

Теорія та історія соціальних комунікацій



Олександр ХОЛОД
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри журналістики та
міжнародних відносин
Київського національного університету
культури і мистецтв

УДК 007 : 304 : 001 + 004.9

ІНМУТАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА ПІД ВПЛИВОМ ІНМУТАЦІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті йдеться про погіршення якості продукції масової комунікації (зокрема продукції засобів масової інформації) та зміну моделей поведінки аудиторії та індивідів. Результатами такої інмутації, на думку автора, є поява аудиторії інмутованих інмутантів, поведінка яких зумовлена процесами інмутації суспільства під впливом інмутації масової комунікації.

Ключові слова: інмутація масової комунікації, масифікація, журналістика, мас-медіа.

Постановка проблеми. У суспільстві нині відбувається інтенсивна інмутація (зміна моделей поведінки на гірше) масової комунікації. Ознаками такої інмутації є зниження якості продукції масової комунікації (зокрема продукції засобів масової інформації), зміна моделей поведінки аудиторії та індивідів. На жаль, достеменно невідомо, які механізми та процеси відповідають за процеси інмутації масової комунікації і до яких наслідків може призвести інмутація. Спираючись на викладену проблему, ми *передбачили*: суспільство потім перає від інмутації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів

Мета статті – визначити суть і наслідки процесів інмутації масової комунікації.

Виклад основного матеріалу. Декларовану гіпотезу далі ми доводимо, звертаючись до уточнення поняття «масова комунікація». На думку авторів, масову комунікацію (англ. mass communication) варто розглядати «мінімум у двох аспектах: 1) як процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа; 2) як дисципліну, яка вивчає різні засоби, за допомогою яких окремі люди й організації передають інформацію через засоби масової інформації великим сегментам населення одночасно» [6]. Аналіз визначення дає нам право стверджувати, що основною характеристикою масової комунікації є *передавання інформації великій кількості людей одночасно*.

У визначенні, яке запропонував В. Різун (представник соціальних комунікацій), знаходимо: масовою комунікацією слід вважати «здатність людей володіти особливою формою соціального зв'язку, який дозволяє окремим людям, що виражають інтереси або політичних сил, або бізнесу, або релігійно-культурних осередків, або влади чи інших суспільних інститутів, впливати на інших людей, які є представниками різних соціальних груп чи є окремими індивідами, для масифікації їхньої свідомості й керування поведінкою мас» [8, с. 55]. Автор послуговується термінами і поняттями соціології,

аби розтлумачити значення обговорюваного поняття. При цьому головним елементом визначення є *процес масифікації свідомості представників різних соціальних груп*.

Представник соціології С. Бориснев пропонує вважати масовою комунікацією «процес повідомлення соціальної інформації за допомогою засобів комунікації великій кількості людей, що розташовані у просторі (масовій аудиторії)» [2]. Наведене визначення масової комунікації також має головну ознаку – велику кількість людей просто-риво розташованих. Така ознака збігається у трьох визначеннях, наведених вище.

Представник літературознавства і журналістикознавства І. Михайлин пропонує визначати масову комунікацію через вказування на те, що вона є «широким (у яке втягнуте все населення) і всебічним (яке стосується усіх соціально важливих тем) спілкуванням», і називає масову комунікацію «масовим діалогом, здійснюваним через журналістику» [7, с. 240]. На думку Н. Лумана, масовими медіа можна вважати тому, що «тільки машинне виробництво носіїв комунікації потягнуло за собою розвиток масмедій» [4, с. 8; 5]. Аналізуючи обидва визначення, зазначимо, що *визначальним фактором ідентифікації комунікації як масової є здатність транслювати (множити) інформацію через технічні засоби й розповсюджувати її на велику масу споживачів (слухачів, користувачів, телеглядачів тощо)*.

