

Олексенко Р. І.

**ЕПОХА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ,
ЇЇ ВПЛИВ НА ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО**

Імперативною ознакою сучасності є взаємозумовлений симбіоз інформаційного суспільства та суспільства споживання.

У масовому суспільстві найпоширенішою і найбільш характерною культурною позицією постає споживацьки-розважальна. Надмірне споживання інформації характеризується як великими її обсягами, так і значною динамікою, швидкістю надходження. Звідси випливає й неможливість засвоєння та переробки отриманої інформації. Як результат - контрпродуктивна культурна активність, за якої процес - все, а мета - ніщо.

До появи писемності картина світу для індивіда мала зовсім інший вигляд. Спираючись на статтю Дж. К. Карозерса «Культура, психіатрія і письмове слово» М. Мак-Люен привертає увагу до того, що первіснообщинному ладу притаманне придушення розумового життя і особистості. За рахунок домінування почуття достеменної і неподільної причетності до колективу «людина позиціонувала себе як досить незначну частинку набагато більшого організму - сім'ї, клану, але аж ніяк не як незалежного і суверенного суб'єкта, покладається на власні сили» [3, с. 27].

Якщо порівняти виховання дітей сьогодні і за первіснообщинного ладу, то з'ясуємо, що європейська дитина вчиться оперувати складними будівельними кубиками, ключами і замками, водопровідним краном і багатьма іншими речами, натомість дитина дописемної епохи отримувала освіту, яка практично повністю базувалася на усному слові. До епохи електрики людина підійшла з великим багажем знань античних, середніх часів, епохи Відродження і емпіричним досвідом століття механіки. З цього

моменту швидкості істотно підвищуються. Енергія як втілення і основна рушійна сила епохи електрики стає доступна все більшій кількості людей, «дозволяє будь-якому місту бути центром» [3, с. 44].

З появою телебачення відбувається ще один якісний стрибок. Поступово і татус чільної позиції серед способів комунікації зміщується з друкарської Індустрії в напрямку візуально-аудіального способу передачі інформації. М. Мак-Люен видокремив два основних аспекти телебачення:

1. Телебачення має мозаїчний принцип побудови зображення, коли пгсь світ представлений незрозумілим, логічно незв'язаним набором повідомлень. За невеликий проміжок часу можна ознайомитись з Інформацією, котра відрізняється за масштабами, локацією і епохою.

2. Має місце взаємопосилення інформаційних повідомлень за рахунок подолання свідомістю смислової роздробленості картинки, в результаті чого і кладасться єдність сприйняття прийнятої інформації. У сфері комунікацій галактика Гутенберга поступилася місцем галактиці Маклюена. Електронні засоби масової інформації сформували принципово нову комушкативну культуру, в якій відбувається синтез тексту, аудіо- та відеомодальностей і прийняття. В результаті виникла культура віртуальності, в якій в єдиному цифровому просторі функціонують усі форми культзфної спадщини. В епоху Нового часу процес масифікації істотно прискорився, з'явилися принципово нові форми суспільних комунікацій. Їх можна відрізнити від усіх піших типів за характерними рисами: «Вони передбачають порівняно полику різнорідну й анонімну аудиторію, іїформація передається публічно, часто з орієнтацією на її негайне сприйняття більшою частиною аудиторії і відрізняється швидкоплинністю» [5, с. 153].

Засоби комунікації створюють навколо індивіда настільки насичену інфосферу, що це не може не позначатися на його особистості Сама цивілізаційна динаміка вимагає формату людини пазного типу - здатної вирішувати проблеми, загострені перебігом суспільного розвитку.

Завдяки глобалізації ЗМІ, комп'ютерних мереж та доступності інформдозвілля виникає глобальна мода на певну музику, стиль одягу, поведінка тощо. «На більш високому рівні можна говорити про інтенсивне формування нових моделей і норм поведінки» [4, с. 50].

Описуючи цю ситуацпо, М. Князева видокремлює чотири ступені-щаблі культурного модусу: пасивний, споживацький- розважальний, активнопгриймаючий та креативний.

