

Роль коммуникации в процессе формирования ценностных ориентаций современного человека

Маманова Рейна Бакиевна, старший преподаватель кафедры
«Рекламы и связи с общественностью», научный руководитель
Бексултанова Айпери Орозбековна магистрант кафедры связей с общественностью и
рекламы, специалист по связям с общественностью
в НПО «Фонд Ханнса Зайделя в Центральной Азии»
Кыргызский национальный университет им. Жусупа Баласагына

В статье рассматриваются вопросы воздействия процессов информатизации на личность современного человека, проблемы влияния различного стажа общения в виртуальной среде на личностные особенности пользователей.

Глобальное развитие электронной техники заставляет задуматься нас о влиянии средств массовой коммуникации на формирование ценностных ориентаций современного человека.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, ценность, стереотипы, ценностные ориентации, общество, формирование.

Развитие электронной, компьютерной техники непосредственно говорит нам о влиянии средств массовой коммуникации на формирование ценностных ориентаций современного человека. Информационные технологии, которые из простых систем поиска, переработки и передачи информации очень быстро превратились в механизмы постоянного и широкомасштабного контроля и трансформации сознания человека. Дело в том, что, в отличие от традиционных «материальных» технологий, продуктом которых является тот или иной товар в виде отдельной от самого человека вещи или услуги, продуктом информационных технологий по необходимости является определенное состояние самого сознания.

В информационном обществе начала 21 века создаётся отличная перспектива для манипуляции массовым сознанием. В связи с этим видный исследователь информационного общества С. Московичи утверждает, что оно стало возможным только потому, что на протяжении всего нескольких поколений был совершен переход от культуры слова к культуре наглядных образов [1]. Московичи обращает особое внимание на то, что масштабы манипуляции сознанием личности во многом определяются возросшей мощью и возможностями средств коммуникаций. Согласно его трактовке, мы имеем дело со стратегией массового «гипноза», коллективного внушения, когда не человек создает информацию, а информация создает человека.

Огромный и динамичный поток информации и его воздействие приводит к тому, что человек начинает больше жить не в реальном мире, а в виртуальном мире. Даже повседневную реальность, с которой сознание сталкивается буквально каждый день, он оценивает исходя из опыта и системы ценностей, получаемых не от своего окружения, а от средств массовой информации. В ходе исторически обусловленных социальных отношений получаемые и осваиваемые сознанием опыт и система ценностей являются не естественными, а искусственно созданными в них специалистами в области информационных технологий в соответствии с целями заказчика — государства, частных компаний и лиц.

Современная коммуникационная ситуация не только развивает человечество, но и активно воздействует на духовный мир личности. Если одни исследователи с восторгом перечисляют богатства способов массовой коммуникации, рассматривая их как совершенно новые, характерные лишь для 21 века явления, то другие за происходящими явлениями глядят с опаской, высказывая мнение, что преувеличенное внимание к ряду позитивных тенденций развития средств массовой коммуникации приводит к недооценке роли коммуникации как манипулятора массового сознания.

Информация, в первую очередь, - это сообщение (или послание), интерпретация или (восприятие) и коммуникация. Сообщение (message) — это «вещь», то есть передаваемый продукт интеллектуальной деятельности человека; интерпретация — это «мысль», то есть приобретаемое знание; коммуникация — это лишь операция передачи, трансляции. Но в современном мире именно коммуникация и есть определяющее, доминирующее звено в триаде сообщение — коммуникация — интерпретация.

Процесс накопления знаний играл доминирующую роль в развитии человечества до сегодняшнего времени. В прошлом были созданы те системы объяснений реальности, которые с небольшими изменениями дошли до нашего времени и играют по-прежнему основную роль в процессе накопления объективной информации об окружающем мире. Отличие современного общества как информационного заключается в обладании большого количества средств массовой коммуникации и размножением интеллектуального продукта с помощью них, передачи сведений о продукте посредством традиционных средств массовой информации и сети интернет в рамках системы всеобщего образования. И за словом «информация» кроется именно коммуникация, а не процесс накопления знаний. Например, наблюдая современных политиков и их избирателей, журналистов и их аудиторию, нетрудно заметить: более информированный человек — это не тот, кто больше знает, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций.