Як повідомляють автори електронної енциклопедії «Вікіпедія», «наприкінці XIX – початку XX століття Чарльз Кулі засобами масової комунікації (далі – ЗМК) називав *газети, пошту, телеграф, залізні дороги, освіту* [6]. Нині діапазон ЗМК змінився. До них належать: *«друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі – усе, що може нагромаджувати й передавати важливу для суспільного життя інформацію»*. Самі ЗМК є «спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою спеціального технічного інструментарію» [3]. Отже, значення поняття «засоби масової комунікації» змінилось із часом. Змінились і процеси формування, трансляції інформації через ЗМК, їхні види і форми, змінились форми і темпи впливу ЗМК. Згадані реалії і поняття, форми, види і процеси ЗМК нині достатньо активно вивчають. На жаль, маловивченими є негативні зміни і їхні наслідки для суспільства, зумовлені впливом ЗМІ та ЗМК. Зовсім не досліджуються проблеми, пов'язані з утворенням і закріпленням, укоріненням й інституалізацією негативної інформації, що змінює поведінку суспільства (інмутація).

Інмутація відбувається не як бажання однієї або декількох осіб, інмутація й не ідентифікується об'єктивно. Вона не вимірюється об'єктивними параметрами, а тільки суб'єктивними критеріями й одиницями (оцінками, визначеннями, думками, позиціями, твердженнями, питаннями, сумнівами, перевагами, домінаціями, висловлюваннями лідерів думки тощо). Нині наукове товариство не звертає уваги на те, що на початку XXI ст. виникли так звані інмутовані інмутанти: люди, інформаційний та інтелектуальний фонди яких формують переважно інші люди (частіше фахівці, які відповідають за інформаційну політику суспільства), число яких є невеликим, суб'єктивним. Такі особи здійснюють підсвідомий відбір інформації, формують її та, компілюючи, дають дозвіл на трансляцію гіпертрофованого (або гіпотрофованого) інформаційного утворення. Іншими словами, аудиторія (споживачі інформації), сотні мільйонів простих людей, отримують уже відібрану гіпертрофовану (або гіпотрофовану) інформацію. Автори такого відбору є продуктом процесів інмутації суспільства. Самі інмутовані, вони подають суспільству інмутовану інформацію: таку, яка є результатом сприйняття і рефлексії людей, моделі поведінки яких уже змінені процесами інмутації суспільства в певну епоху, історичний період). Отже, інмутовану інформацію отримують члени інмутованого суспільства і виходить, що відбувається нашарування: інмутація інмутованих

індивідів веде до нової хвилі інмутації аудиторії (суспільства). Пропонуємо називати тих, хто сприймає інмутовану інформацію, *інмутованими інмутантами*. Далі наводимо три приклади, які ілюструють нашу думку. Приклади наводимо за принципом «від простого до складного», від побутового і зрозумілого всім до системно-наукового, складного і зрозумілого, можливо, тільки фахівцям соціальних комунікацій, соціологам, філософам.

Приклад 1: простий, побутовий, «на пальцях».

П'ятнадцятирічний хлопчик Олесь збирає камінці зі всього світу. Як тільки він дізнається, що хтось із його знайомих від'їжджає до якоїсь країни або міста України, просить привезти йому дрібний камінець. Не важливо, де саме виконавець прохання знайде камінець: на дорозі, на березі моря, в аеропорту, в пустелі, на ранчо тощо. Важливо, щоби камінець був справжній і дійсно з далеких країн або міст. Юнак, який був не спроможний мандрувати, але дуже хотів того, з роками сформував уявлення про країни світу саме за формами і кольорами, навіть за запахом, камінців, які ретельно зберігав удома в своїй чудернацькій колекції. Адже кожний, хто привозив з далекої країни «сувенір», розповідав, де лежав камінець. Олесь підписував камінці і запам'ятовував їхню «історію» (хто, звідки привіз камінець і де він знаходився, коли його підібрали). Через багато років у Олеся назбиралась велика колекція камінців зі 124 країн світу.

Про незвичайну колекцію одного разу дізнався сусід, який працював кореспондентом програми новин на відомому в країні телеканалі. Журналіст запропонував Олесеві, на той час уже дорослому чоловікові, показати колекцію в новинах і взяти у колекціонера інтерв'ю. Олесь з радістю погодився: адже його покажуть по телевізору і він зможе розповісти про своє захоплення всій країні.

