації відбувається дуже стрімко і невідворотно.

Серед переваг новітніх мас-медіа є мультимедійність та вибірковість потрібної інформації споживачеві, що полегшує користування ними. Л. Городенко наголошує, що «нові медіа сповнені парадоксів, завдяки яким вони набувають ознак як мас-медіа, так і міжособистісної комунікації. Це зміщення акцентів виробник-споживач контенту медіа, персоналізація контенту, конвергентні та дивергентні крени, мультимедійність та ін.» [1, с. 68]. Також науковець зазначає те, що ці відмінності коригують «логіку подання інформації, внаслідок чого вона набуває ознак нелінійності і глибинності. Тому нові медіа можна розглядати не тільки як мас-медіа, а й як своєрідний комунікаційний феномен, що стимулює користувачів до віддаленого, безособистісного спілкування» [1, с. 68].

Новітній контент розповсюджується за допомогою новітніх технологій – стаціонарного комп'ютера, ноутбука, планшета, смартфона, електронної книги, футуристичних

окулярів, призначених для перегляду голограм, для занурення у віртуальну реальність та ін. З огляду на зміну можливостей отримання мас-медійного контенту М. Мак-Люен в роботі «Галактика Гутенберга: Створення людини друкованої культури» зазначає, що «справа тут не в нових формах як таких, а в тому, що вони вимагають деякої реорганізації життя уяви. Така зміна форм свідомості завжди викликає супротив з боку попередніх форм сприйняття» [11, с. 6]. Слідуючи логіці, можна говорити про створення людини електронної культури.

Внаслідок поширення новітніх електронних мас-медіа, істотного розширення функцій традиційних, «...сучасні мас-медіа стали єдиною комплексною системою масової комунікації глобального характеру, яка справляє істотний вплив на сучасне суспільство, створюючи нові системи цінностей, нові стилі життя та нові види ідентифікації для громадян суспільства» [7, с. 265]. П. Лісовський звертає увагу, що масова аудиторія долучається до соціальної реальності, яка не є однаково доступною всім членам суспільства, через контент мас-медіа. Інтернет є медіумом, тобто водночас засобом і середовищем віртуалізації суспільства, перетворення системи соціальних інститутів у своєрідну віртуальну реальність [12].

Стрімкий розвиток інформаційних технологій дає шанс людині розвиватися в нових реаліях. Наслідками цього розвитку є зміна набутих знань і навичок; зміна сприйняття оточуючого світу, сприйняття себе у цьому світі; зміна свідомості як індивідуумів, так і суспільства в цілому. Також ці обставини розвитку нового типу суспільства – інформаційного – зумовлює збільшення у соціумі кількості людей спеціальної кваліфікації. Спосіб мислення людей відповідно до нових реалій змінюється. Відбувається зміна внутрішньо-суспільних відносин, формування індивідуумів нового покоління, індивідуалізація превалює над колективізацією, міжособистісні стосунки набувають нових рис – рис відчуження і замкненості, спілкування через соцмережі віддаляє людину від соціуму, відбувається зміна торгівельно-споживчих відносин – відбувся блискавичний розвиток інтернет-торгівлі. Нове покоління надає перевагу купівлям в Інтернет-магазинах, як наслідок – розвиток Інтернет-реклами. Тобто існує специфіка впливу новітніх мас-медіа на соціум та на суспільну свідомість.

Мас-медіа формує стан суспільної свідомості через формування суспільної думки. Але не всі категорії населення зрівнялися в своїх можливостях доступу до інформаційних каналів. Через множинність інформаційних каналів формується множинність світоглядів та політичних поглядів індивідуумів. Це впливає на рівень непорозуміння та конфліктів у суспільному житті. Можна зазначити, що значний вплив мас-медіа справляє на формування конс'юмеризму (споживацтва) в суспільстві.

Рівнем громадської думки можна визначити рівень розвитку громадянського суспільства. Мас-медіа є виробництвом та каналом просування інформації, а також сучасним політичним інструментом. Основною метою фіксації, обробки, висвітлення політичних подій за допомогою мас-медіа є формування громадської думки.

Медіапростір контролюється безпосередньо власниками мас-медіа. Належність їх до певних політичних сил зумовлює насиченість інформаційного контенту мас-медіа певного політичного ухилу. Умова приватної власності мас-медіа іноді суперечить умові об'єктивності

та незаангажованості інформації, яку розповсюджують мас-медіа.

