

УДК: 316.77

ОЛЕКСЕНКО Р. І.,

доктор філософських наук,
доцент, професор кафедри філософії,
завідувач кафедри Мелітопольського
державного педагогічного університету
імені Богдана Хмельницького (Мелітополь, Україна)
E-mail: roman.xdsl@rambler.ru

ВПЛИВ КОМУНІКАЦІЙ НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ ОСОБИСТОСТІ

У статті розглянуто процес масифікації комунікацій та її вплив на становлення культури особистості. Засоби масової комунікації увиразнюють модель реальності, а сама комунікація є одним з визначальних складових сучасного суспільства. Видокремлено чотири ступені-щаблі культурного модусу які впливають на інформаційний кругозір особистості. Проаналізовано розвиток інформаційного суспільства крізь призму часу.

Ключові слова: комунікації, особистість, масове суспільство, інформаційне суспільство, культура.

Постановка проблеми. В епоху Нового часу процес масифікації істотно прискорився, з'явилися принципово нові форми суспільних комунікацій. Їх можна відрізнити від усіх інших типів за характерними рисами: «Вони передбачають порівняно велику різномірну й анонімну аудиторію, інформація передається публічно, часто з орієнтацією на її негайне сприйняття більшою частиною аудиторії і відрізняється швидкоплинністю» [9, с. 153].

Виклад основного матеріалу. Засоби комунікації створюють навколо індивіда настільки насичену інфосферу, що це не може не позначатися на його особистості. Сама цивілізаційна динаміка вимагає формату людини певного типу – здатної вирішувати проблеми, загострені перебігом суспільного розвитку. Завдяки глобалізації ЗМІ, комп'ютерних мереж та доступності інформдозвілля виникає глобальна мода на певну музику, стиль одягу, поведінка тощо. «На більш високому рівні можна говорити про інтенсивне формування нових моделей і норм поведінки» [8, с. 50].

Описуючи цю ситуацію, М. Князева видокремлює чотири ступені-щаблі культурного модусу: пасивний, споживацьки-розважальний, активно-сприймаючий та креативний.

У масовому суспільстві найпоширенішою і найбільш характерною культурною позицією постає споживацьки-розважальна. Серед її виявів М. Князева наголошує на одному вельми неоднозначному і суттєвому для нашого культурного життя новоутворенні. Це своєрідна культурна мутація, що виникла в надрах інформаційного суспільства, може бути названа інформоманією, а людина, що несе риси відповідної поведінки, – інформоманом. Інформоманія є побічним продуктом розвитку інформаційних систем і розширення інформаційного простору. Інформоман – це людина, для якої інформація вийшла з берегів своїх природних функцій – знань і орієнтації, ставши самоціллю. Інформація стала метою-в-собі не в

свідомості інформована, а в результаті логіки власного розвитку.

Надмірне споживання інформації характеризується як великими її обсягами, так і значною динамікою, швидкістю надходження. Звідси випливає й неможливість засвоєння та переробки отриманої інформації. Як результат – контрпродуктивна культурна активність, за якої процес – все, а мета – ніщо. Ненаситна жага інформації пояснюється мозаїчністю свідомості. Така свідомість не має структури, внутрішньої логіки, стрижня. Воно не може бути завершено, збудовано, тому пізнання не приносить почуття інтелектуального прояснення, не завершується катарсисом [6, с. 81].

Особливого значення набувають засоби масової інформації. Формуючи інформаційний простір, саме ЗМІ в наш час є найбільш ефективним інструментом формування ціннісних орієнтацій суспільства [3].

В епоху постмодерну масова культура стає найпотужнішим інструментом спокуси. Вона постає новою системою управління і маніпулювання свідомістю, інтересами і потребами, споживчим попитом, ціннісними орієнтаціями, поведінковими стереотипами і т. п., що в кінцевому рахунку прирівнюється до репрезентації її ідеологічної і соціально-політичної лояльності існуючому режиму [4, с. 157].