Під час зйомок інтерв'ю Олесь захоплено розповідав про «сірий із полиском камінець із Нью-Йорка, який підібрали біля місця скоєння терористичного акту 11 вересня 2001 року», про «білий камінець із червоною прожилкою з одного із вулканів Камчатки», про «сріблясті лінії на камінці, який узято біля барака № 5, з місця розстрілу полонених-євреїв у концентраційному таборі Аушвіц, що розташований біля польського міста Ошвенцим»... Олесь під час інтерв'ю розповідав проникливо, впевнено й емоційно. Він свято вірив у те, що камінці дійсно привезено з тих місць і вони пов'язані з тими подіями і місцями, про які знає весь світ. Ніхто — ані Олесь, ані ті, хто привозили з далеких країн камінці, не міг підтвердити, що розповідь колекціонера є правдою. Олесь був упевнений у власній правоті. Він вірив!

Аналіз прикладу 1. Олеся могли обманювати ті, хто привозив для нього камінці зі всього світу. Наприклад, дехто Н. після прильоту з Нью-Йорка згадав про прохання Олеся. Зізнаватись, що забув про прохання, не хотілось, тому взяв камінець біля місцевого аеропорту. Тобто камінець не був «автентичним». Олесь і не здогадувався, що камінець насправді не з Нью-Йорка, а його обманули. Але той, хто дарував, розповів Олесеві захопливу історію про те, як працівники митниці не хотіли пропускати його через кордон із камінцем у кишені, тому що камінець «принижував» гідність служби безпеки США, яка не змогла гарантувати спокій країни. Цю історію Олесь запам'ятав, не підозрюючи, що її видумано спеціально для нього. Олесь інмутував. Його поведінка змінилась на гірше, хоча сам він про неправдивість історії «камінця з Нью-Йорка» не знав.

Через багато років Олесь в інтерв'ю натхненно переказав брехливу історію камінця з Нью-Йорка. Несвідомо інмутований Олесь свідомо інмутував телеглядачів. Вони сприйняли історію як правдиву. Отже, відбулась інмутація інмутації.

Приклад 2: середній, ускладнений, зорієнтований на предмет обговорення (інмутація масової комунікації).

Журналістка К. одного з рейтингових каналів України звернулась до професора Д., який її навчав в Інституті журналістики Київського міжнародного університету, який серед інших навчальних дисциплін читав лекції з прикладних соціально-комунікаційних технологій. Розповідав про те, як завдяки, наприклад, умілому налагодженню зв'язків із громадськістю під час виборів можна створити імідж такого кандидата в депутати Верховної Ради України, який буде потрібний на певний час певному соціальному прошаркові населення країни. Журналістка К. надовго запам'ятала лекції професора Д. Через два роки після закінчення університету вона звернулась до професора з проханням узяти участь у створенні телевізійного проекту в жанрі журналістського розслідування. Професор повинен був дати інтерв'ю, яке журналістка збиралась вмонтувати в майбутню телевізійну передачу про те, як нинішні політики обманюють людей завдяки соціально-комунікаційним технологіям. На розсуд журналістки, інформація, про яку вона хотіла розповісти, повинна була стати сенсацією-викриттям деяких нинішніх політиків.

Журналістка приїхала зі знімальною групою на місце зйомок, взяла інтерв'ю у професора, його студентів і колег. Змонтувала матеріал і подала редакторів. Ознайомившись із матеріалом, той залишився незадоволеним змістом і акцентами, які запропонувала журналістка. У результаті готовий матеріал зазнав подальшої критики головного редактора і продюсера телеканалу. Журналістський матеріал у вигляді готової передачі на 44 хвилини був заборонений до ефіру.

Аналіз прикладу 2. У наведеному прикладі ілюструється інмутація системи ЗМІ в Україні, яка була зафіксована в таких фрагментах:

- прикладні соціально-комунікаційні технології, про які професор Д. розповідав під час лекцій, за два роки змінились, трансформувались у нові форми; журналістка К. не вивчала згадані технології і коли їй на думку спала інформація дворічної давнини, ситуація з передвиборчими соціально-комунікаційними технологіями змінилась. Отже, уявлення журналістки про передвиборчі соціально-комунікаційні технології залишилось на попередньому рівні, що доводить зміну моделей поведінки на гірше у суспільстві, тобто підтверджує факт інмутації суспільства (можна говорити й про інмутацію моделі поведінки самої журналістки К., яка є часткою суспільства і постійно транслює через новини змінені зразки поведінки інших членів суспільства);