В традиционном обществе информация была только как коммуникация, а не как знание или предмет информации способный вызывать новые операции. Люди действуют, используя информацию, а коммуникационные потоки не только не поглощаются как ресурс деятельности, а напротив — умножаются и ускоряются. Это происходит потому, что информация не столько ресурс, сколько стимул деятельности. И так, в современную эпоху информация — это коммуникация, побуждающая к действию. Если мы определим информацию подобным образом, то станет понятным, почему главным феноменом компьютерной революции стал интернет, а не обещанные футурологами гигантские электронные банки данных или искусственный интеллект. Мы отлично знаем, что в глобальной сети интернет не создается никакого знания, но зато многократно увеличиваются возможности осуществления коммуникаций.

В прошлом, до изобретения письма, человек жил в акустическом пространстве: лишенный границ, направления, в мире эмоций, при посредстве первобытной интуиции, где речь являлась основным социальным «путеводителем». Изобретение письма положило конец господству эмоциональности; оно породило архитектуру, города, дороги, литературу и философию. Затем печатная техника создала публику. Мир электроники в свою очередь породил массу. При высоких скоростях электронных коммуникаций более стали невозможны чисто визуальные средства постижения мира. Они стали слишком медленными, чтобы быть своевременными и эффективными, поскольку коммуникация осуществляется на более высоких скоростях, нежели постепенное, рациональное накопление знаний. Как только информация получена, она тут же замещается еще более свежей. Сформированный таким образом мир вынудил современного человека отойти от привычки классифицировать факты, выстраивать их в рациональную систему объяснений.

Влияние современной коммуникации на сознание активного человека.

19-20 вв. — это век масс, появления общества массового потребления, веком стандартизованности не только условий жизни, но и мышления. В этом смысле 21 век стал веком не только масс глобального масштаба, но и веком «патологической» зависимости этих масс от информации и от коммуникаций. Современная коммуникационная технология на сегодняшнее время доступна почти каждому

члену массового общества. Масса стала активно включаться в виртуальную коммуникацию. Во многом это стало возможным благодаря интернету.

Аналитическое агентство We Are Social и крупнейшая SMM-платформа Hootsuite [7] совместно подготовили пакет отчетов о глобальном цифровом рынке Global Digital 2018. По представленным в отчетах данным, сегодня во всем мире интернетом пользуется более 4 миллиардов человек.

Больше половины населения земного шара теперь онлайн, и около четверти миллиарда из них вышли в сеть впервые в 2017 году. Самые высокие темпы роста наблюдаются в Африке — количество пользователей интернета на континенте увеличилось больше чем на 20% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Одними из ключевых факторов роста интернет-аудитории в этом году стали доступные смартфоны и недорогие тарифы на мобильный интернет. В 2017 году более 200 миллионов человек впервые стали владельцами мобильных устройств, и теперь две трети из 7,6 млрд мирового населения имеют мобильный телефон.

Более половины из используемых сегодня мобильных устройств относятся к классу «умных», поэтому людям становится все проще получить доступ ко всем возможностям, которые предлагает интернет, где бы они ни находились.

Рост отмечается и в аудитории социальных сетей. В последние 12 месяцев количество людей на самых популярных социальных площадках увеличивалось ежедневно на почти 1 миллион новых пользователей. Каждый месяц с соцсетями взаимодействуют более 3 миллиардов человек, и 9 из 10 заходят туда с мобильных устройств.

Краткий обзор самых значимых метрик в сфере диджитал в 2018 году:

- Количество пользователей интернета в 2018 году достигло 4,021 млрд человек, что на 7% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.
- Аудитория социальных сетей в 2018 году насчитывает 3,196 млрд человек — это плюс 13% к прошлогоднему показателю.
- Мобильными телефонами в 2018 году пользуются 5,135 млрд человек — на 4% больше, чем год назад.



В этом году возросло не только количество интернет-пользователей. Время, которое люди проводят в сети, за последние 12 месяцев также увеличилось.

