

Section 9. Sociology

*Susskaya Olga Aleksandrovna,
DPh, associated professor,
National University "Kievo-Mohylianska Academy"
Faculty of Social science and Social technologies*

Cultural projections of the space of mass communications

Abstract: The article contains the research of positions of personality in mass-media communications and their actually determinants, according the rapid social, economic and political changes in society. The informational field formed in accordance with cultural needs of personality is one of the most important subject, intend for theoretical basis of social and communication science today. In article is carried out the analysis of approaches and constituents of the cultural projections according to personal informational field forming at the space of mass-media.

Keywords: mass-media, communication, culture, society, communicative interrelations, personality, informational field.

*Сусская Ольга Александровна,
Национальный университет «Киево-Могилянская академия»,
канд. фил. наук, доцент,
факультет социальных наук и социальных технологий*

Культурные проекции пространства медиакommunikаций

Аннотация: статья посвящена исследованиям позиций личности в масс-медийном пространстве, а также проблемам, которые становятся все более актуальными во времена социальных, экономических и политических изменений в обществе. Информационное поле, сформированное в соответствии с культурными потребностями личности, является одним из важнейших предметов исследований, обозначенных в теоретическом базисе современной социальной науки и коммуникативистики. В статье представлен анализ подходов и составляющих изучения культурных проекций процесса формирования персонального информационного поля в пространстве медиакommunikаций.

Ключевые слова: масс-медиа, коммуникация, культура, общество, коммуникативное взаимодействие, личность, информационное поле.

С развитием компьютерных коммуникаций, основанная на вариативности и быстротечности изменения аудиовизуальных образов, реальность иллюзорных миров становится все более ощутимой. Но благодаря своей колоритности и разнообразию, они появляются перед нами как что-то полностью правдоподобное, которое не уступает в достоверности повседневной жизни. Цивилизационный «переход» на грани тысячелетий ознаменовал, что наступает эра экранных технологий, где даже кинематограф как «заря» экранной коммуникации, которому подвластны любые загадки социума и индивидуальной судьбы, — порождает разнообразные мифологические конструкции, например, такие как: «мир доброты», «мир счастья», «мир искусства», «мир любви» или «мир агрессии». Попытка вырваться за пределы вымышленных диалогов и «псевдообщения», а также желание посмотреть на себя и на мир с позиции гуманитарной культуры — таковы особенности нынешней коммуникативной ситуации в медиапространстве.

Феномен так называемого «заполнения белых пятен» (в одинаковой степени присущий телевидению, кинематографу и прессе) является ни чем иным, как достройкой целостного образа истории и культуры во всех причинно-следственных связях и зависимостях, основанных на рациональных аргументах и достоверном знании; он представляется исследователю тем способом овладения культурными сущностями, который быстрее всего охватывают классическую книжную культуру, чем культуру «мультимедийного» калейдоскопа или музыкального «3Dпопури». Тем не менее, знаковая и информационная громоздкость может препятствовать развернутому общественному дискурсу, неминуемо привнося в него неопределенность, двусмысленность и фиктивность.

Перед новыми формами массовой коммуникации трудно устоять даже культурно адаптированному, высокоразвитому сознанию; тем более уязвимым субъектом является, в этом случае, молодежь. Причиной этому является то ли мода, то ли любознательность, либо что-то другое. Информационно объемные аудиовизуальные образы оказываются для молодежной аудитории привлекательнее, чем книжные описания. Но именно последние являются естественным способом существования классических гуманитарных ценностей¹, которые выражаются идеями и понятиями. И если наше общество тревожится перспективой отлучения молодежи от гуманитарных традиций, достаточно удовлетворяющим заданием видится поиск адекватных путей существования развивающейся личности (в т. ч. молодой) в современной коммуникации компьютерных сетей и традиционных медиа².

