

**Ключевые слова:** культура, глобалізація, американизація, міжнародні політичні відносини, культурний імперіалізм, «м'яка сила».

A. Fabryka

#### AMERICANIZATION OF GLOBAL CULTURE IN THE CONTEXT OF THE INTERNATIONAL RELATIONS THEORY

**Introduction.** The process of Americanization of the emerging global culture is associated with the interests of American business and its monopoly control over global information flows. **The aim and the tasks** of the article are to identify those aspects of Americanization of culture, which allow us to consider them to be the political project as well. To do this the content, nature and means of Americanization of culture are being compared with the method of using cultural influences to achieve foreign policy goals; it is represented in the concepts of cultural imperialism and "soft power" in the theory of international relations. **Research methods**, such as the sociocultural, the systemic and the comparative ones, were used to perform the tasks. **Research results.** An analysis of Americanization of global culture has revealed that it is aimed at transforming the system of values, ideology, and behavioural aspects according to American patterns, which are appealingly presented as being more progressive and meeting the imperatives of our time. This process represents a whole system of influences that encompass both the elite and the broad masses of the population, penetrating into the professional sphere, leisure and private life. Americanization covers all basic social institutions, in particular, economics, politics, law, media, education, science, medicine, religion, family, etc. It moves through the contacts of representatives of business and political elites; exchanges, grants and internships at the level of the scientific and professional intellectuals; student exchanges; intensive dissemination of Americanized samples of mass culture; Protestantism, etc. **Discussion.** Comparison of the main features and means of using the cultural influences in international politics and the process of Americanization of global culture has shown almost their complete coincidence in the crucial aspects: content, orientation, character and means. **Conclusion.** The article also looked at the opposite points of view on the problem being investigated. At the same time, the results we received are confirmed in both the works of scientists, and in the organization and practice of US cultural policy.

**Keywords:** culture, globalization, Americanization, international political relations, cultural imperialism, "soft power".

УДК 17.011+316.454

Н. А. Ченбай

### МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ В КУЛЬТУРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕПОХИ (СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ)

Національний авіаційний університет; e-mail: chenbai@gmail.com;  
ORCID: 0000-0003-3744-3166

**Анотація** У статті досліджуються вплив медіатехнологій на всі сфері суспільного буття, суспільну свідомість, культуру загалом на різних етапах становлення інформаційного суспільства. Обґрунтовується висновок, що сучасні мас-медіа та цифрові медіа (комп'ютер, Інтернет) є тими технологіями, які сьогодні задовольняють потреби людей у спілкуванні й комунікації, проте одночасно змінюють суспільну свідомість і сприяють формуванню нового типу культури інформаційної епохи – медіакультури, як сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, які виробило людство в процесі своєї історії.

**Ключові слова:** медіа, медіатехнології, спілкування, комунікація, суспільна свідомість, медіакультура, культура, інформаційне суспільство, інформаційна епоха

#### Вступ

Протягом усієї історії розвитку людства комунікація забезпечувала одну з базових потреб людини – потребу у взаємодії і спілкуванні з іншими людьми. Комунікація і спілкування завжди були і є надважливими складовими життя суспільства і, відповідно, культури. Від уміння спілкуватися, будувати відносини з іншими людьми залежить якість життя кожної людини, особливо в наш час. Спілкування іноді ототожнюють із комунікацією, проте особливістю останньої є те, що вона є цілеспрямованим інформаційним обміном у різноманітних процесах спілкування. Комунікація опосередковує всі види соціальної діяльності, акумулює суспільний досвід і передає його від покоління до покоління, зберігаючи культуру. Підкреслюючи те, що обмін інформацією є базовою складовою життя суспільства, деякі дослідники висловлюють думку про однорідність і взаємодетермінованість комунікації і культури. Так, основоположник теорії міжкультурної комунікації Е. Холл стверджував, що «культура — це комунікація, а комунікація – це культура» (Холл, 1959: 169). Подібну думку обстоював теоретик інформаційного (постінформаційного) суспільства М. Кастельс, стверджуючи, що всі культури «створені з комунікаційних процесів. А всі форми комунікації...засновані

на виробництві й споживанні знаків» (Кастельс, 2000: 42). З огляду на зазначене вище, цілком прийнятною видається позиція тих дослідників, які стверджували, що історію людства формували засоби комунікації. З кожним новим етапом розвитку суспільства комунікаційні технології (медіа) здійснювали дедалі суттєвіший вплив на суспільну свідомість, трансформували соціальні інститути.