Висловлена думка П. Дракером про те, що централізовано керовані мас-медіа допомагали встановити тоталітаризм (СРСР, Китай, нацистська Німеччина) має історичні докази. Цей процес відбувався через мас-медійну пропаганду. На противагу, специфікою впливу новітніх мас-медіа на суспільні відносини та суспільну свідомість є можливість діалогічного спілкування з аудиторією; можливість аудиторії приймати участь в онлайн створенні та обговоренні контенту новітніх мас-медіа (інтерактивність), налагодженні за допомогою новітніх мас-медіа (соціальних мереж) нового рівня соціальної комунікації. Наслідком цього процесу може бути розвиток відкритого громадянського суспільства з підсиленням відкритості діяльності владних структур. О. Гриценко зазначає, що «...саме мас-медіа можуть відіграти вирішальну роль у підсиленні консолідації суспільства й збереженні його національно-культурної самобутності, оскільки особливості сьогодишнього медіа-простору наочно демонструють здатність ЗМК формувати моделі соціальної реальності, які виступають джерелом нормативних зразків, що функціонують у суспільстві» [7, с. 350]. Глобальні комунікаційні мережі мають зовнішній інформаційний вплив навіть на держави з тоталітарним чи авторитарним політичним режимом.

Інтернет-комунікація є найважливішим інструментом політичного управління та забезпечення підтримки мас до існуючої влади, – вважає П. Лісовський. На його думку, у сучасному суспільстві одним із інструментів влади виступає інформація. Єдиним знаряддям правління тривалий час вважалося насильство. Його поступово замінила собою маніпуляція свідомістю за допомогою інформації. Саме Інтернет-технології не є інструментом маніпулювання свідомістю, оскільки маніпуляторами виступають контролюючі всесвітню мережу сили [12].

Інтернет є ефективнішим і дешевшим способом висвітлення інформації з притаманними йому перевагами (оперативним висвітленням інформації, швидкими темпами її заміни) в порівнянні з традиційними засобами поширення масової інформації – такими як телебачення, радіо, друковані мас-медіа. Але безконтрольна основа створення та обміну інформацією породжує зловживання з точки зору її моральності та непрофесійності її подання аудиторії.

Проте можемо зазначити, що соціальні мережі сприяють анонімності користувачів, що підвищує ймовірність маніпуляцій в процесі міжособистісної комунікації. Це, в свою чергу, може слугувати причиною перевантаження свідомості індивіда і негативних наслідків для його психіки.

Найбільше можливостей маніпуляції свідомістю аудиторії існує в Інтернеті. Знеособлення або прихованість індивіда або групи осіб через створення анонімних профілів в соцмережах, сайтів, подача інформації про події без дати, використання фото- та відеоматеріалів одних подій із заголовком або супровідними коментарями про інші, неможливість знайти першоджерело інформації, довіра аудиторії до неправдивої інформації, безвідповідальність за створену інформацію, вільний доступ до незаконного інформаційного контенту (сцени вбивств, порнографія та ін.) будь-якої аудиторії (в т. ч. юнацької та дитячої), графічні та відеоможливості яскравої подачі інформації,

можливість відеомонтажу потрібної інформації (тобто підбір певних фраз і коментування) – виокремлення цитати з певного контексту, невелика за обсягом інформація у вигляді посту (публікація) в блозі – унеможливлення опублікування повної картини події, небажання аудиторії ретельно прочитувати та аналізувати інформацію – основні причини маніпулювання індивідуальною та суспільною свідомістю. Причиною цьому в деяких країнах є незаконна діяльність цього простору.

Використання 3D-ефектів у створенні мас-медійного продукту (кіно, анімація, комп'ютерні ігри) – комп'ютерної графіки (CGI – «зображення, згенеровані комп'ютером») створюють віртуальну реальність. В деякій мірі вони можуть впливати на психічні розлади індивідуумів та груп осіб (мають сугестивний вплив). У деяких активних користувачів виникає інтернет-залежність. Тобто ця залежність визнана хворобою. Однією з неприємностей, яка виникає при інтернет-залежності – відсутність соціального спілкування, невміння будувати соціальні відносини, руйнування вже існуючих.

Особливий вплив новітні мас-медіа мають на дитячу свідомість, формуючи нове покоління людей з відмінним світоглядом та життєвими навичками. Як наслідок, можливі непорозуміння та конфлікти між представниками різних поколінь в суспільстві.

