

УДК 1:316.774

О. В. Прудникова

Національний юридичний університет
імені Ярослава Мудрого

ДІАЛЕКТИКА МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Проаналізовано різноманітні теоретико-методологічні інтерпретації феномена масової комунікації. Показано діалектичний взаємозв'язок між розвитком масової комунікації та інформаційної культури. Визначено особливості та характер впливу масової комунікації на інформаційну культуру українського суспільства.

Ключові слова: масова комунікація, інформаційна культура, засоби масової комунікації, інформаційне суспільство.

В інформаційному суспільстві масова комунікація відіграє домінуючу роль, її характер та якість впливають на всі без винятку соціальні процеси. Онтологічні характеристики феномену масової комунікації напряду пов'язані з рівнем розвитку інформаційної культури всіх комунікантів. Вочевидь, прослідковується діалектичний взаємозв'язок між характером розвитку масової комунікації та особливостями становлення інформаційної культури суспільства.

Отже, метою статті є аналіз теоретико-методологічних підходів до розуміння сутності масової комунікації та виявлення особливостей її впливу на генезу інформаційної культури сучасного суспільства.

Для аналізу сутності феномену масової комунікації як підґрунтя розвитку інформаційної культури, на нашу думку, варто звернутися до концепції символічного інтеракціоналізму, яка є відгалуженням теорії соціальної взаємодії. Засновником цієї течії є Ч. Кулі та Дж. Мід. Представники символічного інтеракціоналізму приділяють велику увагу проблемам символічної комунікації, тобто взаємодії, що здійснюється за допомогою різноманітних символічних форм та знаків. Основна теза полягає в тому, що людина є завжди соціальною і не може формуватися поза суспільством. Ця теза виводиться не з аналізу впливу системи об'єктивних суспільних відносин, а з аналізу процесу міжособистісної комунікації, ролі символів, формулювання значень [15, с. 364]. Згідно з концепцією символічного інтеракціоналізму, поведінка людини базується на змінних у структурі особи, її ролі у референтній групі. Структуру особи складають творче начало, нормативне начало, або ж внутрішній контроль, що

ґрунтується на врахуванні очікувань-вимог значимих людей. Особа розуміється як активна творча істота, котра здатна оцінювати і направляти власну поведінку.

Ч. Кулі стверджував, що суспільство є органічним цілим, яке розвивається. Вчений, на відміну від біхевіористів, відкидав біологічний детермінізм і поверхневі аналогії суспільства з організмом. Розглядаючи свідомість як суспільне явище, ототожнював суспільство і свідомість, з чого випливає психологізація суспільних стосунків. Ч. Кулі ввів у наукови обіг поняття первинних груп (сім'я, дитячі групи, сусідство, місцеві общини), які є основними суспільними одиницями і характеризуються інтимними, особистими, неформальними зв'язками, безпосереднім спілкуванням, стійкістю і малим розміром. Саме на рівні первинних груп відбувається соціалізація, формування особи, засвоєння нею під час взаємодії з іншими основних суспільних цінностей і норм.

Ч. Кулі характеризував особу як суму психічних реакцій людини на думки про неї інших людей. Ним була запропонована теорія «дзеркального Я», що базується на таких твердженнях: в процесі взаємодії одне з одним люди здатні уявляти, як вони сприймаються узагальненим іншим; люди здатні усвідомлювати характер реакцій у відповідь на узагальнення інших; люди розвивають самоуявлення, почуття власної гідності чи пригніченості залежно від того, якими їм бачиться характеристика та оцінка їх дій іншими людьми [6, с. 108]. Вчений виходить з того, що самосвідомість і ціннісні орієнтації індивіда ніби дзеркально відображають реакції оточуючих, головним чином з тієї ж соціальної групи [6, с. 108].