Спримітивізоване тлумачення маскультом природного і соціального середовища легко сприймається і засвоюється масовизованим індивідом, який, як правило, здебільшого не схильний до тривалого і складного пошуку істини. Таке «полегшене засвоєння» допомагає зберегти в умовах інформаційного вибуху психологічне, духовне і навіть фізичне здоров'я. Маскульт знімає болісну для індивіда маси проблему особистісного вибору, надаючи можливість делегувати прийняття рішень щодо істинності чи хибності отриманої через ЗМІ інформації різним коментаторам.

Крім того, масова культура дозволяє індивіда почуватися обізнаним і «сучасним». Відбувається самоствердження суб'єкта пізнання, набуття ним почуття власної значущості, частково компенсуються збитки, спричинені комплексом неповноцінності як результату того, що на підсвідомому рівні індивід підозрює про свій невисокий освітній рівень. Маскульт пропонується «свобода вибору» власного світогляду і «широкі можливості реалізації своєї неповторної індивідуальності». Однак, незважаючи на уявну розлогість можливостей самореалізації, індивідам у процесі пізнання нав'язується «глибинна одноманітність» маси, за якою закріплена лише одна легітимна функція – споживча. Обіцяна маскульту свобода у формуванні власного світогляду ілюзорна. Світогляд мас уніфікований – «хоча кожен відчуває себе оригінальним, однак усі схожі один на одного» [4, с. 153].

Масова культура маніпулює споживачами інформації, інкорпорує в їхню свідомість стереотипи і пріоритети, котрі канонізують певний образ світу, конструюють у свідомості реципієнтів семіотичну й символічну «реальність», далеку від онтологічно дійсної. Перебуваючи під впливом владних структур, масова культура реалізує свою трансляційну функцію, слідуючи запропонованому їй сценарію, метою якого є уніфікація

суспільства, формування у свідомості мас мозаїчної псевдокартини світу, яка насправді постає маніфестацією домінуючих ідеологем.

До появи писемності картина світу для індивіда мала зовсім інший вигляд. Спираючись на статтю Дж.К. Карозерса «Культура, психіатрія і письмове слово» М. Мак-Люен привертає увагу до того, що первіснообщинному ладу притаманне придушення розумового життя і особистості. За рахунок домінування почуття достеменної і неподільної причетності до колективу «людина позиціонувала себе як досить незначну частинку набагато більшого організму – сім'ї, клану, але аж ніяк не як незалежного і суверенного суб'єкта, покладається на власні сили» [7, с. 27]. Якщо порівняти виховання дітей сьогодні і за первіснообщинного ладу, то з'ясуємо, що європейська дитина вчиться оперувати складними будівельними кубиками, ключами і замками, водопровідним краном і багатьма іншими речами, натомість дитина дописемної епохи отримувала освіту, яка практично повністю базувалася на усному слові.

Осмислюючи різницю розуміння звуку як такого дописемною і сучасною людиною, можна помітити, що для першого звуку – це динамічні живі образи і дії, які змушують людську свідомість мобілізуватись. Для другого звуку втрачають магічний зв'язок і постають ілюстративним доповненням візуального ряду. Зсув «центру ваги» зі слухового сприйняття навколишньої дійсності на зорове створив сприятливе підґрунтя для розвитку абстрактного мислення, відіграв істотну роль у розвитку науки і техніки.

Фонетичне письмо виявилось чи не основним чинником на шляху виховання в людині почуття індивідуальної відокремленості. Сучасна людина письмового суспільства добре навчився усуватися від почуттів та емоцій, які людина усного суспільства навряд чи змогла б приховати чи проігнорувати. Якщо навчити грамоті людину дописемної епохи, то можна було б відчувати й побачити той розлом, який змушує її відчувати фатальну екзистенційну самотність і відірваність від племені. Аналізуючи подібні трансформації, М. Мак-Люен у книзі «Розуміння медіа» влучно зауважує: «Лише у фонетичному алфавіті семантично безглузді літери використовуються для передачі семантично безглузвих звуків» [7, с. 94].