Одним зі специфічних впливів на суспільну свідомість – зміна мови спілкування. Специфіка спілкування в мережі – лексика, короткі повідомлення, специфічний Інтернет-суржик переходить і в реальне життя соціуму.

За допомогою новітніх мас-медіа відбуваються консцієнтальні (від латинського *conscientia* – свідомість) війни. «Консцієнтальна війна – це нова форма геополітичного протистояння, що здійснюється за допомогою засобів масової інформації, які використовуються для трансформації і управління свідомістю людини. Консцієнтальною зброєю такої війни є технології впливу на свідомість. Впровадження у свідомість людини спеціально створених образів руйнує її природні механізми захисту і готує ґрунт для подальшої трансформації. Цей процес відбувається у випадках, коли людина сама не здатна підключити власні рефлексивні механізми захисту і знайти сили відкинути руйнівний образ, що силоміць впроваджується у її свідомість» [6, с. 45–46].

Консцієнтальна війна ведеться методами маніпулювання індивідуальною та суспільною свідомістю. Метою є зміна картини світу того суб'єкта (індивідуум, група осіб, суспільство), яке атакують. Консцієнтальна війна – війна смислів. Як зазначає О. Сенченко, «в консцієнтальній війні передусім слід бачити війну когнітивну, оскільки вона чинить вплив на процеси ухвалення рішень людиною, її структуру міркувань. Не лише інформація, а й процеси операцій з нею покладено в основу введення нових типів поведінки, що становить кінцеву мету консцієнтальної війни. <...> Консцієнтальна зброя – це технологія роботи зі свідомістю, спрямована на ураження і знищення певних форм і структур свідомості, а також деяких режимів її функціонування» [6, с. 46].

Зазначимо, що відсутність ціннісної картини світу, моралі й моральних принципів – головна умова враження консцієнтальною зброєю. Найбільш впливовою вона виявляється на свідомість дитячої та юнацької аудиторії.

Традиційна свідомість піддається руйнації через ментальні віруси – «інформаційні боєголовки, начинені

«вибухівкою»: агресією, егоїзмом, цинізмом, порнографією тощо» [6, с. 47].

Атака суспільного несвідомого – архетипів, соціальних стереотипів, моралі, відхід від соціального середовища до штучно створених спільнот – аудиторій мас-медіа та користувачів контенту Інтернету – основна загроза розрушення суспільства. О. Сенченко наголошує, що «Консцієнтальна війна ведеться для того, щоб зруйнувати сакральну енергію, енергію архетипу країни. Після цих руйнувань і зламів країна перетворюється на відкритий порожній простір» [6, с. 46].

Отже, специфікою впливу новітніх мас-медіа на суспільні відносини та суспільну свідомість є можливість діалогічного спілкування з аудиторією, на відміну від традиційних мас-медіа; можливість аудиторії приймати участь у он-лайн створенні та обговоренні контенту новітніх мас-медіа (інтерактивність), налагодженні за допомогою новітніх мас-медіа (соціальних мереж) нового рівня соціальної комунікації. Проте можемо зазначити, що соціальні мережі сприяють анонімності користувачів, що підвищує ймовірність маніпуляцій в процесі міжособистісної комунікації. Це, в свою чергу, може слугувати причиною перевантаження свідомості індивіда і негативних наслідків для його психіки. Найбільше можливостей маніпуляції свідомістю аудиторії існує в Інтернеті. Причиною цьому в деяких країнах є неузаконена діяльність цього простору.

Використання 3D-ефектів у створенні мас-медійного продукту (кіно, анімація, комп'ютерні ігри) – комп'ютерної графіки (CGI – «зображення, згенеровані комп'ютером») створюють віртуальну реальність. В деякій мірі вони можуть впливати на психічні розлади індивідуумів та груп осіб (мають сугестивний вплив).

Особливий вплив новітні мас-медіа мають на дитячу свідомість, формуючи нове покоління людей з відмінним світоглядом. Як наслідок, можливі непорозуміння та конфлікти між представниками різних поколінь в суспільстві.

Одним зі специфічних впливів на суспільну свідомість – зміна мови спілкування. Специфіка спілкування в мережі – лексика, короткі повідомлення, специфічний Інтернет-суржик переходить і в реальне життя соціуму.