В свою чергу з ім'ям Дж. Міда безпосередньо пов'язано створення цілісної концепції комунікативного інтеракціоналізму, котра була безумовно прогресивною для свого часу. В епоху між двома світовими війнами, коли панував біхевіоризм, Дж. Мід обґрунтовував соціальний характер людського «Я», неможливість зведення людини до «психологічної машини», неможливість існування «Я» поза «Іншими», поза соціальним контекстом взаємодії, тобто поза суспільством. Вчений використав науковий підхід розуміння і спілкування, котрий запропонував Г. Гегель у «Феноменології духу». До цієї ж традиції належить інтеракціоналістська за своїм змістом антропологія Л. Фейєрбаха, котра стала джерелом пізніших екзистенціалістських концепцій особистості. Ще одним теоретичним джерелом, на якому ґрунтувалась концепція Дж. Міда, був прагматизм. Вчений підкреслював, що його особливо цікавить практична складова того,

як суспільство впливає на розумові процеси індивідів і відповідно їх поведінку, а також те, яким чином люди приймають, відкидають чи змінюють норми соціальної взаємодії [6, с. 100].

На думку Дж. Міда, у взаємодії важливіше значення має не та чи інша дія, а її інтерпретація, тобто виявлення смислу, який надається дії. Люди не реагують автоматично на зовнішній вплив, а перш ніж вчинити дію, розгадують її значення, наділяють певним символом. Однакова інтерпретація дій-символів сприяє успіху соціальної взаємодії [5, с. 126]. Для успішного здійснення комунікації людина повинна бути наділена здатністю зайняти місце іншого. Лише за такої умови індивід перетворюється в істоту соціальну, котра здатна усвідомлювати зміст власних слів, вчинків і уявляти, як ці слова і вчинки сприймаються іншою людиною [15, с. 365]. Екстраполюючи науковий доробок Дж. Міда на проблематику становлення та розвитку інформаційної культури, варто зазначити, що стандарти останньої формуються саме під час комунікативних актів, коли кожен з комунікантів привносить у цей процес власне бачення, власні цінності та в той же час здатен сприйняти світоглядні орієнтири іншого комуніканта. Відповідно символи та значеннєве поле певного типу інформаційної культури формуються під впливом низки факторів: ментально-історичних, етнокультурних, соціально-політичних тощо.

Продовжуючи логіку Дж. Міда, не можна не враховувати вплив інформаційного суспільства на формування типу культури, що досліджується. Інформаційна культура та масова свідомість у інформаційному суспільстві формується не тільки за допомогою нових засобів спілкування, а й обумовлена збільшенням кількості знань та інформації, необхідних для життєдіяльності людини. Важливою характеристикою такого типу культури є постійна потреба людини у спілкуванні, отриманні нової інформації, якщо цього не відбувається, індивід відчуває комунікаційний вакуум.

В інформаційному суспільстві змінилися характеристики масової комунікації, масової культури і, як наслідок, інформаційної культури. Як зазначала Х. Арндт, характерною ознакою масової культури стає розважальний характер, який веде до вимивання справжньої цінності феноменів високої культури. Масова ж культура тим самим перетворюється на індустрію розваг, яка стикається з апетитами, що їм позаздрив би й Гаргантюа, а оскільки її продукція зникає у споживчому морі, то вона мусить пропонувати все нові й нові вироби. У цій ситуації ті, хто працює на засоби

масової комунікації, копірсаються в усіх запасниках минулої та сучасної культури в сподіванні знайти там придатний для себе матеріал. Цей матеріал, крім того, не може бути запропонований таким, як він є, його треба переробити для надання йому розважальної форми, він має бути готовим для легкого споживання [1, с. 215]. Отже, масова культура в своїй фундаментальній основі протистоїть культурі в її автентичному значенні, дещо спрощує та примітивізує її. В свою чергу масова культура та інформаційна культура взаємопроникають й взаємообумовлюють існування одна одної.

Неоднозначний вплив масової культури на інформаційну пояснюється характерними рисами першої: висока проникливість, поточність виробництва, орієнтація на масове споживання (спрямоване на пасивне сприйняття), розважальність, комерціалізація, досить коротка тривалість життя продуктів масової культури, повторюваність образів та ідей, експлуатація іміджів і стереотипів, що створюються в її ж сфері, а також орієнтованість на маргінальну свідомість споживачів її продукції [13].