Становлення початкових форм комунікації підготувало підґрунтя для сучасних медійних комунікаційних технологій, які формують суспільство нового типу, з новим стилем життя, цінностями, моделями поведінки людей тощо. За словами М. Кастельса, особливістю нової системи комунікацій, заснованої на цифровій, мережевій інтеграції багатьох її видів, є те, що «вона включена й охоплює всі прояви культури» (Кастельс, 2000: 42). Так, мислитель окреслив особливості сучасного етапу становлення інформаційного суспільства, в якому «генерування, обробка і передача інформації стали фундаментальними джерелами виробництва і влади» (Кастельс, 2000: 43). Інформаційно-комунікаційні процеси займають ключове місце в сфері соціального управління в суспільстві. За словами сучасного дослідника В. Коломійця, «цифровізація дозволила інкорпорувати медійну компоненту всередину соці-

альних інститутів і процесів, більше того, в певному сенсі нав'язати свою медійну логіку» (Коломієць, 2014: 68). Отже, на новому етапі розвитку інформаційного суспільства роль і значення комунікації кардинально змінюється, оскільки інформація стає основним продуктом виробництва й засобом впливу на всі сфері суспільного буття, масову свідомість, культуру загалом.

Серед дослідників, які в різні часи приділили увагу феномену медіа, медіакультури, досліджували особливості впливу медіатехнологій на соціальну та гуманітарну сфери, - М. Маклюєн («Понимание Медиа: Внешние расширения человека», «Галактика Гутенберга»), Н. Постман («Развлекаемся до смерти»), Й. Масуда («Информационное общество как постиндустриальное общество»), Е. Тоффлер («Третья хвиля», «Метаморфози влади»), Д. Белл («Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования»), Н. Луман («Реальность масмедиа»), М. Кастельс («Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Культура реальной виртуальности», «Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе»), Г. Маркузе («Одномерный человек»). Серед праць вітчизняних дослідників відмітимо доробки Г. Г. Почепцова («Медіасоціологія: теорія і практика»), В. П. Коломійця («Медіасоціологія: теорія і практика»), Н. Б. Кирилової («Медіалогія»), Л. А. Ороховської («Медіакультура у дзеркалі філософії історії») та ін. Отримані зазначеними та іншими дослідниками висновки будуть представлені в ході обговорення проблеми впливу сучасних масмедіа, в тому числі цифрових медіа, на соціум та суспільну свідомість, що сприяє формуванню нового типу культури – медіакультури.

#### Мета і завдання

Виявити вплив сучасних медіатехнологій на різні сфері суспільного буття, суспільну свідомість, культуру загалом на різних етапах становлення інформаційного суспільства.

#### Методологія дослідження

Для досягнення мети й конкретних результатів будуть використані культурно-історичний та компаративний підходи, які дадуть змогу дослідити зростаючий вплив новітніх медіатехнологій на соціум, що сприяє формуванню нового типу культури – медіакультури.

#### Результати

Термін «медіа» у перекладі з латинської мови означає «засіб», «спосіб», «посередник», «проміжна ступінь». У широкому значенні це поняття використав М. Маклюєн, коли стверджував, що «засіб комунікації і є повідомленням» (Маклюєн, 2007: 6). Тим самим дослідник підкреслив особливий статус медіа, які постають не просто одним із засобів комунікації в суспільстві нового типу, що зароджувалося.

Кожну історичну епоху вирізняла особлива медіатехнологія, за допомогою якої здійснювався процес обміну інформацією між людьми. Її заміна новою, більш прогресивною, означала зміну парадигми, що призводило до зміни типу знання, типу суспільства і, врешті-решт, типу культури. У сучасній науковій літературі існує досить умовний поділ медіа на п'ять історичних типів: ранні (писемність),

друковані (друк, літографія, фотографія), електричні (телеграф, телефон, звукозапис), мас-медіа (кінематограф, телебачення, засоби масової інформації) та цифрові (комп'ютер, Інтернет) (5). В останні десятиліття необхідною умовою активного життя людини є використання цифрових медійних засобів.