Письмове слово поступово розвивалося і зазнавало змін аж до появи слова друкованого. Верстат Гутенберга став справжньою революцією для людства. Друкований алфавіт виявився модифікацією письмового і постав ще одним способом розширення можливостей людини. Він посилив ті тенденції, які несла в собі письмова епоха, давши вихід енергії якісно нового рівня. За рахунок точної повторюваності образів і ще більшого розмежування слухового та аудіального сприйняття стали можливими глобалізаційні тенденції, масові ринки, загальна грамотність тощо. Індивідуалізація досягла ступеня відстороненості й непричетності людини до подій навколо неї – відтоді індивід міг діяти, особливо не рефлексуючи з приводу зовнішніх колізій.

Упровадження друкованого алфавіту призвело до докорінних змін у

процесі навчання: якщо раніше книги переписувалися студентами від руки, на що витрачалося безліч часу, то з появою друкарського алфавіту ця потреба відпала, перетворивши книгу на «викладацьку машину» [7, с. 197]. Єдиний текст спонукав до уніфікації загальних правил написання і вживання мови. Книгодрукування сформувало основну базу синтаксису і пунктуації, здійснило вирішальний вплив на відмежування поезії від співу і прози.

Епоха Відродження ознаменувалася невинним розвитком друкарства. Книга створила можливість авторського самовираження, позаяк за часів рукописного тексту індивідуальність автора була прихована за канонами роботи з тестом. Друкарство дало поштовх до появи феномена «літератор» – грамотної людини, здатної, спираючись на «високий стиль», проповідувати високі моральні якості. Поширення друкованої книги дозволила познайомитися з культурами інших країн. Це привело до мовного і стильового релятивізму.

До епохи електрики людина підійшла з великим багажем знань античних, середніх часів, епохи Відродження і емпіричним досвідом століття механіки. З цього моменту швидкості істотно підвищуються. Енергія як втілення і основна рушійна сила епохи електрики стає доступна все більшій кількості людей, «дозволяє будь-якому місцю бути центром» [7, с. 44].

З появою телебачення відбувається ще один якісний стрибок. Поступово статус чільної позиції серед способів комунікації зміщується з друкарської індустрії в напрямку візуально-аудіального способу передачі інформації. М. Мак-Люен виокремив два основних аспекти телебачення:

1. Телебачення має мозаїчний принцип побудови зображення, коли весь світ представлений незрозумілим, логічно незв'язаним набором повідомлень. За невеликий проміжок часу можна ознайомитись з інформацією, котра відрізняється за масштабами, локацією і епохою.

2. Має місце взаємопосилення інформаційних повідомлень за рахунок подолання свідомістю смислової роздробленості картини, в результаті чого складається єдність сприйняття прийнятої інформації.

У сфері комунікацій галактика Гутенберга поступилася місцем галактиці Маклюена. Електронні засоби масової інформації сформували принципово нову комунікативну культуру, в якій відбувається синтез тексту, аудіо- та відеомодальностей сприйняття. В результаті виникла культура віртуальності, в якій в єдиному цифровому просторі функціонують усі форми культурної спадщини.

У наш час «на зміну п'ятисотлітньому пануванню гутенбергівської Галактики як домінант інформаційних потоків і комунікативних відносин індустріального суспільства прийшла Всесвітня павутина, яка радикально змінила архітектуру, основні закономірності й регулятори соціального життя попередніх епох. Першим тенденцію методологічного дистанціювання один від одного носія та повідомлення, інформації як сукупності відомостей та комунікації як засобу спілкування виявив Маршал Маклюен. Він розглядав електронний Всесвіт за аналогією з центральною нервовою

