

ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ

Виселко І.В.

аспірант,

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПОВОРОТ В МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ

Соціальна реальність сьогодення актуалізує процеси аудіовізуальної комунікації в сучасному українському соціумі. XXI століття – це епоха розквіту інформаційного суспільства, яка набирає глобальних обертів, захоплюючи все нові і нові сфери життєдіяльності. Найвагомим капіталом стає інформація, як демонстрація інтелектуального надбання сьогодення. Це епоха глобальної зміни парадигми, що супроводжується тотальною трансформацією світоглядної позиції соціуму. Минуле століття було ознаменоване ривком в розвитку техніки, науково-технічною революцією, але нова епоха демонструє такі темпи розвитку за якими вкрай важко прослідкувати, це стрімкий ривок в масову культуру та повна залежність від техніки.

В процесі розгляду проблеми поширення ролі інформації не можливо оминати увагою процес інформатизації, який включає три взаємопов'язаних складових: медіавізацію яка має на меті процес поліпшення засобів збору, зберігання і розповсюдження інформації; комп'ютеризацію – процес вдосконалення комп'ютерів та їх впровадження у всі сфери суспільства; інтелектуалізацію – процес розвитку здатності сприйняття і породження інформації, тобто підвищення інтелектуального потенціалу суспільства. Саме в процесі інтелектуалізації суспільство формує той культурний смисл, який дозволяє раціонально і в гуманних цілях використовувати інформацію.

Завдяки зростаючій ролі аудіовізуальної складової в культурі, ми не лише по іншому сприймаємо світ, але змінюється сам принцип конструювання образу, змінюється характер світосприйняття, трансформуються повсякденні практики як індивіда так і суспільства в цілому. Тому, з'являється місце феномену під назвою аудіовізуальний поворот, який, за визначенням російської дослідниці Е. Ю. Рождественської, є поворот суспільства «медіавізованого та візуалізованого світу, опосередковуючого соціальні інтеракції [2].

Свого часу Ю. Габермас застерігав від колонізації «життєвого світу» як соціокультурної сфери існування індивіда «системою», під якою він розумів інституціональні структури суспільства [3]. Розгляд медіа свідчить про зворотну тенденцію: спостерігається колонізація суспільної сфери питаннями, які раніше вважалися приватними, а тому недоречними для публічного обговорення. Перед нами розгортається черговий акт нової демаркації кордонів між приватним і суспільним. Важко не погодитися з думкою З. Баумана, що «суспільна сфера визначається як сцена, де перед усім суспільством розігруються приватні драми» [2].

Засоби масової інформації можна охарактеризувати як важливого транслятора національної ідентичності, основною складовою у формування

публіцитного капіталу країни. Медіаресурси сприяють самоідентифікації особистості як громадянина держави, створення уявлення про походження себе та своєї країни, що є одним з найважливіших завдань в період становлення та укріплення держави на зламі певної історичної парадигми. Існує думка, що медіа – це четверта гілка влади, яка має вплив на ментальність на поведінку індивідів, тому необхідно визначити певні складові, які впливають на функціонування медіапростору.

Медіа самі продукують політико-культурні повідомлення, зростаючи до рангу політико-культурного актора». Тобто, медіа може самостійно формувати новини, відсіювати непотрібну інформацію, виступаючи в ролі фільтра, але тоді постає питання щодо персоналу та працівників засобів масової інформації, що беруть на себе дані обов'язки редакторів, оскільки в даному випадку ми спостерігаємо суб'єктивне світосприйняття, а також трактування подій в залежності від ситуації, веде до викривлення соціальної реальності, тобто відсутності об'єктивності. Медіа не може об'єктивно реагувати на певні події, оскільки також піддається впливу з боку держави, економіки, публіки. Тому, розгляд питання стосовно аудіовізуальної культури та комунікації залежить від ситуації в якій знаходиться засоби масової інформації. В контексті даного питання необхідно перейти до розгляду екранної культури, що є вагомим компонентом соціальної системи та важливою складовою розвитку культури загалом.

Підсумовуючи, слід відзначити, що в умовах сьогодення ми функціонуємо в період інформаційної картини світу, що тримається на достатньому обсязі інформації, за допомогою якої людина вчиться ідентифікувати себе як повноцінного члена соціуму, адекватно сприймати навколишнє середовище, але, на жаль, не зважаючи на очевидний позитив аудіовізуальної комунікації ми не застраховані від певних ризиків, що сприяють до формування стереотипного мислення, повного конформізму та відсутності інноваційного мислення, сприйняття себе як унікальної особистості, ефект тиражування в мистецтві також не виключений. Отже, в зв'язку з розвитком медіапростору ми можемо вибрати власний інформаційний простір, своє середовище, через яке, за допомогою системи прямих і зворотних інформаційних зв'язків впливати на навколишній світ, культуру вирішувати певні проблеми. В процесі заданого темпу та напрямку розвитку суспільства діяльність людини, в першу чергу пов'язана із збором та обробкою інформації, яка допомагає вирішувати виклики людині.

Список використаних джерел:

1. Бауман З. Мыслить социологически / Пер. с англ. под ред. А. Ф. Филиппова. – Москва: Аспект-пресс, 1996.
2. Колодий Н. А. Колодий В. В. Социальный поворот и его влияние на социальное познание/ Научные статьи / ФИЛОСОФИЯ Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyu-povorot-i-ego-vliyanie-na-sotsialnoe-poznanie>
3. Интервью с Ю. Хабермасом // Вопросы философии. – 1989. – № 9. – С. 80–83.