Основоположниками концепції впливу медіа на розвиток суспільства стали співробітники Торонтського університету Г. Інніс і М. Маклюєн. Обґрунтовуючи тезу про важливість дослідження впливу сучасних засобів масової інформації на соціум, останній, в одному з інтерв'ю, зазначив, що протягом усієї історії розвитку західної цивілізації дослідники систематично недооцінювали вплив медіа на суспільство. У праці з красномовною назвою «Розуміння Медіа: Зовнішнє розширення людини» М. Маклюєн переконує, що всі засоби комунікації розширюють наші відчуття. На підтвердження можливості використання теорії рівноваги щодо засобів комунікації, дослідник наводить цитату з промови Папи Пія ХП, яку той проголосив ще в 1950 р.: «Не буде перебільшенням сказати, що майбутнє сучасне суспільство й стабільність його внутрішнього життя значною мірою залежить від збереження рівноваги між міццю технічних засобів комунікації й здатністю людини до індивідуальної реакції» (Маклюєн, 2003: 13). На думку самого М. Маклюєна: «Протягом століть невміння підтримувати таку рівновагу було типовим і загальним для всього людства. Підсвідоме й покірне прийняття впливу засобів комунікації перетворювало їх на тюрми без стін для тих людей, які ними користувалися» (Маклюєн, 2003: 14). Розвиток суспільства в подальші десятиліття лише підтвердив правоту слів мислителя. Важливо згадати, що у тому ж 1964 р. вийшла друком книга представника Франкфуртської філософської школи Г. Маркузе «Одновимірна людина. Дослідження ідеології розвиненого індустріального суспільства», в якій автор критично висловлювався на адресу засобів масової інформації, за допомогою яких держава та правляча еліта навмисно конструюють «одновимірне бачення світу». Наслідком цього стають зміна традиційної системи суспільних цінностей і формування нових потреб, які руйнують людину. Мислитель переконливо доводив, що надання переваги технічному розвитку суспільства, нехтування духовним, може призвести до відмови суспільства від прогресу. Запобігти цьому можна лише шляхом знищення традиційних засобів масової інформації, починаючи з телебачення як засобу ідеологічного контролю над свідомістю людей. Особливу роль у цьому процесі Г. Маркузе відводив людям із «двовимірним мисленням» – носіям революційних змін у свідомості (Маркузе, 1994: 10). Схожу тезу обстоював М. Кастельс, коли стверджував, що нова епоха розпочалася не з «комп'ютеризації», а з «масової культури», тобто культури мас-медіа, основи якої були закладені у післявоєнні роки аудіовізуальними засобами масової комунікації: кіно, телебаченням, рекламою, відео (Кастельс, 2000: 316-323).

Зміну ролі і значення медіа в суспільстві нового типу прогнозували теоретики «інформаційного суспільства». Так, Е. Тоффлер писав про «третю хвилю цивілізації» – суспільство, в якому формуються

новий устрій життя й спосіб діяльності людей. Конкретизуючи своє бачення розвитку суспільства майбутнього, мислитель відмічав, що «в інформаційній економіці найважливішим питанням внутрішньої політики стає питання розподілу (перерозподілу) не багатства, а інформації й медіа, які виробляють багатство» (Тоффлер, 1999: 12). Розмірковуючи про вплив інформації, обсяги якої невпинно зростають, на суспільну свідомість, дослідник справедливо порівнює його з інформаційною бомбою, яка «зривається в самому натовпі людей, засипаючи нас шрапнеллю образів та докорінно змінюючи і сприйняття нашого внутрішнього світу, і нашу поведінку, переходячи від інформаційного простору Другої хвилі до Третьої хвилі, ми змінюємо свою психіку» (Тоффлер, 1999: 263). У свою чергу, Д. Белл прийшов до висновку, що в столітті, яке настає, «вирішальне значення для економічного й соціального життя, способів виробництва знання, а також характеру трудової діяльності людини набуває становлення нового соціального устрою, який ґрунтується на телекомунікаціях» (Белл, 2004: 33). Японський футуролог і соціолог Й. Масуда у визначенні основних напрямів розвитку інформаційного суспільства наголошував на особливій ролі інформаційних мереж. Його теорія базується на тому, що «інновації в інформаційній технології є прихованою силою соціальної трансформації, яка виражається в радикальному збільшенні кількості й якості інформації, а також у збільшенні обсягів обміну нею» (Масуда, 1983: 49). Таким автори концепцій «інформаційного суспільства» вбачали подальший розвиток світу в різних аспектах. Вони не тільки одними з перших звернули увагу на особливий характер цінностей суспільства нового типу, які пов'язували з особливим статусом знання і розповсюдженням інформації, а й частково спрогнозували ті суспільні трансформації, які відбуватимуться в майбутньому під впливом медіатехнологій.

