

КОМУНІКАЦІЯ ЯК ПРОБЛЕМА ТА ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАЦІЇ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Петрушкевич М. С., Національний університет «Острозька академія»

Комунікація є феноменом, який функціонує на двох основних рівнях: індивідуальному, – як механізм верифікації діяльності людської свідомості, та колективному, – як фундаментальний спосіб створення колективу та співжиття у ньому. Особливості функціонування комунікації у кожен конкретний історичний та культурний період є індикатором у напрямку розвитку цього періоду.

Комунікація у сучасній культурі, як і сама сучасна культура досить неоднорідна та має багато протиріч. Сучасна культура розвивається на засадах комерції, носить масовий характер витіснивши традиційні автентичні форми культури. Вона отримує можливість апелювати до загальної прийнятності, повторюваності, залишаючись потужним маніпуляційним знаряддям. У такій культурі зникають із соціальної дійсності естетичне, історичне вимірювання, індивіди позбавляються внутрішнього світу, особистісного простору. У такій культурі актуалізуються комунікативні проблеми.

Представники Франкфуртської школи дійшли висновку, що сила сучасної масової культури така, що здатна викликати конформізм, утримувати реакції споживача в інфантильному статичному стані, маніпулювати ними за допомогою неправдивих обіцянок чи задоволення інстинктів. Всі теоретики школи вважають, що існує глибокий розрив між минулою і сучасною, популярною культурою. Це обумовлено тим, що в індустріальному суспільстві поряд з інституційними змінами відбуваються когнітивні зміни, і найбільш значна з них – втрата індивідуальності. Така ситуація характерна і для комунікації у сучасному світі. Моделі комунікації також переживають розрив із історичними зразками, які все частіше стають неактуальними, або такими визнаються під впливом нових комунікативних технологій.

Розвиваючи ідеї Беняміна, Адорно і Хоркхаймер розробляють концепцію «індустрії культури», згідно з якою культура до середини 20 століття перетворюється в одну з областей індустрії, підкоряючись, подібно до інших її областей, законам монополії [1, с. 221].

Загальний вплив культурної індустрії є, на думку Т. Адорно, антипросвітницьким, оскільки він заснований на масовому обмані і поневоленні свідомості. Механізмом поневолення стають ЗМК.

Сучасний теоретик культури Умберто Еко серед позицій критики сучасної культури зазначає, що вона не заохочує до роздумів, але заохочує до негайних почуттів; споживачі цієї культури підпадають під дію закону попиту і пропо-

зиції; пропонує публіці тільки те, чого вона бажає або, ще гірше, пропонує, що вона повинна хотіти; заохочує конформізм; часто використовується доміантними класами з метою контролю; використовує моделі нав'язані зверху щоб запобігти прогресу мас.

Також у безпосередньо комунікативному аспекті можна говорити про усі розглянуті нами елементи. Оскільки комунікація – не лише невід'ємна складова культури, але й умова її функціонування. По-перше, чітко простежується тенденція розриву з комунікативними традиціями (особливо, якщо звертатися до релігійної масової комунікації). Загалом така ситуація притаманна для цифрових та електронних мас-медіа (Інтернету, телебачення та ін.). ЗМК стають само цінними у масовій культурі, своєрідним вічним двигуном причиною дії якого є він сам. Людина у такому комунікативному процесі займає позицію об'єкта.

По-друге, масова комунікація, що розвивається під гаслом рівних можливостей для всіх, за своєю суттю є репресивною, оскільки її глобальність не дає можливості вибору для окремої людини. Різноманітність мас-медіа подекуди приховують несвободу масової людини у виборі потрібної комунікативної практики. Не дарма у комунікативній філософії 20 ст. самотність сучасної людини представляється як неможливість діалогу.

По-третє, комунікація та інформація у сучасній культурі безперечно є товаром, сировиною (про це говорив ще Е. Тофлер). Духовний консюмеризм часто стає причиною неякісної комунікації у якій кількісні показники домінують над якісними. Особливо небезпечні ці тенденції, на нашу думку, у масовій релігійній комунікації. Релігійні ЗМК, безперечно підпадаючи під вплив світської комунікативної ситуації, втрачають/забувають про своє призначення – духовне спілкування. Звідси і низька якість мас-медійних матеріалів, спотворенність естетичного та ін. Особливо болючою є тема комерціалізації комунікативного середовища.

По-четверте, усі охарактеризовані тут тенденції дають можливість зробити висновок про прагматичність та раціоналізацію комунікативного середовища. Спілкування у масовій культурі будується на принципах суб'єкт-об'єктних зв'язків. Звичайно така схема не нова, її можна назвати навіть класичною у комунікації, але справа у тому, що саме у сучасній культурі вона стає домінуючою та проникає у всі сфери людського спілкування. Тотальність масової комунікативної маніпуляції загрожує тотальною самотністю сучасної людини.

Проте, не потрібно забувати, що у сучасному суспільстві, поряд з критиками культури, які виступають в основному з естетичної та гуманістичної позицій, є і її захисники, ті хто бачить в ній певний культурний аналіз, про яку кому цінності і смаки перетікають від еліти до маси. Однак, даний аргумент представляється надуманим, бо сучасна еліта в умовах принципу загальної рівності перед гро-

шими, фактично формується з тих же самих масових людей (просто більш активних і успішних) і їй по суті нічого транслювати в маси. Комунікативні вподобання таких індивідів здебільшого залишаються незмінними, трансформації зазнають переважно лише способи маркування владного дискурсу.

Інша група захисників сучасної культури вважає, що вона зберігає і легітимізує світ маленької людини і скромні цінності її повсякденного життя. Вони вказують на близькість такої культури до народу, на її демократичність і гуманність і навіть стверджують, що у масовій культурі, нехай і в збіднених формах, присутні ідеї світської соборності, ідеї спільного принципу існування в культурі, коли маси народу об'єднані загальним характером переживання і настрою [2, с. 135].

Отже, проблеми комунікації у сучасному світі пов'язані, найперше, із особливостями конструювання як суб'єктів культури, так і самої сучасної культури. Її замкнутість на кількісних показниках призводить до поступової технізації, стандартизації різних рівнів комунікації.

Література:

1. Кириллова Н. Б. *Медиакультура: от модерна к постмодерну*. – М.: Академический Проект, 2006. – 448 с.
2. *Массовая культура: Учебное пособие* / К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая и др. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. – 304 с.
3. Хоркхаймер М., Адорно Т. В. *Диалектика Просвещения. Философские фрагменты*. – М., СПб.: Медиум, Ювента, 1997.