

3. Егоров А. Конструктивизм СМИ и общественная значимость: как белорусские медиа создают смыслы? – Минск, 2014. – 16 с.
4. Осведомленность и включенность в деятельность общественных организаций [Электронный ресурс] // Офис европейской экспертизы и коммуникации : [официальный сайт]. – URL: <http://oeec.by/issledovanie-obschestvennyye-organizacii/>.
5. Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10. – М., 2015. – 439 с.
6. Фуллер Р., Майерс Р. Стадии социальной проблемы // Контексты современности-II: Актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории : хрестоматия / сост. и общ. ред. С. А. Ерофеева. – 2-е изд., доп. и перераб. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2001. – С. 138–141.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ СУЩНОСТИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В КОНЦЕПЦИЯХ ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ КУЛЬТУРОЛОГИИ

Александр Смолик

*Белорусский государственный университет
культуры и искусств, Беларусь*

Коммуникативная проблематика получила достаточно полную интерпретацию в современном культурфилософском дискурсе. Она исследовалась обществоведами параллельно с изучением механизмов трансляции культурных ценностей как необходимого условия существования традиционной культуры. В зарубежной и отечественной культурологии, философии, социологии появился ряд концепций и теорий, цель которых – выявить сущность, содержание и функции коммуникации. На основе исследований сформировалось несколько отраслей научных знаний: коммуникативистика, коммуникология, информационная культурология.

Одной из широко известных теорий является теория *массовых коммуникаций*, представленная А. Молем в его труде «Социодинамика культуры» [5]. Философ исследует систему механизмов, с помощью которых происходят преобразования в западной культуре. В соответствии с его динамической доктриной культуры, информационно-коммуникативную деятельность культуролог определяет как фактор, существенно влияющий на изменения в культуре. Миссия массовых коммуникаций, по мнению А. Моля, заключается в том, чтобы исключить проникновение консервативных идей, приводящих культуру к застою и способствовать внедрению в жизнь прогрессивных, ускоряющих темп развития культуры

идей. Культурные явления и процессы понимаются им как «функционирование наборов элементарных фактов культуры, или *культуре*, и понимание всякого факта культуры (будь то научное исследование или художественное произведение) как некоторого сообщения», имеющего свою цикличность [5, с. 21–22].

Центральной идеей Моля, которая излагается в его труде, сфокусирована в понятии «социокультурный цикл», где сам цикл – коммуникационный, а культура и общество составляют одно неразрывное информационно-коммуникативное целое – систему. Согласно Молю, процесс распространения в обществе информации (идей) ускоряется, благодаря чему идеи лидеров быстро становятся общедоступными и оказывают сильное влияние на творческий процесс субъектов культуры, причем отбор идей иногда носит случайный характер [5, с. 23–26].

Анализируя состояние западной культуры, А. Моль констатирует, что под влиянием средств массовой коммуникации происходит процесс превращения традиционной «гуманитарной» культуры в культуру «мозаичную», которая сложена из множества соприкасающихся, но не образующих конструкций фрагментов. В «мозаичной» культуре, считает культуролог, «...нет точек отсчета, мало подлинно общих понятий, но зато много понятий, обладающих большой весомостью (опорные идеи, ключевые слова и т. п.)» [5, с. 20]. Основными характеристиками «мозаичной» культуры являются: фрагментарность восприятия информации, отсутствие причинно-следственных связей между полученными из внешнего мира сообщениями, замена подлинных понятий интерпретациями. Такая культура оценивается им негативно, но ее появление, по мнению Моля, является неизбежным, ибо развитие науки и техники, СМИ создает определенную «мозаичность» в знаниях и культуре как отдельных людей, так и социальных сообществ.

Во второй половине XX в. весьма популярной была концепция «информационной культуры», основоположниками которой являлись Д. Белл [1], У. Дайзард [2], М. Кастельс [3], Д. Ленски [8], М. Маклюэн [4], Т. Стоунер [6], А. Этциони [7] и др. Основной идеей данной концепции был тезис, что социокультурные преобразования в современном обществе происходят в связи с изменением способа передачи информации. На их взгляд, появление новой системы коммуникации (интернет-технологий), с помощью которой возможен одновременный охват глобальной аудитории, интеграция средств передачи информации и интерактивность ускоряют социально-культурные преобразования в мире.