В останні роки в наукових колах почали активно використовувати поняття «медіасоціалізації», яким позначають особливості процесу розвитку особистості в епоху експансії медіатехнологій. У свій час про небезпеку надмірного захоплення новими технологіями та їхнього безконтрольного впровадження в соціально-культурну сферу попереджав відомий американський теоретик медіа і критик культури Н. Постман. Він писав, що США переповнені «технофілами», які не усвідомлюють і не бачать недоліків в технологіях, проте стурбовані лише збільшенням їхньої кількості. У праці «Розважаємося до смерті» мислитель розглядає «розважальний» вплив, який медіа здійснюють на інформацію, що транслюється ними. При цьому якість наданої інформації нікого не турбує - головним стає задоволення потреб людей у нових розвагах. Автор доводить, що образи людини або предмета в медіа не менш важливі, ніж сама реальність. Вплив технологій вже призвів до того, що на даному етапі навіть виборці приділяють більше уваги образу політика, ніж його фактичній діяльності. Висновок, до якого прийшов Н. Постман, був невтішим: «Технологічні інновації не можуть мати одностороннього ефекту. Величезний обсяг інформації, який продовжує зростати,

призвів до того, що вона набула форми сміття і не тільки не дає відповідей на фундаментальні людські питання, але й навряд чи є корисною навіть у послідовному вирішенні рутинних проблем» (Постман, 1992: 69). По суті, Н. Постман, на прикладі реалій американського суспільства середини 80-х років минулого століття, окреслив перспективи розвитку цивілізації XXI століття, описавши можливі ризики для суспільства, яке націлене на неконтрольоване виробництво й впровадження все нових, чимдалі складніших медійних технологій.

Які зміни відбулися в суспільній свідомості ну рубежі XX-XXI століть? Якими є подальші перспективи розвитку цивілізації, створеної сучасними медійними засобами? Відповідаючи на ці питання, В. Стьопін зазначив: «Я не думаю, що сучасна цивілізація зміниться під якимось зовнішнім впливом і що люди добровільно відмовляться від її благ, навіть усвідомлюючи небезпеку екологічної та антропологічної катастроф, яка зростає... Важливо правильно оцінити можливості трансформації основ сучасної цивілізації зсередини, в ході її сучасного розвитку..., виявити «точки зростання» нових цінностей, які змінюють колишню стратегію розвитку» (Стьопін, 1999: 4). Питання про те, чи вдасться дослідникам найближчим часом виявити ті самі «точки зростання» нових цінностей, які здатні змінити (або вже змінили?) суспільну свідомість і сформувати культуру нового типу, в якій домінуватимуть нові цінності та ідеали, залишається відкритим. Тобто, по суті, мова йде про те, чи зможе людство в майбутньому здійснювати контроль над новим світом, новою реальністю, яку створюють медіатехнології.

#### Обговорення

В останні десятиліття кількість інформації продовжує невпинно зростати. Проте, як переконливо доводить Д. Іванов, проблемою стає те, що «зараз незмірно більше комунікацій. Тиражування (не плутати зі створенням) інтелектуального продукту, передача відомостей про нього посередництвом друкованих видань, телеграфу, радіо, телебачення, лекцій та семінарів у рамках системи загальної освіти, а тепер ще й мережі Інтернет – ось що докорінно вирізняє сучасне суспільство як інформаційне» (Іванов, 2000: 10). Сьогодні більше інформованою є не та людина, яка більше знає, а та, яка бере участь у більшій кількості комунікацій. Відповідно, інформація є не змістовною (знання) і не предметною (продукт), а операційною. «Тому в сучасному суспільстві інформація – це ідол» (Іванов, 2000: 11).

Сучасний етап в історії медіа представляють мультимедіа, що є інтерактивною системою, яка забезпечує одночасне представлення різних медіа – звуку, анімованої комп'ютерної графіки, відеоряду (5), які значно розширюють можливості людини й забезпечують її потреби в комунікації. Базовою для більшості медіакомунікаційних процесів є інтернет-комунікація. На відміну від традиційних радіо і телебачення, основною функцією яких було виробництво і розповсюдження масової інформації, Інтернет стає середовищем для комунікації у більш широкому розумінні, яке включає міжособистісну і публічну форми спілкування, індивідуальну, групу. «Середовище вперше в історії медіа стає рівноправним

суб'єктом комунікації», - слушно зазначає М. Шиліна (Шиліна, 2011: 3). Роль засобів масової комунікації в Інтернеті в структурі мас-медіа продовжує зростати. Мережа Інтернет, за даними дослідників, стає головним джерелом новин для значної частини аудиторії. Традиційні медіа вже не в змозі не приділяти їй уваги і не розвивати моделі своєї присутності в он-лайні. У різних своїх системах (сервери, телеконференції, чати, IRC, ICQ та ін.) Інтернет створює широкий простір для спілкування, формування відносин між людьми, які відрізняються від тих, що існують в реальному світі.