системою людини. Комп'ютер вперше об'єднав матеріально-енергетичні аспекти буття з інтелектуальними та емоційними сторонами людської психіки. Те, що раніше вважалося абстрактною протилежністю матерії і свідомості, тепер має статус продуктивного синтезу «заліза і кремнію» з когнітивними напрацюваннями та програмним забезпеченням функціонування Мережі. Інтернет часто відрекомендовують інтелектуальним засобом, за допомогою якого людина здобуває інформацію і забезпечує спілкування з навколишнім світом в планетарному масштабі. Колись спеціалізований інструмент дав поштовх неолітичній революції, на фундаменті якої склались давньосхідні, античні та середньовічні цивілізації. Потім він став робочим органом машини, яка надала йому кероване людиною джерело енергії. Інструмент був продовженням фізичного тіла людини. Комп'ютер та Інтернет стають технологічним та інформаційним доповненням, а в деяких випадках – функціональною «заміною» її мозку та інтелекту [1, с. 123].

Для багатьох користувачів «Інтернет перетворюється з царства знань у царство інформації, іншими словами, в «другу реальність», яка поступово витісняє зі свідомості конкретне людське життя [1, с. 130-131].

З появою Інтернету «в розвинених країнах Заходу був зафіксований феномен своєрідної «втечі від майбутнього», нав'язливе прагнення частини інтелектуалів сховати голову в пісок звичного минулого [1, с. 132]. Діалектичний взаємозв'язок віртуальної реальності та реальної віртуальності пояснює «патологічне зміщення реального та віртуального світів у свідомості людини, що потрапила в мережеву залежність. Поява Інтернету викликала глобальний психо-соціальний стрес. Втім, кожне фундаментальне зрушення історії людства містило в своїх основах інтелектуально-інформаційний вибух і наростаючу відірваність віддзеркаленого в нових засобах комунікації «образу» від материнської плати – реальних життєвих процесів і відносин [1, с. 122].

Прихильники постмодернізму часто і доволі аргументовано відрекомендовують сучасний соціум «невдоволеним суспільством» («dissatisfied society»). Це поняття віддзеркалює специфіку сучасного суспільства в контексті виробництва потреб, їх сприйняття, поширення і задоволення вимог, обумовлених ними. Як не дивно, все більш посилювана динаміка виробництва і задоволення потреб лише посилює загальну невдоволеність, незалежно від ступеня задоволення тієї чи іншої потреби. Сама ж невдоволеність постає потужним мотиваційним фактором функціонування сучасного суспільства. Як слушно зазначав П. Бергер, тенденції де міфологізації, десакралізації і секуляризації призводять до тотального поширення «нудьги світу без Бога». За таких обставин особливої актуальності набуває аспект смислів, цінностей, ідей та ідеалів, спроможних виконувати функцію духовних основ, фундаменту ефективних суспільних інфраструктур.