За допомогою новітніх мас-медіа відбуваються консцієнтальні війни. Консцієнтальна війна ведеться методами маніпулювання індивідуальною та суспільною свідомостями. Метою є зміна картини світу того суб'єкта (індивідуум, група осіб, суспільство), яке атакують. Консцієнтальна війна – війна смислів.

Прогресивний поступ у розвитку інформаційних технологій дозволяє розширити можливості соціальної комунікації. Але необхідно зазначити, що існують як позитивні тенденції використання цих можливостей, так і негативні. Суспільство потрібно потурбуватися про своє ментальне здоров'я через підвищення рівня меіаграмотності та захисту суспільної свідомості.

Перспективою подальших розвідок може бути більш детальне дослідження впливу новітніх мас-медіа на дитячу свідомість.

Список використаних джерел

1. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? / Л. М. Городенко // Актуальні питання масової комунікації. – 2013. – Вип. 14. – с. 65–69. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2013_14_15.

2. Данько-Сліпцова А. / Нові медіа: історія, типологія / А. Данько-Сліпцова // Освіта регіону. – 2014. – № 1–2. – С. 80. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/1242>.

3. Manovich Lev. The Language of New Media. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2001. – 354 p.

4. Потятиник Б. Прогнозування розвитку мас-медіа: нові підходи / Борис Потятиник // Теле- та радіожурналістика. – 2012. – Вип. 11. – С. 65–68. – Режим доступу: <http://journal.lnu.edu.ua/vypusk7/n11/tv11-13.pdf>.

5. Гресько О. В. Нові медіа і телерадіомовлення України: виклики та інновації / О. В. Гресько // «Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe» (East European Scientific Journal). – Warszawa, Polska, 2016. – № 3 (7). – С. 106–111. – Режим доступу: http://eesj-science.com/wp-content/uploads/2016/05/EESJ_7_3.pdf.

6. Сенченко О. Структури, засоби і моделі застосування консцієнтальної зброї в системі соціальних комунікацій / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 7. – С. 44–49. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2014_7_13.

7. Гриценко О. Українські ЗМІ в контексті глобальних процесів на початку XXI століття / Олена Гриценко // Україна на шляху до Європи. – К. : Етнос, 2006. – С. 265–380.

8. Закон України «Про інформацію» : станом на 25.06.2016 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 1994–2016. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. – Дата звернення : 3.09.2016 р.

9. Машенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа / І. Г. Машенко. – Т. 2 : Словник-госларій термінів і виразів : [Навч. посіб.]. – К. : КиМУ, 2007. – 420 с.

10. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних дисциплін для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв'язки з громадськістю» / За заг. ред. В. Е. Шевченко. – К. : Паливода А. В., 2012. – 412 с.

11. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга : Сотворение человека печатной культуры / Маршал Мак-Люэн. – К. : Ника-Центр, 2003. – 432 с. – (Серия «Сдвиг парадигмы»; Вып. 1).

12. Лісовський П. М. [#### References](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M&S21COLORTERMS=0&S21STR=Феномен маніпуляції свідомістю: сутність, структура, механізм у сучасному суспільстві (соціально-філософський аналіз) [Текст] : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Петро Миколайович Лісовський. – К., 2009. – 191 с. – Бібліогр.: с. 173–191.</p>
</div>
<div data-bbox=)

1. Horodenko L. M. Novi media: zhurnalistyka chy komunikatsiia? [New Media: Journalism or Communication?] / L. M. Horodenko // Aktualni pytannia masovoi komunikatsii. – 2013. – Vyp. 14. – s. 65–69. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2013_14_15.

2. Danko-Sliptsova A. / Novi media: istoriia, typolohiia [New Media: History, Typology] / A. Danko-Sliptsova // Osvida rehionu. – 2014. – № 1–2. – S. 80. – Rezhym dostupu : <http://social-science.com.ua/article/1242>.

3. Manovich Lev. The Language of New Media. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2001. – 354 p.

4. Potiatynik B. Prohnozuvannia rozvytku mas-medii: novi pidkhydy [Prediction of Mass Media Development: New Approaches] / Borys Potiatynik // Tele- ta radiozhurnalistyka. – 2012. – Vyp. 11. – S. 65–68. – Rezhym dostupu : <http://journal.lnu.edu.ua/vypusk7/n11/tv11-13.pdf>.