Надмірне споживання інформації характеризується як великими її обсягами, так і значною динамікою, швидкістю надходження. Звідси впливає й неможливість засвоєння та переробки отриманої інформації. Як результат - контрпродуктивна культурна активність, за якої процес - псе, а мета - ніщо.

Ненаситна жага інформації пояснюється мозаїчністю свідомості. Гака свідомість не має структури, внутрішньої логіки:, стрижня. Воно не може бути завершено, збудовано, тому пізнання не приносить почуття Інтелектуального прояснення, не завершується катарсисом [1, с. 81].

Сучасний індивід, будучи доволі освіченим, тим не менше, залишається фахівцем лише в окремій сфері. В інших галузях він погребує коментаторів,

інтерпретаторів, вчителів, журналістів, рекламних агентів та інших «гідів», які допомагають долати безмежний простір інформації про суспільні події, культурні новації, альтернативи розвитку тощо.

Крім того, «людям потрібен якийсь засіб, що знімає надмірну психічну напругу, котра є результатом масованого інформаційного впливу, а також редукує складні інтелектуальні проблеми до рівня простих дуальних опозицій, надаючи індивіду можливість відпочити від соціальної відповідальності й особистісного вибору. Реалізатором таких потреб і стала масова культура» [6, с. 143].

Виходячи з положення про універсальність масової культури для масового суспільства, слід розмежовувати низькопробний маскульт (з 50-х років ХХ століття за ним закріпилась назва «кітч») та масову культуру п позитивному розумінні цього терміна, яка «набуває масового характеру не тому, що широкомовні канали охоплюють щоразу більш масову аудиторію, а тому, що умови життя широких мас людей набувають усе більш масового характеру» [2, с. 125].

Засоби масової комунікації увиразнюють модель реальності, а сама комунікація є одним з визначальних складових сучасного суспільства. Особливого значення набувають засоби масової інформації, Формуючи інформаційний простір, саме ЗМІ в наш час є найбільш ефективним інструментом формування ціннісних орієнтацій суспільства.

У наш час «на зміну п'ятисотлітньому пануванню гутенбергівської Галактики як домінанти інформаційних потоків і комунікативних відносин індустріального суспільства прийшла Всесвітня павутина, яка радикально змінила архітектуру, основні закономірності й регулятори соціального життя попередніх епох.

Для багатьох користувачів «Інтернет перетворюється з царства знань у царство інформації, іншими словами, в «другу реальність», яка поступово витісняє зі свідомості конкретне людське життя, перетворюючись на подобу газіоосі - іашбіпкііш - готову «їжу» для роздумів. При цьому інформація як підступно-оманливий віртуальний «двійник» знання здебільшого не стає, на відміну від реальної матриці когнітивного процесу, стимулом до дії. Більше того, її циркуляція все частіше є фантомом, самоціллю, відірваною від критеріїв користі, а тим більше - від вдосконалення внутрішнього світу людини.

У глобалізованому світі третього тисячоліття шанс на успіх перед Україною відкриває лише ефективна реалізація її людського потенціалу, Як європейська за своєю цивілізаційною належністю нація Україна май спиратися у своєму розвитку на європейську людиноцентричну систему цінностей, яка довела свою ефективність.

Література:

1. Князева М.Л. Человек в информационном пространстве: культурный модус личности // Библиотекосведение. - 1996. - №6. - С. 79-86.
2. Кухаркин В. Буржуазная массовая культура. - М.: Политиздат, 1985. - 399 с.
3. Мак-Люэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. - М. : Гиперборей, Кучково поле, 2007. - 464 с.
4. Меллохин И.С. Информационное общество: истоки, проблемь, тенденции развития // XXI век: информация и общество / Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Изд-во

Секція «Політичні інститути та процеси в Україні та світі»

МГУ им. М.В. Ломоносова, 1999. - 208 с.

5. Райт Э., Костелло С., Хейчен Д., Спрэйг Д. Классовая структура американского общества и Социологические исследования. - 1984. - №1. - С. 151 - 158.

6. Флиер А.Я. Массовая культура и ее социальные функции // Общественные науки и современность. - 1998. - №6. - С. 138 - 148.