Фиксируя подобную ситуацию, культурная рефлексия (что ярко наблюдается в её многочисленных западных и местных образцах) и сегодня вмещает в себя весь спектр оценок культурной функции средств массовой информации, присваивая им, то титул «монстров», которые формируют одномерного человека, или же «чародеев», которые творят реальность на наших глазах.

Различия современных культурных тенденций засвидетельствованы и научными толкованиями массовой коммуникации, выступающей в качестве предмета исследований многих специализированных областей. Жесткая и детальная дифференциация культурной реальности с целью её наилучшего и более удачного описания и объяснения, безусловно, вынужденная мера. Здесь целесообразно вспомнить выдвинутую в 60-х годах известную социодинамическую теорию культуры А. Моля, которая схематически концептуализировала эти различия и была основана на «кибернетическом» подходе. Она отличается высоким уровнем операционализации понятий, прежде всего, это касается фундаментальных для автора понятий «гуманитарной» и «мозаичной» культуры как двух несовпадающих

¹ Валлерстайн И. Анализ мировых систем: современное видение мирового сообщества/И. Валлерстайн//Социология XXI века. – М.: Логос, 2003. – С. 144–164.

² Сусская О. А. Информационное поле личности. Монография. – К., 2003. – 188 с. (укр. яз.)

типов, аккумулирующих принципиально непохожие доктрины создания трансляции и овладения знаниями и ценностями. Сущность гуманитарной культуры, которая приобрела доминантный статус во времена эпохи Возрождения, состояла в утверждении, что существуют основные и неосновные предметы внимания, главные и второстепенные темы для размышлений. Постулированная ею, таким образом, иерархия идей и понятий, усвоение которых может совершенствоваться в соответствии с законами логики и рационального мышления, в результате чего мир разбивался на упорядоченную систему подчиненных друг другу и четко определенных категорий, демонстрировал это лишь этап магистрального культурного движения¹.

Под воздействием интенсивного развития средств массовой коммуникации в XX веке традиционная культура заметно трансформируется, отклоняя классический эталон познания, как устаревший и неадекватный условиям не существовавших до этого времени информационных угроз, большого количества событий, фактов, историй и т. п. Как отмечает И. Валлерстайн, относительно общей системы общественного развития, единственная проблема состоит в том, что с течением времени все больше «аномалий» оставалось без объяснения в существовавших рамках и появлялось все больше и больше научных лакун (неизученных областей человеческой деятельности)².

Если в гуманитарной культуре система знаний строилась на необходимости овладения причинно-следственными связями, то в новом культурном типе — для «масс-медийной личности» — образование является результатом случайного, стихийного накопления разрозненных элементов. Современный человек открывает для себя окружающий мир всё чаще по «законам случая», в процессе проб и ошибок, совокупность его знаний определяется статистически, ибо он черпает их из передач телевидения, радио, из газетных статей, Интернета, из сведений, добытых по мере необходимости; лишь накопив определенный объем информации, человек «медийной эры» постепенно приходит к тому, что открывает в ней скрытые структуры. Предвидение У. Эко сбылось: в процедурах теряется общее направление, в перескакивании от случайного к случайному — утрачивается структура, происходит «саморазрушение структуры» и тогда «исследуемые явления — всего лишь средства для того, чтобы в лабиринтах исследования различились, обрел очертания и проступил лик Последней Реальности»³.

Фрагментарные знания, складываясь в единственную картину по принципу мозаики, не формируют структуру, но достаточно плотно подогнаны друг к другу, создают компактное, с определенным внутренним значением, пространство. Творцами, проводниками и дизайнерами «мозаичной» культуры являются средства массовой коммуникации. Газетный лист, теленовости или рекламный клип — типы её посланий, усвоение которых хотя и дает достаточно поверхностное представление о сущности вещей,⁴ но, в то же время, предоставляет возможность неплохо разбираться в повседневной жизни. Только наличие навыков конструирования собственного информационного поля может повлиять позитивно на формирование свободной и социально и культурно ориентированной личности.