5. Hresko O. V. Novi media i teleradiomovlennia Ukrainy: vyklyky ta innovatsii [New media and Ukrainian Broadcasting: Challenges and Innovations] / O. V. Hresko // «Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe» (East European Scientific Journal). – Warszawa, Polska, 2016. – № 3 (7). – S. 106–111. – Rezhym dostupu : http://eesj-science.com/wp-content/uploads/2016/05/EESJ_7_3.pdf.

6. Senchenko O. Struktury, zasoby i modeli zastosuvannia konstsiientalnoi zbroi v systemi sotsialnykh komunikatsii [The Structures, Methods and Models of the Usage of Consciential Weapon in the System of the Social Communications] / O. Senchenko // Visnyk Knyzhkovoї palaty. – 2014. – № 7. – S. 44–49. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2014_7_13.

7. Hrytsenko O. Ukrainski ZMI v konteksti hlobalnykh protsesiv na pochatku XXI stolittia [Ukrainian Media in the Context of Global Processes in XXI Century] / Olena Hrytsenko // Ukraina na shliakhu do Yevropy. – K. : Etnos, 2006. – S. 265–380.

8. Zakon Ukrainy «Pro informatsiiu» [Information Law][Tekst] : stanom na 25.06.2016 [Elektronni resurs] // Verkhovna Rada Ukrainy. – 1994–2016. Rezhim dostupu : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. – Data zvernennja : 3.08.2016 p.

9. Mashchenko I. H. Encyklopedija elektronnykh mas-media [Encyclopedia of Electronic Media] / I. H. Mashchenko. – T. 2: Slovnkyghlosarij terminiv i vyraziv : [Navch. posib.]. – K. : KyMU, 2007. – 420 s.

10. Novitni media ta komunikatsiini tekhnologii: kompleks navchalnykh dystsyplin dlia spetsialnosti «zhurnalistyka», «vydavnycha sprava ta redahuvannia», «reklama ta zviazky z hromadskistiu» [New Media and Communication Technologies: a Set of Subjects for Specialties «Journalism», «Publishing and Editing», «Advertising and Public Relations»] / Za ah. red. V. E. Shevchenko. – K. : Palyvoda A. V., 2012. – 412 s.

11. Mak-Liuen M. Halaktyka Hutenerberha : Sotvorenye cheloveka pechatnoi kultury [Gutenberg Galaxy: The Creation of Print Culture by Man] / Marshal Mak-Liuen. – K. : Nyka-Tsentr, 2003. – 432 s. – (Seryia «Sdvyh paradyhmy»; Vyp. 1).

12. Lisovskyi P. M. [**Zaiko L. Ya.**, postgraduate student of the Department of Philosophy, Zhytomyr Ivan Franko State University \(Ukraine, Zhytomyr\), \[zhitomiryanka-73@ukr.net\]\(mailto:zhitomiryanka-73@ukr.net\)](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullweb&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Fenomen manipulyatsii svidomistju: sutnistj, struktura, mekhanizm u suchasnomu suspiljstvi (socialjno-filosofskij analiz) [The Phenomenon of Manipulation of Consciousness: the Nature, Structure, Mechanism of Modern Society (Social-Philosophical Analysis)] [Tekst] : dys. ... kand. filos. nauk : 09.00.03 / Petro Mykolaiovych Lisovskyi. – K., 2009. – 191 s. – Bibliohr.: S. 173–191.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Specificity of the impact of modern mass media on public consciousness in terms of the information technology development

The article deals with the specific impact of the modern media on public consciousness in terms of the modern technologies development. The author applies methods of observation, comparison (traditional and modern media), identification of abstraction, as a result general properties of the media are distinguished, and the method of content analysis. The study of the theoretical works of Ukrainian and foreign scientists is conducted by means of contextual and hermeneutical analysis.

It is concluded that the specific impact of modern media on public relations and social consciousness is the possibility of dialogue communication with the audience, as opposed to traditional media; the opportunity of the audience to participate in online content creation and discussion of new media (interactivity), debugging by using the latest media (social networks) as a new level of social communication.

However, the author states that the greatest opportunities to manipulate consciousness of the audience exist in the Internet. Modern mass media have particular influence on children's minds.

Keywords: modern media, mass communications, the Internet, social networking, public consciousness, media content.