Як зазначав М. Вебер, ми живемо в епоху невизначеності,

розчарування і втрати ілюзій. Секулярні ідейно-політичні конструкції, утопії і великі релігійні вчення минулих епох значною мірою перестали виконувати функцію мобілізаційних ідеалів. Вони або вичерпали себе, або зазнали банкрутства, або істотно ослабли. Великі програми, табу і заперечення більше не надихують і не викликають страху. Вони недієздатні з причин ледве не тотальної байдужості до них. Під знак питання поставлена сама можливість і доречність будь-яких ідейно-програмних та політико-ідеологічних побудов у якості мобілізаційних ідеалів. Сучасний статус-кво у зазначеній сфері характеризується превалюванням імпровізації та фрагментарності, відсутністю аргументаційно-переконливих теорій та ідеологем. Як наслідок – посилюється тренд невизначеності, непередбачуваності й випадковості як локальних, так і глобальних процесів. Це пояснюється тим, що позбавлені виразних ідейних основ, глобальні тенденції породжені поєднанням багатьох соціокультурних, економічних факторів, різні комбінації яких, власне, й викликають суперечливі та непередбачувані ситуації. Безліч прихованих аспектів зумовлюють невизначеність наслідків, котрі в сукупності істотно посилюють конфліктний потенціал як у межах окремих суспільств, так і між різними народами, культурами, конфесіями тощо. Постіндустріальна революція, урбанізація та інформатизація сформували специфічну культуру відірваних від соціокультурного коріння люмпенів, готових некритично підтримати практично будь-який міф. Секуляризація призвела до появи такого типу індивіда, для якого основним мотивом діяльності й ключовим життєвим кредо стало задоволення егоїстичних потреб і бажань. Ця істота є продуктом розвитку свободи і демократії, не відкоригованих відповідальністю, обов'язком, самокритичністю. Така онтологічна особливість призводить до того, що зазначений тип людини заперечує все, що обмежує його права і свободи; він повстає проти соціальних інститутів і процесів соціалізації – проти всього, що утворює сам фундамент кожного суспільства; він радикально несамокритичний, тому вважає відповідальним за будь-які недоліки помилки і негативні тенденції будь-кого ззовні, але не самого себе; нарешті, він не визнає авторитетів, самодисципліни, самообмежень і традицій, оскільки для нього буттєвим взірцем є гедоністичне суспільство, в якому все поставлено на службу задоволення його потреб і насолод. З цього приводу варто пригадати влучне зауваження М. Шелера про те, що спосіб життя, який орієнтований переважно на насолоду, постає *par excellence* старечим явищем як на рівні індивідуального життя, так і на рівні буття людської цивілізації в цілому.

Характерною ознакою сучасності є мегатренд, згідно з яким жінки стають основними споживачами у споконвічно чоловічих сферах. Тенденція розвивається по висхідній, тому компанії, які бажають залишитися на плаву, змушені докорінно перебудовувати свої виробничі орієнтири і пріоритети. Нині прекрасна стаття бере участь у прийнятті 85% рішень, пов'язаних з придбанням речей, витрачаючи на них упродовж року майже 20 трлн.

доларів. Це більше, ніж сукупний обсяг споживчих ринків Індії і Китаю.

Ще 20 років тому в бойовиках були потоки крові, секс і насильство. Сьогодні середньостатистичний блокбастер – це картина для сімейного перегляду: там обов'язково має бути любовна лінія, а замість кривавих річок – психологічні дуелі. Студії все більше орієнтуються на глядачок, спраглих за емоціями та інтригами. Значною перевагою для виробників є та обставина, що, пропонуючи «сльозогінку» замість «м'ясорубки», продюсери успішно економлять на дорогих спецефектах і відомих акторах.

Зокрема, фільм «Сутінки. Сага. Молодий місяць», де немає ні того, ні іншого, лише за півроку після прем'єри заробив 709 млн. доларів – в 14 разів більше свого бюджету, який склав 50 мільйонів. Таке співвідношення витрат і прибутків було недосяжним для колишніх блокбастерів: у найбільш успішного «чоловічого» бойовика 1990-х «Термінатора-2» ці цифри становили 94 і 519 млн. відповідно, тобто за два десятиліття після прем'єри фільму касові збори ледь перевищили п'ять бюджетів.

Якщо в 1998-му було випущено лише шість фільмів у жанрі романтичної комедії, то в 2011-му – понад 30. Після глобальної фінансово-економічної кризи кіностудії використовують їх як страхувальний засіб: витрат мінімум плюс прогоріти практично неможливо. Це вкрай важливо, якщо врахувати, що навіть одному провальному блокбастеру цілком до снаги призвести до фінансового краху виробника. Прикладом може слугувати історія кіностудії MGM, яка в 2010 році опинилася на межі банкрутства з 4 млрд. доларів боргів: не зумівши перебудуватися під новітній тренд, студія продовжувала знімати фінансово обтяжливі «чоловічі» картини («Брати Грім», «Основний інстинкт-2», «Ганнібал: Сходження» і т. ін.), збір від яких не покрив і половини своїх бюджетів.