Массовая коммуникация (во всех её современных видах и формах) в значительной степени опосредует функционирование и современной символической культуры, определенным образом её дифференцируя, сообщая ей особенные принципы и образцы взаимодействия значений и знаков, ценностей взаимодействия и символических «атак сознания», допуская сосуществование достаточно разных по содержанию текстов, которые находятся между собой в достаточно запутанных отношениях «мультимедийного восприятия», механизмы и правила которого, и в коммуникативном, и (еще менее) — в психологическом плане не совпадают с используемыми для обеспечения понимания, диалогичности дискурса, установок коммуникативного взаимодействия в целом — правилами и механизмами конструирования значений и смыслов интерперсональной коммуникации⁵.

Как отмечал З. Бауман, «объекты изучения социологии, которую более всего интересуют структуры, сети взаимосвязей, взаимобусловленность действия и увеличение или сокращение степеней свободы действующих лиц. <...> Можно сказать, что основными вопросами социологии являются следующие: в каком смысле значима эта зависимость одних людей от других, что бы они ни делали; в каком смысле значимо то, что всегда живут (и е могут иначе) сообществом, во взаимосвязи, обмениваясь, конкурируя и кооперируясь с другими людьми?»⁶.

Сегодня культура и мультимедийное, глобализированное информационное пространство находятся между собой в достаточно запутанных отношениях параллельного существования. Но, все-таки, необходимо признать, что социальный институт масс-медиа является неотъемлемым фактором современного человеческого существования вообще и культуры в частности. И потому можно констатировать, что массовая коммуникация не только вошла в человеческое общество, заняв достаточно значительное место в структуре культуры, но и привела к тому пути развития общества, которое происходит в настоящее время.

Список литературы:

1. Бауман З. Мыслить социологически: Учеб. пособие/Пер. с англ., под ред. А. Ф. Филиппова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 255 с. – (Программа «Высшее образование»).
2. Валлерстайн И. Конец знакомого мира/И. Валлерстайн//Социология XXI века. – М.: Логос, 2003. – С. 144–164.
3. Вилирио П. Информационная бомба. Стратегия обмана./Поль Вилирио; пер. с фр. – М., 2002. – 192 с.
4. Сусская О. А. Гуманизация и персонификация масс-медиа: Гуманизация и персонификация коммуникативного взаимодействия в медиaprостранстве. Монография. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2013. – 110 с.
5. Сусская О. А. Информационное поле личности. Монография. – К., 2003. – 188 с. (укр. яз.)
6. Сусская О. А. Межкультурная коммуникация в информационном обществе. Монография. Рекомендовано к печати Ученым советом Института социологии НАН Украины/Рецензенты: д.соц. н. Судаков В. И., д.соц. н. Соболева Н. И., д. культурол. Никитин В. А. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2013. – 164 с.

¹ Сусская О. А. Межкультурная коммуникация в информационном обществе. Монография. Рекомендовано к печати Ученым советом Института социологии НАН Украины/Рецензенты: д.соц. н. Судаков В. И., д.соц. н. Соболева Н. И., д. культурол. Никитин В. А. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2013. – 164 с.

² Валлерстайн И. Анализ мировых систем: современное видение мирового сообщества/И. Валлерстайн//Социология XXI века. – М.: Логос, 2003. – С. 144–164.

³ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию/Умберто Эко Пер. с итал. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник. – М.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. – С. 327.

⁴ Вилирио П. Информационная бомба. Стратегия обмана./Поль Вилирио; пер. с фр. – М., 2002. – 192 с.

⁵ Сусская О. А. Гуманизация и персонификация масс – медиа: Гуманизация и персонификация коммуникативного взаимодействия в медиaprостранстве. Монография. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2013. – 110 с.

⁶ Бауман З. Мыслить социологически: Учеб. пособие/Пер. с англ., под ред. А. Ф. Филиппова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 255 с. – (Программа «Высшее образование»). С. 14.