Zaiko L. Ya., аспирант кафедры философии, Житомирский государственный университет имени Ивана Франко (Украина, Житомир), zhitomiryanka-73@ukr.net

Специфика влияния новейших массмедиа на общественное сознание в условиях развития информационных технологий

В статье исследовано специфику влияния новейших массмедиа на общественное сознание в условиях развития информационных технологий. Применены методы наблюдения, сравнения (традиционных и новейших массмедиа), абстракция отождествления, в результате которой выделяются общие свойства массмедиа, метод контент-анализа. С помощью контекстуального и герменевтического анализа происходило изучение теоретических работ украинских и зарубежных ученых.

Сделаны выводы о том, что спецификой влияния новейших массмедиа на общественные отношения и общественное сознание есть возможность диалогического общения с аудиторией, в отличие от традиционных массмедиа; возможность аудитории принимать участие в он-лайн создании и обсуждении контента новейших массмедиа (интерактивность), налаживании с помощью новейших массмедиа (социальных сетей) нового уровня социальной коммуникации. Отмечено, что большие возможности манипуляции сознанием аудитории существует в Интернете. Особое влияние новейшие массмедиа имеют на детское сознание.

Ключевые слова: новейшие массмедиа, средства массовой коммуникации, Интернет, социальные сети, общественное сознание, медиа-контент.

УДК 327

Шевченко М. І., кандидат культурології, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна, Київ), ua.kiev.marina@gmail.com

КУЛЬТУРА ТОЛЕРАНТНОСТІ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН СУЧАСНОСТІ

Досліджено культуру толерантності на тлі процесу глобалізації сучасного світу. Здійснено проблематизацію самого поняття толерантності та проаналізовано його у контексті поняття інакшості. Автор розглядає розбіжності у якості прояву різноманітності та багатогранності сучасної цивілізації, наголошує на необхідності дотримання балансу між суспільним та індивідуальним. У свою чергу, культура толерантності визнається як необхідна основа розвитку сучасних міжнародних відносин.

Ключові слова: толерантність, культура толерантності, глобалізація, мультикультуралізм, інакшість, міжнародні відносини.

Однією з основних характеристик сучасної світової спільноти є глобалізація, що з часом лише набуває оберті. Власне, саме завдяки її феномену ми маємо змогу формулювати поняття світової спільноти як єдиного цілого. Навколишній світ поступово стає більш цілісним за усієї його багатогранності, внаслідок чого виникає поняття мультикультуралізму. Звісно різноманіття культур та цивілізацій, їх взаємодія між собою існували ще з давніх-давен. Та не дивлячись на виникнення міжкультурних конфліктів й у ті часи, їх сутність мала якісно відмінні ознаки від конфліктів сучасності – тодішні вогнища конфліктів здебільшого були територіально розмежовані. Сьогодні ж глобальні міграційні рухи поступово змивають лінію розмежування, зіштовхуючи різні культури, світогляди та стилі життя в єдиному світовому соціальному просторі. Виникає густа всеохоплююча мережа суспільних відносин. У таких умовах прояви нетерпимості стають генераторами напруги, яка спроможна блокувати життєдіяльність суспільних систем на всіх рівнях.

Глобалізаційні процеси розкривають перед нами усе різноманіття культур, традицій та форм суспільного устрою, ціннісних систем та взаємовідносин, які властиві абсолютно різним спільнотам. Його стрімкий розвиток кидає виклик здатності людства регулювати та вирішувати суперечності, не допускаючи їх перетворення на гострі конфлікти.

В контексті дискурсу про глобалізаційні перетворення особливе місце належить культурним та етичним вимірам цього явища. Вони звертають свою увагу не на технічні аспекти глобальної інтеграції, зв'язків та співпраці, а на питаннях власне принципової можливості взаємодії на глобальному рівні. З цієї точки зору однією з основних проблем стає проблема побудови особливої культури взаємовідносин в умовах глобалізації як основи об'єднання світового співтовариства. У зв'язку з цим особливо важливим є дослідження поняття толерантності у контексті питання про співіснування людей із кардинально різними становщами, інтересами та світоглядами. Тому метою нашого дослідження стає аналіз культури толерантності як мосту, прокладеного між особистим та спільним, між відмінностями та єдністю.

Багато сучасних дослідників погоджуються між собою у думці про те, що толерантність як така є складним поняттям. Подекуди її навіть проголошували неможливою. Такої точки зору дотримувався, наприклад, британський філософ Бернад Вільямс, стверджуючи, що єдине,