У цьому контексті фахівці підкреслюють необхідність розвитку інформаційної культури в Україні на основі найкращих зразків національної та світової культур. Це пов'язано з тим, що масова культура суттєво відрізняється як від високої елітарної культури, так і від народної, етнонаціональної культури. Як справедливо констатують українські дослідники С. Кримський і Ю. Павленко, цінності масової культури прийняті всім людством як умови історичної конкурентоздатності народів у нашу епоху, проте не виключають архетипів їх національної самовизначеності та буттєвої укоріненості. Тому загальнолюдське виступає не як базисне, а як надбудовне явище, що виникає на верхніх поверхах здійснення процесів регіонально-етнічної диференціації людства [7, с. 281].

Аналізуючи процеси трансформації інформаційної культури в Україні та світі, варто зазначити, що теорія масової комунікації перетворилася за останні десятиліття на самостійну дисципліну, яка вирішує наступні основні питання: як відіб'ються процеси поширення нової комунікаційної техніки на сучасній культурі та на інформаційній культурі зокрема? Яке в зв'язку з цим реальне співвідношення між культурою і стандартами масового поширення інформаційної продукції? Різні тлумачення цих проблем сучасними вченими вимагають критичного аналізу. Зупинимось на основних точках зору з цієї проблематики, що представлені в сучасній науці.

Так, фахівець Л. Лоуенталь вважає, що конкретний спосіб спілкування людей, той чи інший засіб поширення художніх цінностей не зачіпають глибинних закономірностей самої культури. Глибинні основи культури та історії є доступними лише фахівцям. Так, в усних суспільствах історичні хроніки досить мізерні й найчастіше їх приховують як найбільшу таємницю, хоча насправді велика частина знань про минуле доступна всім. У письмових суспільствах друковані історичні тексти досить поширені, але значна частина історичного знання фрагментована на окремі сегменти, доступні лише невеликій групі фахівців, і, отже, загальнодоступне минуле стискається до тонкого шару доставленої ЗМІ інформації [10, с. 374]. Тобто засоби масової інформації здійснюють певну селекцію існуючих знань і ретранслюють населенню лише їх частину, що безумовно впливає на загальну культуру суспільства та на інформаційну культуру зокрема. Виникає питання щодо критеріїв відбору інформації різноманітними ЗМІ, її інтерпретації та методів комунікації.

У цьому контексті зазначимо, що вітчизняний дослідник Г. Почепцов використовує поняття «комунікація» на позначення процесів перекодування вербальної в невербальну та невербальної у вербальну сфери. Історично комунікація сприяла спонуканню «іншого» до виконання певної дії. Тому для комунікації істотним є перехід від мовлення Одного до дій Іншого. Саме заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини [12, с. 14]. Безсумнівно, масова комунікація на всіх її рівнях та в усіх її проявах сприяла не тільки розповсюдженню певної інформації, але й встановленню дискурсивно-мовного володарювання в соціальних системах шляхом нав'язування певних думок, вилучення з суспільного діалогу небажаних ідей та інтерпретацій. Фактично характер та сутність масової комунікації в суспільних відносинах перманентно впливає на підвалини розвитку інформаційної культури, утверджує комунікативний стиль взаємодії всіх суб'єктів соціального простору.

За характеристикою Н. Лумана, комунікація конститує себе за допомогою розрізнення медіума та форми. Це розрізнення є внутрішньосистемним фактом, якому неможливо знайти відповідність у навколишньому світі (хоча, звичайно, у цьому світі існують умови її можливості й певні структурні зчеплення) [11, с. 11–12].

Для розуміння сутності масової комунікації варто відрізнити її від інших типів комунікації. Так, дослідники визначають чотири типи комунікації:

- матеріальна (транспортна, енергетична, міграція населення, епідемії);
- генетична (біологічна, видова);
- психічна (внутрішньоособова, автокомунікація);
- соціальна (громадська).

