



## ФОРУМ 2

### Становление информационного общества, его ценности и приоритеты

#### ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Т.Т. Аймухабетов, г. Алматы, Казахстан

Массовая коммуникация играет в развитии современного общества огромную роль. Анализируя в своей работе данную проблему, автор обратился к работам канадского исследователя Г.М. Маклюэна, утверждавшего, что западная цивилизация достигла в XX веке водораздела, имеющего не меньшее значение, чем эпоха Ренессанса, обусловленного появлением новых технических средств массовой информации и коммуникации. В рамках данной концепции автор предполагает расширение понятия коммуникация до одной из основополагающих форм социального взаимодействия. Средства коммуникации (медиа технологии), о которых размышляет Г. Маклюэн это не только СМИ, но их объединяет то, что это «технологии», или «посредники», введение которых вносит существенные изменения в коммуникацию человека с окружающим миром (как природным, так и социальным) и реорганизует его способ мировосприятия и образ жизни. Человек в «глобальном объятии» продолживших его центральную нервную систему электронных медиа технологий начал плавное вхождение в постгутенберговую эру. Но по мысли Г. Маклюэна, есть и негативное влияние медиа технологий, и особенно электронных СМИ, поскольку с их помощью, общество возвращается в первобытное состояние, в котором у человека возрождается естественное слуховизуальное многомерное восприятие мира и коллективность [1, с. 318].

Формируется единая интегрированная информационная система на основе технологической конвергенции. Миллионы персональных компьютеров, печатные и электронные СМИ, виртуальная экономика, виртуальная финансовая структура и многое другое в совокупности складывается в единые национальные информационные системы, существующие и активно разрабатываемые в разных странах мира. Расхожее определение СМИ в качестве «четвертой власти» приобретает новый смысл в изменившемся пространстве современной культуры. Именно роль СМИ в формировании идентичностей постиндустриального мира, делает вопрос о социальной ответственности СМИ не академической

проблемой, а насущной практической необходимостью, требующей целенаправленного воздействия.

О возрастающей роли СМИ, а в настоящее время информационно-коммуникационных технологий философы и социологи начали рассуждать еще в середине прошлого века. Большой вклад в эти исследования внесла, к примеру, Анненбергская школа, возглавляемая в 1959 г. Дж. Гербнером. Анализируя роль средств массовой коммуникации, представители данного научного направления выделили две важнейшие и взаимосвязанные друг с другом функции – социальная интеграция и социализация СМИ. Новый этап в развитии теорий массовой коммуникации связан с осознанием того, что представления, согласно которым влияние средств массовой коммуникации определяется их прямым воздействием на аудиторию. На этом этапе была выдвинута теория селективной экспозиции, которая утверждала, что аудиторию нельзя представлять некую массу, некритически воспринимающую информацию. В рамках данной исследовательской парадигмы Лазерсфельдом П., Берельсоном Б. и Годэ Г. было установлено наличие двухступенчатого потока информации и была выдвинута нашедшая эмпирическое подтверждение гипотеза о том, что сообщение послание аудитории достигает сначала «лидера мнения» внутри группы, а потом уже через него других членов группы.

Ситуация стала складываться таким образом, что средства массовой информации фактически перестают отражать действительность, а сами творят образы и симулякры, которые, собственно, и определяют реальность нашей культуры, или, пользуясь терминологией Бодрийера, гиперреальность, в которой происходит симуляция коммуникаций, и которая оказывается более реальной, чем сама реальность. Провозглашенное Бодрийером «исчезновение реальности» в постмодерную эпоху может быть проиллюстрировано на примере механизмов освещения современных политических событий.. Отражение в СМИ, даже таких событий как военные конфликты, не говоря уже о выборах и иных легитимных формах политического влияния, приняло такие формы, что практически стало невозможным реконструировать реально происходящие действия. Война, пропущенная сквозь фильтры индустрии масс-медиа превратилась в тотальную симуляцию, нечто подобное софистическому спору, виртуальному фехтованию, в котором участники вовсе не озабочены достижением истины (ввиду ее отсутствия), а также не стремятся убедить друг друга в чем-либо, ибо понимают, что это невозможно. Цель здесь состоит в том, чтобы любыми путями создать видимость достижения поставленных задач, или, точнее, заявленных задач, затем с помощью медийных техник создать видимость убеждения наблюдателей, так называемой «общественности». По такой логике,

победы и потери обретают онтологический статус лишь после того, как они «отражены» в СМИ, и, в тоже время, факт освещения события сам по себе конституирует событие, независимо от того, имело ли оно или не имело места на самом деле. Есть информация – и малейшая дипломатическая некорректность лидера какой-нибудь страны становится предметом всеобщего обсуждения. Нет информации – и из поля зрения исчезает целый континент, лишней раз подтверждая бодрийеровский тезис об утрате реальности в постмодерном обществе [2].