Безсумнівно, що комп'ютер надає можливість інтелектуальної комунікації між учасниками, розвиває грамотність, вчить працювати з текстовим матеріалом. На підтвердження такої позиції, зокрема, італійський письменник і філософ У. Еко наводить такі аргументи, що телебачення, яке орієнтує на зоровий образ, призводить, в кінцевому випадку, до втрати грамотності, то комп'ютер, який так чи інакше передбачає роботу зі словами (читання з екрану, введення даних, спілкування в чатах), навпаки відновлює вміння працювати з друкованими текстами. У цьому сенсі, відмічає мислитель, комп'ютер та Інтернет повертають людей в галактику Гутенберга. У. Еко висунув гіпотезу, що в майбутньому суспільство розділиться на два табори: тих, хто дивиться телебачення, тобто отримує готові образи й судження про світ, без права критичного відбору отриманої інформації і тих, хто дивиться на екран комп'ютера, працюючи з ним, хто здатен здійснювати відбір інформації й обробляти її (5). На іншому аспекті проблеми акцентує сучасна дослідниця Л. Дротянко, слушно зазначаючи, що «в епоху створення різноманітних соціальних мереж на базі Інтернету комунікативні процеси все більше набувають опосередкованого характеру», а технічні засоби комунікації «піддають трансформаціям мову спілкування людей» (Дротянко, 2012: 7). Оскільки в процесі комунікації в мережі Інтернет, як правило, задіяна велика кількість людей, що створюють специфічну мову спілкування, це, в свою чергу, передбачає високий рівень комунікативності кожного з учасників процесу. Категоричним із цього приводу видається висловлювання В. Онопрієнка, який попереджає, що «інтенсивне впровадження технічних засобів комунікації призводить до втрати навичок прямого діалогу між людьми, до заміщення його на віртуальний. Ризикогенність такої ситуації в тому, що людина починає приділяти увагу віртуальному настільки, що сама того не підозрюючи перетворює його на основу для реального, чим посилює ризикогенність свого буття» (Онопрієнко, 2015: 29). Підсумовуючи дискусію, слушно навести думку Н. Кирилової, що комп'ютер, як і інші новітні медіа (стільниковий зв'язок, електронна пошта, цифрове кіно й фото, мережа Інтернет), впливають на соціум лише в тому випадку, якщо це «продумана система, яка співвіднесена з характером суспільних зв'язків» (Кирилова, 2016: 4).

В інформаційну епоху особливої гостроти набуває проблема впливу медіатехнологій на суспільну свідомість, що призводить до її трансформації. Акцентуючи увагу на такій проблемі, сучасна дослідниця Л. Ороховська справедливо зазначає: «Хоча

сучасні засоби масової інформації акумулюють усі інші види техніки, за допомогою яких висвітлювалися події, хоч фотографування поєднується з репортажем та оцінкою, проте принцип монтування приводить до такої селекції та інтерпретації фактів, що навколишній світ постає вигаданим, ілюзорним, тобто симулякром» (Ороховська, 2017: 28). Отже, специфіку сьогодення визначає те, що телекомунікаційні електронні технології стверджують новий образ реальності, формуючи фрагментарну культуру. Саме вони створюють технічну можливість для створення наднасиченого інформаційного поля, яке майже скрізь оточує сучасну людину (5). Мережа Інтернет сьогодні виконує ту соціальну функцію, яку не в змозі реалізувати інші засоби масової комунікації. Проте в недалекому майбутньому ситуація може змінитися. Як справедливо відмічає сучасний дослідник інформаційного простору глобальних мереж С. Ягодзінський, «те, що 10-15 років тому вважалось винятковою технологією, нині є своєрідним простором суспільного буття» (Ягодзінський, 2012: 67). Інтернет початку ХХІ, переконає дослідник, відрізняється від Інтернету кінця ХХ століття і тому: «інформаційна структура глобальної мережі Інтернет все меншою мірою здатна задовольнити попити на якісну, валідну, достовірну інформацію» (Ягодзінський, 2012:68). Такий стан речей вимагає від усіх, хто користується послугами мережі, достатнього рівня освіченості, наявності навиків критичного мислення, комунікативності, тобто передбачає належний рівень загальної культури.

## Висновки

Проведений аналіз впливу сучасних медіатехнологій на різні сфері суспільного буття, суспільну свідомість, культуру загалом на різних етапах становлення інформаційного суспільства дозволяє стверджувати, що в майбутньому він лише зростатиме. Людство, як уже було зазначено, ніколи не відмовиться від тих благ, яке несе медіацивілізація. Та обов'язковою умовою подальшого прогресивного розвитку суспільства має стати введення жорсткого контролю з боку держави над впровадженням в соціальне середовище нових медіатехнологій, посилення особистої відповідальності їхніх творців перед суспільством з метою зменшення тих ризиків, які привнесуть новітні технології в майбутньому.