Смисловий характер зазначених типів комунікації знаходить вияв у тому, що в якості повідомлення постає не задана у відчуттях річ або речова властивість, а смисл, що досягається. При цьому, діє закон комунікації: повідомлення смислових комунікацій завжди мають ідеальний (духовний) зміст і, як правило, – матеріальну, таку, що чуттєво сприймається, форму. Усі типи смислової комунікації взаємопов'язані через особу (людину) як суб'єкта соціальної комунікації. Завдяки генетичній комунікації ми набуваємо притаманні «людині розумній» нейрофізіологічні й анатомічні передумови розумової та мовленнєвої діяльності: асиметричний мозок, мовні зони в лівій півкулі, апарат артикуляції для вимови звуків. Без цих передумов були б неможливими ані внутрішньоособова, ані соціальна комунікація. Можна сказати, що спадковість озброює людину для соціальної комунікації. Внутрішньоособова комунікація або автокомунікація формується протягом інтелектуального становлення людини в соціальному середовищі [14, с. 27].

Отже, комунікація як соціальний феномен є невід'ємною складовою функціонування соціуму. Ускладнення соціальних відносин передбачає ускладнення комунікативних потоків і більшу опосередкованість самої комунікації. Саме тому сучасне суспільство відрізняється складними формами комунікації. Характер комунікації (її структура, форми, контексти) залежить від особливостей засобів комунікації, а також від інтерпретативних можливостей самих комунікаторів та комунікативного середовища (соціокультурна ситуація) [2, с. 46]. В сучасних суспільствах роль комунікації значно зросла, що автоматично актуалізує проблему якості інформаційної культури.

Для більш повної характеристики комунікації як підґрунтя розвитку інформаційної культури слід визначити і її можливі змістовні ознаки. Позитивна комунікація відтворює загальнолюдські, соціальні морально-правові ідеї та настанови: законослухняність, повага до прав людини, моральність у міжлюдських стосунках, толерантність. Негативна комунікація базується на протилежних ідеях і настановах щодо позитивної комунікації й не сприяє гуманізації та демократизації суспільної правосвідомості [4, с. 247–248].

Деякі дослідники, зокрема Н. Дніпренко, вважає інституціоналізацію суспільних комунікацій стратегічним завданням держави і доводить необхідність змінити філософську парадигму, що покладена в основу управління інформаційною сферою. Однією з проблем державного управління в інформаційній сфері українського суспільства авторка визначає відсутність дієздатних механізмів участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики, а також влади у розбудові громадянського суспільства, організації відповідальних комунікацій між владою і суспільством. На думку дослідниці, саме органи державної влади мають впроваджувати демократичні принципи відповідальної комунікації (через формування відповідних структур діалогічної орієнтації) в масштабі усієї спільноти, що сприятиме розбудові громадянського суспільства в Україні. Замість інформаційної політики дослідниця пропонує запровадити комунікативну, яка передбачає заміну суб'єктно-об'єктних відносин на суб'єктно-суб'єктні двосторонні зв'язки. Влада та інститути громадянського суспільства мають стати рівними партнерами в комунікації [3, с. 8–9]. З нашої точки зору, варто погодитись з думкою про необхідність співпраці державних органів та громадських інституцій у напрацюванні стандартів інформаційно-комунікативної взаємодії та інформаційної культури. Відповідно такі стандарти повинні базуватися на принципах демократизму, плюралізму, толерантності, законності тощо.

Вочевидь, у сучасному світі відбувається активізація інформаційних потоків, що є підґрунтям плюралізму та конкуренції інформаційної продукції. Зазвичай це не стає проблемою для демократичних країн, але у країнах, що здійснюють демократичний транзит, може виникнути проблема, коли держава вже не контролює мережі спілкування, що складаються у публічній політичній сфері, а громадянське суспільство ще не готове до впливу на цю сферу. У такій ситуації зростає прикладна роль комунікаційних технологій, які спрямовуються на досягнення конкретних політичних цілей окремих учасників політичної боротьби [16, с. 137]. Саме тому дослідження ролі та функцій масових комунікацій як основи розвитку інформаційної культури є актуальним науковим завданням.