Главный смысл развития постиндустриального общества, согласно концепции Д. Белла, заключается в преодолении проблем технико-экономического роста и переход к развитию культуры и человека, стиму-

лировании социальной динамики и этики свершения. Исторически сложившаяся культура содержит в себе особые информационные структуры, которые, с одной стороны, обеспечивают управление системой, ее саморегуляцию, а с другой – отражают достаточно полную информацию о культуре в контексте создания образовательных моделей, причем эволюция последних должна соответствовать основным фазам и характеристикам эволюции культуры [1]. Теория Д. Белла стала первой попыткой понять суть информации (применительно к развитию общества) и развивающихся коммуникативных технологий. В его новаторской работе выведены принципы, которые актуальны и по сей день. Он полагает, что мы входим в новую систему, которая характеризуется главным образом возрастанием количества и значения информации. Д. Белл считает, что информация и в количественном, и в качественном отношении является ключевой категорией для постиндустриального общества, а постиндустриализм ведет к увеличению информации, находящейся в пользовании.

Этот тезис является доминантным и в трудах М. Кастельса, утверждавшего, что информация является эффективным фактором формирования ценностных ориентиров людей и конструирования социальной реальности [3]. В качестве важнейшей задачи информатизации, считал Т. Стоунер, является выработка в культуре способности гармонично функционировать в ситуации гипертекстового пространства [6].

Современное общество, по мнению М. Маклюэна, представляет собой информационно-коммуникативную систему, своеобразный конструкт, представление о социуме и его культуре. Ее иерархическое строение и хронотоп информационного пространства социума учитывает одновременно внутренние и внешние информационные процессы, традиционную систему коммуникации для определенной культурной общности, инновационные каналы ее передачи [4].

У. Дайзард полагал, что в современном социуме формируется гиперструктура информационных уровней, жестко не изолированных между собой, фрагментарно взаимодействующих в нелинейных, вероятностных информационных процессах. Общество XXI в. характеризуется также наличием информационных потоков массмедиа, функционирующих по определенному алгоритму. Интенсификация информационных процессов кардинально изменяет многие сферы жизнедеятельности, оказывая существенное влияние на социально-экономические процессы, не только формируя их «информационную» форму выражения, но и трансформируя само их содержание. Кардинальные трансформации в информационном обществе скажутся прежде всего на формировании обществ, сознания, которое благодаря информатизации превратится в форму социотехнологического (гибридного) интеллекта [2].

Таким образом, разнообразие форм современной мировой культуры обусловлено нелинейной эволюцией информации и гиперструктурированными информационными процессами разных уровней. Уникальность и своеобразие каждой культурной формы проявляется в динамичном развертывании доминантной социокультурной идеи как информационной причины структурообразования ее информационного пространства с собственными каналами и средствами трансляции массовой информации. Архитектоника информационного пространства культуры, как считают многие исследователи, формируется естественным путем социокультурной динамики, выражается в виде концептуального пространственно-временного алгоритма структурных новшеств и коммуникативных трансформаций информационной среды бытия культуры.

Библиографические ссылки

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. – М. : Академия, 1999. – 783 с.
2. Дайзард У. Наступление информационного века. Новая технократическая волна на Западе. – М. : Знание, 1986. – 694 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. – М. : Академ. проект, 2005. – 496 с.
5. Моль А. Социодинамика культуры. – М. : Прогресс, 1973. – 406 с.
6. Стоунер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики. – М. : Знание, 1986. – 478 с.
7. Etzioni A. From Empire to Community. – N. Y. : Palgrave Ivlacmillan, 2004. – 613 p.
8. Lenski G., Nolan P. Human Societies: An Introduction to Macrosociology. – N. Y. : Paradigm Publishers, 2005. – 547 p.

СОВРЕМЕННЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ: НОВОЕ В ТЕХНОЛОГИЯХ

Анатолий Соловьев

*Белорусский государственный университет,
Беларусь*

Сегодняшняя стремительная эволюция технологий и коммуникаций, без сомнения, определяет новые векторы их влияния на журналистику и все коммуникативные технологии, а также оказывает очевидное и прямое воздействие на корпоративные стратегические коммуникации, жизнь