## Список літератури

1. Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society / Y. Masuda Wash.: World future soc., 1983.
2. Postman Neil. Technopoly: the Surrender of Culture to Technology, (1992), p. 69.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл; [пер. с англ]. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
4. Дротянко Л. Г. Трансформація комунікативної функції мови в добу інформатизації / Л. Г. Дротянко // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць. – вип. 2(16). – К.: НАУ, 2012. – С. 5-9.
5. Иванов Д. В. Виртуализация общества / Д. В. Иванов. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. – 96 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Культура реальной виртуальности / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
7. Кириллова Н. Б. Новые медiateхнологии как вызовы информационной эпохи / Н. Б. Кириллова // Международный

научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 10-(2(52)). – С. 189-194.

8. Коломиец В. П. Медиа социология: теория и практика / В. П. Коломиец // Научная монография / Аналитический центр Vi. – М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014. – 328 с.

9. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; [пер. с англ. В. Г. Николаева]. – М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. – 464 с.

10. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества [Электронный ресурс] / Г. Маркузе. – Режим доступа: [http://www.bimbad.ru/docs/markuze\\_odnomerny\\_chelovek.pdf](http://www.bimbad.ru/docs/markuze_odnomerny_chelovek.pdf)

11. Мультимедиа – новое средство коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studbooks.net/2244540/informatika/multimedia\\_novoe\\_sredstvo\\_kommunikatsii](https://studbooks.net/2244540/informatika/multimedia_novoe_sredstvo_kommunikatsii)

12. Оноприенко В. И. Риски общества знаний и мегатехнологий / В. И. Оноприенко // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць. – Вип. 1(21). – К.: НАУ, 2015. – С. 27-30.

13. Ороховська Л. А. Трансформації суспільної свідомості під впливом новітніх інформаційно-комунікаційних технологій / Л. А. Ороховська // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць. – Вип. 2(26). – К.: НАУ, 2017. – С. 26-30.

14. Степин В. С. Высокие технологии и проблемы ценностей / В. С. Степин // Высокие технологии и современная цивилизация/ Материалы научной конференции. – М.: 1999. – 131 с.

15. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. – 784 с. – (Классическая философская мысль).

16. Холл Э. Немой язык (The Silent Language) [Электронный ресурс] / Э. Холл. – 1959. — Режим доступа: <https://studopedia.org/2-93027.html>

17. Шилина М. Г. Интернет-коммуникация и теоретические аспекты исследований масс-медиа [Электронный ресурс] / М. Г. Шилина. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/972>

18. Ягодзінський С. М. Інформаційний простір глобальних мереж: соціально-філософський аспект / С. Я. Ягодзінський // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць. – Вип. 2(16). – К.: НАУ, 2012. – С. 66-69.

## References

1. Bell, D. 2004. Hriadushchee postyndustrialnoe obshchestvo. Opyt sotsyalnogo prohnozyrovaniya [The coming post-industrial society. Social Forecasting Experience]. Moscow: Academy.

2. Drotianko, L. 2012. "Transformatsiia komunikativnoi funktsii movy v dobu informatyzatsii [Transformation of communicative function of language is in time of informatizatsii]. *Visnyk Natsionalnogo aviatsiynoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia*, 2 (16): 5-9.

3. Kastels, M. 2000. Ynformatsyonnaia epokha: ekonomyka, obshchestvo y kultura. Kultura realnoi vyrtualnosti [The Information Age: Economy, Society and Culture. Culture of real virtualness]. Moscow: GUVShJe.

4. Khol, E. 1959. Nemoi yazyk [The Silent Language]. – Retrieved from <https://studopedia.org/2-93027.html>

5. Kolomyets, V. 2014. Medyasotsyolohyia: teoriya y praktyka [Mediasociology: theory and practice]. Nauchnaia monohrafiya / Analytycheskyi tsentr Vi. Moscow: NYPKTs Voskhod-A.

6. Kyrilova, N. 2016. Novye medyatekhnolohy kak vyzovy ynformatsyonnoi epokhy [Emergent media technologies as a challenge for the information age]. Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin in Ekaterinburg.

7. Maklujen, M. 2007. Ponimanie media. Vneshnie rasshireniya cheloveka [Understanding media: The Extension of Man]. Moscow: Hyperboreia.