Як зазначає дослідник Е. Ліч, комунікація в суспільстві здійснюється за допомогою сигналів й індексів. Сигнал є механізмом автоматичної відповідної реакції. У природі більша частина сигналів має біологічний характер. Кожен біологічний вид у результаті еволюції пристосувався реагувати на навколишнє середовище за допомогою складної мережі

сигналів. Не зовсім ясно, до якої межі комунікація між дорослими людськими індивідами дійсно управляється сигналами, але реакція матері на плач і посмішку її дитини, звичайно ж, у значній мірі інстинктивна, а стаючи старше, ми не втрачаємо нашу тваринну природу. З точки зору вищеозначеного фахівця, дві загальні характерні риси сигналів заслуговують на особливу увагу:

1) сигнал – це завжди частина причинно-наслідкового ряду, спочатку його створює попередня причина, а потім він діє як причина, що породжує пізніше певний наслідок;

2) між сигналом і його наслідком завжди існує часовий лаг [9, с. 32].

Отже, технічні дії людей, що змінюють фізичний стан зовнішнього світу дуже нагадують сигнали. Основна відмінність полягає в тому, що сигнали є «автоматичними» в тому розумінні, що не спричиняють навмисну реакцію з боку їхнього одержувача, однак вони й не повністю машинальні: ефективність сигналу залежить від емоційної реакції одержувача, що не повністю передбачувана. З іншого боку, технічні дії повністю машинальні й спричиняють споконвічно навмисну дію з боку відправника (діючої особи). Відмінності між сигналом й індексом – це відмінності між динамікою й статикою. У випадку з сигналом одна подія викликає іншу подію, сигнал як такий – це послання. У випадку з індексом сутність як носій послання вказує на те, що послання мало місце в минулому, сьогодні або майбутньому. Причинно-наслідковий зв'язок при цьому не зачіпається. Однак на індекси, що використовуються багаторазово, всі тварини та люди реагують так, ніби вони були сигналами. Вирішальним моментом тут є те, що наше внутрішнє сприйняття навколишнього світу значною мірою обумовлено вербальними категоріями, які ми використовуємо для його опису. Пейзаж сучасної міської вулиці повністю створений людиною, і тільки тому, що всі предмети на ній мають особливі назви (тобто символічні мітки), ми можемо зрозуміти, що це за предмети. Це вірно для будь-якої людської культури й для всіх людських суспільств. Користування мовою дозволяє розділяти видимий континуум на осмислені об'єкти та суб'єкти, що виконують ролі, які людина здатна розрізнати. Але мова застосовується й для того, щоб знову з'єднувати разом складені елементи й установлювати зв'язок між речами й суб'єктами. Ця подвійна функція символічної дії стосується як вербальної, так і невербальної поведінки. На нашу думку, саме передача та інтерпретація певних сигналів й індексів у процесі масової комунікації перманентно обумовлює сутнісні характеристики інформаційної культури.

Окрім понять «сигнал» та «індекс», Е. Ліч використовує для характеристики комунікативного середовища концепти «символ» й «знак». У контексті проблеми, що аналізується, це допомагає з'ясувати, як утворюються, «зберігаються» та транслюються змістовні та значеннєві характеристики інформаційної культури. Всі знаки, а також більшість символів і сигналів зчеплені разом у вигляді тих або інших конфігурацій. Значення при цьому може базуватися на протиставленні. Коли суб'єкт використовує символи (вербальні або невербальні), щоб відокремити один клас предметів або дій від іншого, він формує штучні кордони на тому просторі, який у своєму «природному» стані є нерозривним [9, с. 43–44]. Масова комунікація в інформаційному суспільстві охоплює практично всі сфери людської життєдіяльності, що підвищує значення та роль інформаційної культури всіх суб'єктів цього процесу.