Інтернет народжувався в суто чоловічому середовищі військових і програмістів. Однак у наш час він втратив свою гендерну ідентичність: нині жінки проводять в ньому на 8% більше часу (дані comScore) і виявляють надзвичайну купівельну активність, що надає їм статусу найкращої цільової аудиторії для інтернет-маркетингу. Жінки з дітьми до 12 років в США щорічно витрачають на онлайн- та офлайн-покупки 3 трлн. доларів. З урахуванням перспективності ринку роздрібних онлайн-продажів і того, що слабка стать в Інтернеті поки що «недопредставлена» (навіть у західних країнах близько 14% жінок ніколи не виходили в Мережу), найближчими роками тенденція лише наростатиме. Онлайн-засоби соціалізації принесли революцію навіть у настільки чоловічу сферу, як геймінг: зараз у США 64% з 117-мільйонної армії геймерів – жінки.

Чи не єдине, що може повернути згаслий інтерес чоловіків до телебачення – це його онлайн версія. Але й тут вони вже не лідери. З трьох основних способів монетизації інтернет-ресурсів (реклама, онлайн-продажу, платний контент) чоловіки користуються в основному останнім, а основною аудиторією реклами і магазинів у Всесвітній павутині вже давно є жінки.

Як і один із предтеч постмодерну В. Беньямін (автор резонансної праці

«Твори мистецтва в епоху його технічної відтворюваності») Ж. Бодрійяр вважає основною проблемою постмодерністської епохи відтворюваність «речей», яка призводить до підміни реальності «гіперреальністю» нового світу, що прагне поглинути, підмінити собою залишки «реального». Згідно з Ж. Бодрійяром, основним винуватцем є сциєнтистська раціональність яка, піднісши експеримент, який є вже сам по собі «подвоєнням» реальності, у статус критерію істинності реальності, а в якості критерію самого експерименту канонізувавши його принципову відтворюваність, тим самим розчистила шлях для нестримного розмноження, послуговуючись платонівською термінологією, «образу образів» – аж до цілковитої підміни реального світу його віртуальними копіями. Як зазначає Ж. Бодрійяр, «саме визначення реальності свідчить: це те, що можна еквівалентно відтворити. Така дефініція постулює, що будь-який процес можна адекватно відтворити за певних умов. У підсумку виявляється, що реальність – це навіть не те, що можна відтворити, а те, що вже відтворено. Гіперреальність» [2, с. 151].

Ж. Бодрійяр обґрунтував тезу, що еволюція образу пройшла через чотири етапи: на першому – образ відбивав навколишню реальність як дзеркало; на другому – перекручував її; на третьому – маскував відсутність реальності; на четвертому – став «симулякром», копією без оригіналу, яка існує сама по собі, без жодного відношення до реальності.

На кожному щаблі образ стає все більш, а реальність все менш важливою. Якщо спочатку образ намагається копіювати натуру, то наприкінці обходиться вже без неї зовсім: образ «з'їдає» дійсність. Цю центральну тему сучасної культури докладно розробив поп-арт, що оперує життям образу, який відірвався від свого прототипу і почав самостійне життя. Це нагадує одну з ранніх картин Енді Ворхола «Персики», на якій зображені не самі фрукти, а консервна банка з фруктами. У цій іронічній розбіжності пафос всього напрому, котрий виявив, що «в сучасному світі важливий не продукт, а упаковка, не сутність, а імідж» [5, с. 85-86].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреев И., Назарова Л. Электронная западня // Свободная мысль. – №1/2014. – С. 123. (С. 122–135).
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Предисл. С. Зенкина. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
3. Бодрийяр Ж. Соблазн / Перевод с французского Алексея Гараджи. – М. : Издательство Ad Marginem, 2000. – 318 с.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей / Пер. с франц. С.Н. Зенкина. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 232 с.
5. Генис А.А. Билет в Китай. – СПб : «Амфора», 2001. – 184 с.
6. Князева М.Л. Человек в информационном пространстве: культурный модус личности // Библиотекосведение. – 1996. – №6. – С. 79–86.
7. Мак-Люэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М. : Гиперборей, Кучково поле, 2007. – 464 с.
8. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития // XXI век: информация и общество / Под ред. Я.Н. Засурского. – М. : Изд-во МГУ ми. М.В. Ломоносова, 1999. – 208 с.