Однако обратим внимание еще на некоторые «обыденные» феномены симуляции действительности, генерированные гибридом властных и масс-медийных технологий. Ситуация с рейтингами выводит нас на проблему ориентации реципиента СМИ в океане фактов информационной цивилизации. Иерархия ценностей здесь выстраивается в зависимости от порядка новостей и величины газетных заголовков. Одному событию можно придать «тяжеловесность», наделив его статусом *headline news*, другое – отправить на периферию, и тем самым нивелировать его значение до минимума, про третье можно забыть вообще, и оно автоматически исчезнет из информационного универсума, а вслед за этим и вообще перестанет существовать. Нет информации – нет и факта; нет факта – нет и проблемы. Таковы аргументы мира масс-медий, в котором, события рождаются и умирают одновременно с их изображением на экранах телевизоров. И, конечно, апофеоз мистификации реальности мы наблюдаем в предвыборных технологиях. Хотя мы и понимаем, что погружены в искусственный мир – мир симулякров, существование которого возможно прекратить – для этого нужно всего лишь уйти из него; тем не менее, мы продолжаем верить в реальность виртуальных событий, и быть может в этом противоречии состоит специфика их «шизоидного» воздействия.

В контексте данных теорий все более актуальной становится проблема формирования медиа грамотности как обязательного компонента социализации современной молодежи. Каждый современный человек, живущий в глобальном информационном пространстве современности, должен быть готов к умению ориентироваться в нем, находить необходимую информацию, способен к полноценному восприятию, оценке медиа текстов, пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентативных систем, используемых медиа, то есть быть медиа компетентным [3, с. 280].

Основной задачей медиа образования является подготовка нового поколения к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами

общения на основе невербальных форм коммуникации и с помощью технических средств и современных информационных технологий [4].

Медиа образование как специальное направление в педагогической науке, выступающее за изучение школьниками и студентами закономерностей средств массовой коммуникации, призвано помочь учащимся и студентам адаптироваться в мире медиа и произведениях медиа культуры, освоить язык средств массовой информации, анализировать произведения медийной культуры и т.п.

На протяжении определенного времени государственная информационная политика охватывала, главным образом, проблемы, связанные с деятельностью средств массовой информации. В последние 2-3 года содержание понятия «Государственная информационная политика» существенно и в него, в соответствии с международными стандартами и принципами попали отдельные элементы защиты прав граждан и организаций на общедоступную информацию, гарантированных Конституцией страны, а также некоторые аспекты информационной безопасности. В рамках государственной информационной политики должны быть заложены основы для решения таких крупных задач, как формирование единого информационного пространства Казахстана и ее вхождение в мировое информационное пространство.

#### Литература:

1. Маклюэн, М. Галактика Гуттенберга. Становление человека печатающего / М. Маклюэн. – М.: Изд-во «Академический проект», 2005.
2. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М.: Изд-во «Рудомино», 2001.
3. Лифанова, Т.Ю. Теоретико-методологическое введение к концепции медиа образования / Т.Ю. Лифанова, А.В. Веревкин // Инновационное развитие и востребованность науки в современном Казахстане: материалы международной научной конференции. – Алматы, 2011.
4. Педагогический энциклопедический словарь; гл. ред. Б.М. Бим-Бад. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003.

### ПРОБЛЕМА ЖИЗНИ И СМЕРТИ В УНИВЕРСИТЕТСКОМ КУРСЕ ФИЛОСОФИИ

А.Л. Айзенштадт, г. Гомель, Беларусь

Проблема жизни и смерти – одна из центральных в философии. Между тем, студенты, возможно в силу своей молодости, мало задумываются над ключевыми вопросами человеческого бытия, а ведь без их осмысления невозможно мировоззренческое самоопределение взаимоотношениях со смертью помогает курс философии.