Підводячи підсумки, зазначимо, що сучасна українська дійсність з переконливістю демонструє можливості масової комунікації як засобу формування моделей соціальної реальності, як найважливішого джерела нормативних зразків, які циркулюють у суспільстві. Розуміння визначального впливу масової комунікації в сучасних умовах неодмінно передбачає співвіднесення двох взаємозалежних сторін: з одного боку, глобальних аспектів діяльності мас-медіа в їх зовнішньо-предметному вираженні, а з іншого – масової комунікації як свого роду повсякденної «стихії свідомості». У першому випадку мова може йти, наприклад, про наслідки домінуючого становища індустріально розвинених країн, в першу чергу США, у сфері телекомунікацій і в процесі глобалізації масової інформаційної культури. У другому – про масову комунікацію та інформаційне спілкування як формотворчі чинники сучасного духовного життя. Виходячи з вищенаведеного, підкреслимо, що інформаційна культура певного типу формується найбільш активними суб'єктами глобалізаційних процесів, а з другого боку, вона фіксує наявний рівень інформаційно-комунікативних та ціннісних пріоритетів конкретного соціуму, підкреслює його своєрідність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арендт Х. Між минулим і майбутнім / Х. Арендт. – К.: Дух і літера, 2002. – 321 с.
2. Висоцька О. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства): Монографія / О. Висоцька. – Дніпропетровськ: «Інновація», 2009. – 316 с.
3. Дніпренко Н. К. Зміна парадигми в державному управлінні інформаційною сферою: комунікативний аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.01 / Н. К. Дніпренко; Дніпропетровський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. – Дніпропетровськ, 2005. – 20 с.
4. Калиновський Ю. Ю. Правосвідомість українського суспільства: генеза та сучасність: Монографія / Ю. Ю. Калиновський. – Харків: Право, 2008. – 288 с.
5. Козырев Г. И. Социальное действие, взаимодействие, поведение и социальный контроль / Г. И. Козырев // Социологические исследования. – 2005. – № 8. – С. 124–129.
6. Кравченко С. А. Социология: парадигмы через призму социологического воображения: учеб. Пособие / С. А. Кравченко. – [изд. 2-ое, стереотип.]. – М.: Экзамен, 2003. – 512 с.
7. Кримський С. Б. Цивілізаційний розвиток людства / С. Б. Кримський, Ю. В. Павленко. – К.: Фенікс, 2007. – 316 с.
8. Кули Ч. Социальная самость / Ч. Кули // Американская социологическая мысль: тексты / ред. В. И. Добренко. – М.: МГУ, 1994. – 495 с.
9. Лич Э. Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии : пер. с англ. / Эдмунд Лич. – М.: Вост. лит., 2001. – 142 с.
10. Лоуэнталь Д. Прошлое – чужая страна / Пер. с англ. А. В. Говорунова. – СПб.: Русский остров; Владимир Даль, 2004. – 622 с.
11. Луман Н. Медиа коммуникации / Никлас Луман; [пер. з англ. А. Глухов, О. Никифоров]. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
12. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефлбук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
13. Савельева И. Г. Массовая и популярная культура в современном обществе: коммуникационный аспект. Автореферат дисс... канд. социол. наук / И. Г. Савельева. – Казань, 2000. – 18 с.
14. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.

15. Социальная психология. Хрестоматия: учеб. пособие для студентов вузов / сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. – М: Аспект Пресс, 2003. – 475 с.
16. Стоцький В. В. Роль та функції комунікативних технологій у процесі демократизації політичної системи / В. В. Стоцький // Вісник СевНТУ. – Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2009. – Вип. 100: Політологія: Зб. наук. праць. – С. 137–140.

РЕЗЮМЕ

Е. В. Прудникова. Диалектика массовой коммуникации и информационной культуры в современном обществе.

Проанализированы различные теоретико-методологические интерпретации феномена массовой коммуникации. Показана диалектическая взаимосвязь между развитием массовой коммуникации и информационной культуры. Определены особенности и характер влияния массовой коммуникации на информационную культуру украинского общества.

Ключевые слова: *массовая коммуникация, информационная культура, средства массовой коммуникации, информационное общество.*

SUMMARY

E. V. Prudnikova. Dialectics of mass communication and information culture in modern society.

Analyzed a variety of theoretical and methodological interpretation of the phenomenon of mass media. Demonstrated the dialectical relationship between the development of mass communication and information culture. Identified the features and nature of the influence of mass communication on the information culture of Ukrainian society.

Key words: *mass communication, information culture, mass media, information society.*