9. Райт Э., Костелло С., Хейчен Д., Спрэйг Д. Классовая структура американского общества // Социологические исследования. – 1984. – №1. – С. 151 – 158.

REFERENCES

1. Andreev I., Nazarova L. Jelektronnaja zapadnja // Svobodnaja mysl'. – № 1/2014. – S. 123. (S. 122–135).
2. Bodrijar Zh. Simvolicheskij obmen i smert' / Predisl. S. Zenkina. – M.: Dobrosvet, 2000. – 387 s.
3. Bodrijar Zh. Soblazn / Perevod s francuzskogo Alekseja Garadzhi. – M. : Izdatel'stvo Ad Marginem, 2000. – 318 s.
4. Bodrijar Zh. Sistema veshhej / Per. s franc. S.N. Zenkina. – M. : Jeditorial URSS, 2001. – 232 s.
5. Genis A.A. Bilet v Kitaj. – SPb : «Amfora», 2001. – 184 s.
6. Knjazeva M.L. Chelovek v informacionnom prostranstve: kul'turnyj modus lichnosti // Bibliotekovedenie. – 1996. – №6. – С. 79–86.
7. Mak-Ljujen M. Ponimanie media: Vneshnie rasshirenija cheloveka. – M. : Giperboreja, Kuchkovo pole, 2007. – 464 s.
8. Meljuhin I.S. Informacionnoe obshhestvo: istoki, problemy, tendencii razvitija // HHI vek: informacija i obshhestvo / Pod red. Ja.N. Zasurskogo. – M. : Izd-vo MGU im. M.V. Lomonosova, 1999. – 208 s.
9. Rajt Je., Kostello S., Hejchen D., Sprjeja D. Klassovaja struktura amerikanskogo obshhestva // Sociologicheskie issledovanija. – 1984. – №1. – S. 151 – 158.

ОЛЕКСЕНКО, Р.И., доктор философских наук, доцент, профессор кафедры философии, заведующий кафедрой Мелитопольского государственного педагогического университета имени Богдана Хмельницкого
E-mail roman.xdsl@rambler.ru

ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАЦИЙ НА ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ ЛИЧНОСТИ

В статье рассмотрен процесс массивификации коммуникаций и ее влияние на становление культуры личности. Средства массовой коммуникации подчеркивают модель реальности, а сама коммуникация является одним из определяющих составляющих современного общества. Определено четыре ступени культурного модуса которые влияют на информационный кругозор личности. Проанализировано развитие информационного общества сквозь призму времени.

Ключевые слова: коммуникации, личность, массовое общество, информационное общество, культура.

OLEKSENKO, ROMAN, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor of Philosophy, Chair. Melitopol State Pedagogical University named after Bohdan Khmelnytsky
E-mail:: roman.xdsl@rambler.ru

THE IMPACT OF COMMUNICATIONS ON THE VALUE ORIENTATIONS OF THE INDIVIDUAL

The article describes the process masivos communications and its influence on the formation of cultural identity. Media stress model of reality, and the communication is one of the most important components of modern society. Vigorelle four step-step cultural modus that affect the information horizons of the individual. Analyzes the development of the information society through the prism of time.

Keywords: communication, personality, mass society, information society, culture.

Дата надходження рукопису 10.08. 2015 року
Рекомендовано до публікації 15.08.2015 року