По последним данным, полученным от GlobalWebIndex, среднестатистический интернет-юзер сегодня проводит около 6 часов в день, пользуясь устройствами и сервисами, работа которых зависит от подключения к интернету. Это, грубо говоря, треть всего времени бодрствования.

Если умножить это время на 4 миллиарда всех интернет-пользователей, то получится ошеломляющая цифра — в 2018 году мы суммарно проведем онлайн 1 миллиард лет.

Коммуникации, осуществляемые таким образом, не регулируются институциональными и групповыми нормами, которые направляют взаимодействие людей в их «несетевой» жизни. Это среда развития виртуальных сообществ, альтернативных реальному обществу. Активность индивидов, осуществляющих коммуникации через интернет, их силы и время переориентируются со взаимодействия с реальными друзьями, родственниками, коллегами на коммуникации своего виртуального эго со столь же виртуальными партнерами. Такое общество как раз и привлекательно обезличенностью, а еще более — возможностью конструировать и трансформировать виртуальную личность. Такого рода свобода позволяет возникать, существовать, распадаться многочисленным виртуальным сообществам, для которых «виртуальность» означает в первую очередь обманчивость. Виртуальность личности дает свободу идентификации: виртуальное имя, виртуальное тело, виртуальный статус, виртуальную психику, виртуальные привычки, виртуальные достоинства и недостатки. А виртуальная идентичность, в свою очередь, дает свободу коммуникаций. Индивид может симулировать принадлежность к любой социальной общности и за счет этого радикально расширить сферу возможных взаимодействий. Сообщества такого рода существуют до тех пор, пока их члены продолжают поддерживать привлекавшие их друг к другу образы. Виртуальность личности, практикуемая активными пользователями интернет, неизбежно вызывает отчуждение реального тела, статуса и т. п.

Отчуждение в данном случае означает скорее не полный разрыв, а отстранение, дистанцирование. Реальное становится одним из возможных (а не единственных) путей жизни, которыми можно варьировать, играть, манипулировать. Такие атрибуты личности, как самоидентификация, индивидуальность, активными пользователями интернет утрачиваются; сознательно или неосознанно ими формируется размытая или изменчивая идентичность.

Таким образом, проведенное исследование показывает сложность и неоднозначность проблемы влияния интернет-коммуникации на личностные характеристики пользователей, что связано с новыми возможностями и в то же время с ограничениями, а иногда и с негативными последствиями сетевого общения. Особого рассмотрения требует вопрос о специфике использования виртуальной коммуникации в обучающих и развивающих программах, в психологическом консультировании. Очевидным является тот факт, что информационные сетевые технологии коренным образом изменяют педагогическое, консультационное и личное взаимодействие. Полученные в данном исследовании результаты позволят педагогам, психологам и другим специалистам, применяющим сетевые технологии, более оптимально строить собственную деятельность, ставить цели и оценивать результаты, поддерживать необходимый уровень отношений с пользователем. Наряду с внедрением сетевых информационных технологий в современную среду жизнедеятельности (образовательную, профессиональную, досуговую и т. п.) необходима разработка программ психологической поддержки молодых людей, склонных к чрезмерной увлеченности виртуальным взаимодействием. Основные цели таких программ — помощь в осознании и принятии себя, в формировании конструктивных способов преодоления жизненных трудностей, в приобретении коммуникативных навыков. Важными составляющими психологической поддержки этой категории людей также выступают развитие способности к осознанию и адекватному выражению собственных чувств, к пониманию эмоциональных состояний других людей; повышение уверенности в себе и возможностей наиболее полной реализации себе в жизни.

Литература:

1. См.: Московичи С. Век толпы. М., 1998. С. 141.
2. (См. работы А. К. Уледова, Ю. П. Ожегова, Б. А. Грушина и др.)
3. McLuhan M. The medium is message. N. Y., 1967.
4. Touraine A. The waning sociological image of social life // International journal of comparative sociology. 1984. N 1–2. Vol. 25.
5. Castells M. The information age: economy, society and culture. Oxford, 1996–1998. Vol. 1–3.
6. См.: Слотердаик П. Критика цинического разума. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002. С. 328. [7]
7. Бердяев Н. Философия неравенства. М.: Мысль, 1990. С. 137
7. <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/>