

Секция «Социальная философия и философия истории»

Влияние массовой информации на социальные взаимодействия

Дашевский Юлиан Александрович

Аспирант

Тверской государственный университет, Тверь, Россия

E-mail: julian@nur.kz

Наступление «информационной эры» привело к изменениям в социальном устройстве и в когнитивной деятельности индивида. Если взять за основу классификацию социальных волн, принятую Э. Тоффлером, то на смену аграрным и индустриальным отношениям приходят информационные, с иными представлениями о масштабе пространства и времени и появлением трансграничной информационной среды как наиболее эффективного продукта глобализации. [4] Формирование информационного общества и постиндустриальной экономики породило культурные, социальные и цивилизационные вызовы и угрозы. [3] Ключевые понятия, характеризующие информационное общество - это отчуждение, формализация, симуляция и информационный разрыв.

Массовая культура, включая СМИ, возникает из-за общественной потребности в коммуникации, возникшей по причине урбанизации, разобщения индивидов и ослабления социальных связей. Разобщение появляется вследствие дифференциации профессий, уменьшения роли личного общения и повышения значения формализованного взаимодействия.

Чарльз Райт Миллс выделил следующие социальные функции средств массовой информации: наблюдение за внешним миром (в случаях, когда непосредственное наблюдение событий невозможно); согласование разных элементов общества (распространение информации, которая выявляет недостатки и указывает пути решения проблем, подчёркивает необходимость общей системы ценностей и создаёт ощущение сопричастности); сохранение и передача культуры; развлечение (временный и необходимый перенос человека из реального мира в символический). [6]

Стандартизацию и формализацию мышления можно объяснить растущим объёмом и скоростью распространения информации и нехваткой времени для принятия решения в каждом конкретном случае. В то же время, если события актуальной реальности классифицировать по шаблону и принимать решения в соответствии с принятой классификацией, на рассмотрение информации уходит меньше времени, но это влечёт к господству шаблонного, стереотипного мышления.

Как следствие, творческая (продуктивная) деятельность сменяется репродуктивной (воспроизведением существующих моделей действительности), принятие самостоятельных решений заменяется следованием готовым инструкциям, а любое событие, выходящее за рамки предусмотренных инструкций, становится для постиндустриального сознания непреодолимой преградой. [5] Таким образом, самостоятельность мышления приносится в жертву автоматизму и эффективности действий.

Возросшая скорость обмена информацией привела к трудностям в её усвоении, в связи с чем современная литература отошла от концепции «большого романа» в пользу малой формы: для осмысления большого объёма текста требуется больше усилий, нежели для восприятия короткого информационного воздействия. Другая особенность мышления, связанная с переизбытком информации - это ослабление чувства сопереживания и ответственности, чему способствуют выпуски новостей, делающие акцент на происшествиях и катастрофах. Отчуждение реципиента от информации влечёт к тому, что он перестаёт воспринимать её как реальность, пока она не коснётся его собственной жизни. Отчуждение реальности — предпосылка возникновения современного игрового сознания: Жан

Бодрийяр говорит об акте коммуникации как об игре, симуляции общения: «Здесь играют в то, будто говорят друг с другом, слушают друг друга <...>. Контакт ради контакта становится родом пустого самособлазна языка, когда ему уже просто нечего сказать».[2, С.282] Отсутствие референтных образов и ценностей ведёт к девальвации ценностей и потере их актуальности, что приводит к восприятию мира как игры, в которой, процесс главенствует над результатом при отсутствии конечной цели и объективного результата деятельности.

Основным механизмом отчуждения реальности следует считать процесс трансформации образа в симулякр. Образ, по Бодрийяру, последовательно проходит следующие стадии эволюции:

- отражение реальности;
- искажение реальности;
- маскировка отсутствия реальности;
- отсутствие отношения к реальности: чистый симулякр.

В первом случае сущность образа — это точная копия реальности, во втором — это грубая, упрощённая или искажённая копия (например, социокультурные стереотипы), в третьем — имитация существования реальности, а в четвёртом — подмена реальности собой. [1, С.23]

Возникновение симулякров — результат растущего отрыва индивида от результатов деятельности, а также отрыва знания от практики. Следует говорить о множестве информационных разрывов: это и социально-классовый разрыв, и разрыв между содержанием сообщения и актуальной реальностью. Первый из разрывов определяет закрепление социальных перегородок и расслоение общества, а второй определяет степень доверия к массовой информации.

В качестве вывода следует отметить, что основными факторами, определяющими влияние массовой информации на социальные взаимодействия, являются информационный разрыв и переизбыток информации. Большое количество информации привело к невозможности делать осознанный выбор. Следствием распространения симулякров и социального разобщения является возросшая мнительность и недоверие, что может быть объяснено снижением количества и качества социальных контактов, а также эксплуатацией человеческих страхов и стереотипов в массовой культуре.

Источники и литература

- 1) Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. М.,1975
- 2) Бодрийяр Ж. Соблазн. М.: Ad Marginem, 2000
- 3) Зверевич В.В. Информационное общество в виртуальной и социальной реальности. Что это за общество и как оно существует в этих реальностях? / Рец. на кн.: Соколов А. В. Информационное общество в виртуальной и социальной реальности. — СПб.: Алетейя, 2012. — 352 с.
- 4) Тоффлер, Э. Третья волна. — Москва: АСТ, 2004
- 5) Фромм, Э. Механизмы «бегства» // Бегство от свободы = Escape from Freedom. — АСТ, 2011. — 288 с. — (Philosophy). — 2000 экз. — ISBN 978-5-17-065381-2, ISBN 978-5-271-34452-7.
- 6) Wright Mills, Charles. The Sociological Imagination. Oxford University Press, 1959