8. Markuze, H. Odnomernyi chelovek. Yssledovanye ydeolohyy razvytoho yndustryalnoho obshchestva [One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society].

9. Masuda, Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World future soc., 1983.

10. Multymedya – novoe sredstvo kommunykatsyy [Multimedia is new means of communication]. Retrieved from [https://studbooks.net/2244540/informatika/multimedia\\_novoe\\_sredstvo\\_kommunikatsii](https://studbooks.net/2244540/informatika/multimedia_novoe_sredstvo_kommunikatsii)

11. Onopryenko, V. 2015. "Rysky obshchestva znanyi y mehatekhnolohyi" [Risks of Knowledge Society and Megatechnologies] *Visnyk Natsionalnogo aviatsiynoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia*, 1 (21): 27-30.

12. Orokhovska, L. 2017. "Transformatsii suspilnoi svidomosti pid vplyvom novitnikh informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii" [Transformations of public consciousness are under act of the newest of informatively-communication technologies]. *Visnyk Natsionalnogo aviatsiynoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia*, 2 (26): 26-30.

13. Postman Neil. Technopoly: the Surrender of Culture to Technology, (1992), p. 69.

14. Shlylyna, M. 2011. Ynternet-Kommunykatsiia Y Teoretycheskye Aspekty Yssledovanyi Mass-Medya [Internet Communication Studies and Theoretical Aspects of Media] Retrieved from <https://http://www.mediascope.ru/node/972>

15. Stepyu, V. 1999. Vysokye tekhnolohy y problemy tsennosti [High-tech and problems of values]. High technologists and modern civilization/ are Materials of scientific conference. – Moscow: Academy.

16. Toffler, Je. 1999. Tret'ya volna [The Third Wave]. – Moscow: AST.

17. Yahodzynsky, S. 2012. "Informatsiyni prostir hlobalnykh merezh: sotsialno-filosofskyi analiz" [Informative space of global networks: the socio-philosophical aspect]. *Visnyk Natsionalnogo aviatsiynoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia*, 2 (16): 66-69.

18. Yvanov, D. 2000. Vyrtualyzatsiia obshchestva [Virtualization of society]. SPb.: Peterburhskoe Vostokovedeniye.

N.A. Chenbai

## МЕДИАТЕХНОЛОГИИ В КУЛЬТУРЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭПОХИ (СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ)

В статье исследуется влияние медиатехнологий на все сферы общественной жизни, общественное сознание, культуру в целом на разных этапах становления информационного общества. Обосновывается вывод, что современные масс-медиа и цифровые медиа (компьютер, Интернет) являются теми технологиями, которые сегодня удовлетворяют потребности людей в общении и коммуникации, но одновременно меняют общественное сознание и способствуют формированию нового типа культуры информационной эпохи – медиакультуры, как совокупности информационно-коммуникационных средств, произведенных человечеством за всю историю.

**Ключевые слова:** медиа, медиатехнологии, общение, коммуникация, общественное сознание, культура, медиакультура, информационное общество, информационная эпоха.

N. Chenbai

## MEDIA TECHNOLOGIES IN THE CULTURE OF THE INFORMATION ERA (SOCIAL-PHILOSOPHY ASPECT)

**Introduction.** Throughout human history new technologies of communication have had a significant impact on culture. The media technologies are very powerful tools that can influence and shape public life and public consciousness. **The aim and tasks.** The article studies the effect of modern media technologies on various areas of public life, public consciousness, culture as a whole at evolutionary stages of the Information society. **Research methods.** It is used cultural-historical and comparative approaches to explore the growing impact of the newest media technologies on society. **Research results.** As a result of cultural discussions among the researchers was an attempt to find the answer whether humanity would be able to control over the new world created by media technologies in future. **Discussion.** The modern stage in media history is presented by multimedia, which is an interactive system that provides simultaneous presentation of various media. The basis for most media-communication processes is Internet communication, creating a wide range of

communication. At the same time, the problem of the influence of media technologies on social consciousness acquires particular acuity. **Conclusion.** Modern mass media and digital media are the technologies that today meet people's need in communication and interaction. At the same time they change the public consciousness and contribute into formation of Media Culture as a new culture model of the Information society. In the future, the impact of media technologies on various areas of public life, social consciousness, and culture in general will be growing dramatically. That is why it is necessary to strengthen the control by the state on the introduction of new media technologies in order to reduce the risks that new media technologies bring.

*Keywords:* media, media technologies, communication, relations, public consciousness, culture, media culture, Information society, Information age.

