

Дрозд М.В., студ. гр. 311б ФКиСКД
БГУКИ
Научный руководитель – Шелупенко Н.Е.,
кандидат культурологии

МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Теория массовой коммуникации — одна из наиболее перспективных отраслей современного научного знания. Массовые коммуникации являются необходимым и всеобщим условием жизнедеятельности и развития человека в современном обществе и культуре. Они оказывают значительное влияние на развитие всех сфер жизни общества: экономической, политической, социокультурной. Во многом именно этим объясняется столь пристальный интерес к массовым коммуникациям со стороны ученых, в том числе и культурологов.

Термин «коммуникация» (от лат. *communicatio*) появился в научной литературе в начале XX века. В настоящее время понятие «коммуникация» имеет три основные интерпретации:

- коммуникация представляется как средство связи любых объектов материального и духовного мира, т. е. как определенная структура;
- это общение, в процессе которого люди обмениваются информацией;
- под коммуникацией подразумевают передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты [3, с. 24].

Понятие «массовая коммуникация» активно вошло в обиход в конце XX столетия. Что связано с осмыслением социологами особенностей поведения в рамках специфического вида социальной общности «масса», «толпа», «публика», и с техногенным фактором: появление принципиально новых технических устройств, которые позволили осуществлять быструю передачу, массовое тиражирование и накопление больших объемов информации.

Согласно определению российского ученого Б. Фирсова, массовая коммуникация — процесс распространения информации с помощью технических средств (печать, радио, кинематограф, телевидение) на численно большие рассредоточенные аудитории с целью утверждения духовных ценностей и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей»[4, с.68].

Ученые выделяют различные функции массовых коммуникаций, но в целом социально значимые функции можно условно объединить в три группы: информационную, регулирующую и культурологическую.

Информационная функция заключается в предоставлении массовому читателю, слушателю и зрителю актуальной информации о различных сферах деятельности: деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской и т.п. Получая большой объем информации, люди не только расширяют свои познавательные возможности, но и увеличивают свой творческий потенциал.

Регулирующая функция определяется широким диапазоном воздействия массовых коммуникаций на аудиторию. Массовые коммуникации влияют на формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов.

Культурологическая функция — способствует осознанию обществом необходимости преемственности культуры, сохранения культурных традиций. При помощи средств массовой коммуникации люди знакомятся с особенностями различных культур и субкультур, что способствует интеграции общества. С данной функцией связано понятие массовой культуры.

Если же рассматривать генезис массовых коммуникаций, то отчетливо видно их влияние на развитие культуры в целом. Одним из первых ученых, который положил начало изучению развития коммуникативного процесса,

является Х. МакЛюэн. Он выделили три этапа развития цивилизации, в зависимости от преобладающего вида массовой коммуникации [1, с. 49].

Первобытный, этап дописьменной культуры, во время которого существовали лишь устные формы передачи информации, зрительно-слуховые формы восприятия и понимания мира, воплощенные в фольклоре и мифологии (в условиях естественно и коллективного образа жизни). Для этих форм характерны возможность параллельного использования жестикуляции и других способов обмена информацией [2, с. 4].

Этап письменно-печатной культуры. Письменность помогла решить проблему хранения информации, появилась возможность обеспечить связь прошлого с будущим (сохранение преемственности в развитии). Письменность явилась семиотической революцией в знаковых способах организации общества.

Этап доминирования электронно-индустриальных средств, на котором первостепенными стали возрождение и развитие естественного визуально-слухового восприятия мира на новой электронно-индустриальной основе.

На облик современной культуры значительное влияние оказывают массовые коммуникации. Жизнь современного человека не представляется без таких изобретений, как телефон, телевидение, компьютер, Интернет и др. С развитием технологий и средств массовых коммуникаций формируется информационная культура, а информация обладает такой же ценностью, как и материальные богатства.

Главным механизмом влияния массовых коммуникаций на развитие современной культуры являются средства массовой коммуникации. Сегодня средства массовой коммуникации выступают главным инструментом формирования социально-культурного пространства; выполняют такие основные функции как:

- информационную;

- репродуктивную (отображают культуру через радио, телевидение, прессу, обеспечивают «узнавания» субкультур, новых культурных направлений и т.д.);

- креативную (творящую);

- рекреативную (создают возможности для отдыха и развлечения, снижают социальную напряженность).

Внедрение Интернета открывает новую эру в развитии коммуникации и культуры. Всемирная «информационная паутина» сегодня не имеет ни физических, ни географических, ни административно-государственных границ. Интернет стал средой планетарных масштабов, в котором развивается бизнес, активно пульсирует культурная жизнь. Деятельность центров, учреждений культуры, театральные постановки и концерты, спортивные зрелища и многие другие события нашей жизни переносятся в Интернет. Все более расширяющийся обмен информацией научного, экономического, политического, лично-бытового, социокультурного и иного характера между государствами и культурами ведет к глобализации всех сфер жизнедеятельности. Сегодня речь идет о формировании планетарной цивилизации на началах, с одной стороны, органического единства мирового сообщества, а с другой, — плюралистического сосуществования культур народов мира.

Существуют различные подходы к пониманию воздействия массовых коммуникаций на современную культуру, исследователи расходятся во мнение по поводу качества этого влияния. Так Д. Белл, П. Козловски, М. МакЛюэн говорят о позитивном влиянии средств массовой коммуникации на культуру и общество, считают, что средства массовой коммуникации создали «новую народную культуру», которая объединяет всех индивидов в современное общество. Такие исследователи как Т. Адорно, Б. Розенберг, Э. Фромм утверждают, что средства массовой коммуникации несут разрушающее влияние, навязывают чуждые большинству модели поведения, что опасно для психики человека, социальной организации и культуры.

Массовые коммуникации стали одним из главных факторов развития современной культуры. От содержания их развития зависит дальнейшее духовное развитие общества.

Список использованных источников:

1. МакЛюэн, М. Понимание средств коммуникации / М. МакЛюэн. – М.: Перспектива, 1998. – 345 с.
 2. Приходько, Ф.С., Средства массовой коммуникации: лекция для студентов всех фак. – Горки : БГСХА, 2002. – 23 с.
 3. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: Перспектива, 2002. – 246 с.
- Философский энциклопедический словарь/ Е. Губский [и др.]; под общ. ред. Е. Губский. — М.: Инфра-М, 1989. — 345 с.