УДК 140.8 (045)

Т.Г. Шоріна

## КЛАСИЧНА ТА «ЧОРНА» РИТОРИКА: МОВНО-КОМУНІКАТИВНІ ТА ФІЛОСОФСЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИНЦИПІВ

Національний авіаційний університет;  
e-mail: tshorina@gmail.com

**Анотація.** У статті досліджено принципи класичної риторики на основі праці Аристотеля «Риторика», а також вихідні визначення сучасної «чорної» риторики. З'ясовано трансформації філософсько-логічної та етичної основи змісту «чорної» риторики стосовно класичних детермінант. «Чорну» риторичку розглянуто як модифікований різновид софістичної риторики. Наголошено на прагматизації процесів сучасного мовленнєво-комунікативного середовища, деформаціях етичної та мотиваційної сфери, які приводять до позитивного визначення «чорних» форм і засобів комунікації.

**Ключові слова:** риторика, «чорна» риторика, мовно-комунікативний процес, етика і мораль, діалектика, софістика, еристика, маніпуляція свідомістю.

### Вступ

Риторика є найдавнішою дисципліною гуманітарного дискурсу. Це наука про мисленнєво-мовну діяльність, що зорієнтована на переконання, вплив та досягнення цілей у процесі мовленнєвої комунікації. Витоки риторики сягають середини I тис. до н. е. Вона зародилася у Стародавній Греції як відповідь на виклик нової культурної та моральної ситуації. У V ст. до н. е. у багатьох містах Греції утверджувалась влада рабовласницької демократії. Нові виборні установи цієї влади – народні зібрання та суди породжували потребу в підготовці людей, які володіють мистецтвом красномовства, вміють переконувати силою слова, розвивати та поширювати знання з різних професійних галузей. Однією з відповідей на цю потребу й стала риторика як учення про мистецтво слова та засіб здобуття суспільно-політичної кар'єри.

Елліністична філософія та риторика заклали класичні принципи мистецтва діалогу, переконання та доведення, що визначали міру розвитку аналітичних, логічних, діалектичних, а також моральних здібностей та характеристик людини-ритора. Разом із тим, розвиток класичної риторики вже в елліністичний час виявив можливі об'єктивні та суб'єктивні відхилення від теоретичної нормативності своїх принципів. Одним із таких відхилень було поширення софістичної риторики, яка трансформувала філософську методологію пізнання та підготувала підґрунтя для формування негативно-нігілістичних прийомів комунікації та способів доведення. Риторичні знання, що сформувалися в елліністичній культурі, стали надбанням сучасної культури публічного спілкування, аргументування тощо. Сучасна риторика увібрала в себе як позитивні, так і негативні тенденції риторики класичної. Трансформованим і модифікованим зразком софістичної риторики нині постає феномен «чорної» риторики.

### Мета та завдання

Метою статті є дослідження принципів розвитку класичної (елліністичної) риторики та трансформації цих принципів у «чорній» риторичці. Досягнення мети конкретизується у таких завданнях: розглянути історію виникнення риторики в Стародавній Греції, пов'язану з діяльністю софістів; проаналізувати філософські засади мистецтва красномовства у творчій спадщині Аристотеля на основі праці «Риторика»; з'ясувати основи критичного погляду Платона та Аристотеля на софістичну риторичку; з'ясувати зміст поняття «чорна» риторика і соціокультурний контекст його вжитку; виявити трансформаційні перетворення принципів класичної (елліністичної) риторики в сучасній комунікативно-мовній ситуації і, зокрема «чорній» риторичці; осмислити суперечливе положення сучасної нормативної риторики з риторикою «дискурсивною» та практичною; розглянути етичний характер сучасної публічної, соціально-політичної діяльності та її зв'язок із «чорною» риторикою.

### Аналіз досліджень

Культура мовної поведінки в Європі значною мірою зберегла античні уявлення про особистість і про стиль мовленнєвої взаємодії. Тож у статті, передусім, звертаємось до античної риторики, яка визначила засади становлення європейських дискурсивних практик та предмету риторики як нормативної теорії та мистецтва мовлення. Основні положення філософських концепцій античної риторики дослідимо на основі праці Горгія «Похвала Олені», Платона «Федр», «Горгій», «Теетет», праці Аристотеля «Риторика», «Про софістичні спростування». Багато досліджень вторинних джерел присвячені аналізу й трактуванню світоглядних ідей учених античності, які займалися проблемами теорії мови. У статті зупинимось на дослідженнях В. Асмуса, А. Васюріної, Д. Джохадзе, М. Канто-Спербер,