- отримавши соціальне замовлення на інформацію (прохання журналістки К. дати інтерв'ю для відомого телеканалу), професор Д. почав готуватись: згадав результати останніх своїх досліджень щодо використання передвиборчих соціально-прикладних технологій, перечитав роботи колег по фаху, звернувся до деталізації нинішньої ситуації; прискіпливо почав переглядати новини й політичні ток-шоу на всіх відомих йому телеканалах, цілеспрямовано аналізував новини провідних українських та англійських сайтів. Очевидною є зміна моделі поведінки професора Д. на гірше, який не займався справами сім'ї, новою монографією, яку писав, магістерським роботам, якими керував тощо. Іншими словами, в поведінці професора Д. відбулась інмутація;

- знаючи про те, що інформація про використання передвиборчих соціально-комунікаційних технологій під час останніх виборів в Україні може стати сенсацією, професор Д. не став «фільтрувати» те, про що можна розповідати в інтерв'ю і про що не варто інформувати суспільство. Ergo, професор Д. цілеспрямовано прагнув інмутації суспільства;

- записавши інтерв'ю з професором Д., почувши, про що відверто говорили сту-

денти на імпровізованому занятті, оцінивши їхню критику чинної влади і її нечистих методів під час останніх виборів, журналістка К. не стала цензурувати отриманий і записаний матеріал, а навпаки, вип'ятила його, прагнучи зробити його більш сенсаційним. Цим вона цілеспрямовано досягла того ступеня порушення етики, який погіршив моделі поведінки керівників проекту і каналу (вони не дозволили передавати його в ефірі). Ergo, відбулась інмутація як моделі поведінки журналістки К., так і моделі поведінки головного редактора проекту, продюсера і генерального директора телеканалу;

- здійснений аналіз яскраво ілюструє: *інмутація професора Д.*, який прискіпливо й необ'єктивно аналізував ситуацію з використанням передвиборчих соціально-комунікаційних технологій на останніх виборах в Україні, *нашарувалась на інмутацію журналістки К.*, яка мала «стару», тобто необ'єктивну, інформацію про передвиборчі соціально-комунікаційні технології, що використовувались під час останніх виборів в Україні. Відбулась інмутація уявлень журналістки К. під впливом інмутації прискіпливості професора Д., тобто інмутація інмутації;

- подальший аналіз дає підґрунтя стверджувати, що інмутація інмутації спровокувала *проти хвилю інмутації*, а саме: змінена під впливом професора Д. модель поведінки журналістки К., яка подала в своєму матеріалі інформацію, що могла б змінити моделі поведінки аудиторії телеканалу, змінила модель поведінки редактора проекту, головного редактора і генерального продюсера телеканалу. Іншими словами, маємо приклад потрібної інмутації: *інмутація інмутації, що спричинила нову інмутацію*;

- нарешті, продовжуючи опис послідовності інмутацій, варто занотувати, що наступною ланкою стала інмутація колег журналістки К. Вислухавши її розповідь про цензуру на телеканалі, вони змінили свою поведінку: частина журналістів злякалась за свої посади і перестала шукати інформацію і знімати матеріал про політиків та їхню важку, але «брудну» роботу; інша частина, навпаки, посилила пошуки компромату на політиків і прагнула «вмонтувати» провокаційний матеріал в свої сюжети, репортажі, нариси. Ergo, у ланцюгу зміни моделі поведінки членів суспільства (тобто ланцюгу інмутацій суспільства) відбулась чергова «ланкова» інмутація, або, йдучи за логікою нашого викладу, інмутація суспільства четвертої хвилі.

Приклад 3: сист. емно-науковий, складний і зрозумілий, можливо, тільки фахівцям соціальних комунікацій.

Аспірантка Д., що навчалась за спеціальністю «теорія і історія соціальних комунікацій», завершила написання кандидатської дисертації, присвяченої аналізу електронних щоденників – блогів, які писали люди, що живуть із ВІЛ/СНІД (далі – ЛЖВ). Дисертантка доводила припущення про те, що блоги мають ознаки ЗМК і виконують роль ЗМІ. За встановленою процедурою подала текст дисертації на розгляд своєму науковому керівникові, який зробив зауваження як фахівець із соціальних комунікацій. У робочому порядку назвемо їх «зауваження *першого рівня*».

Ураховавши зауваження першого рівня, аспірантка подала дисертацію до спеціалізованої вченої ради, у якій збиралась захищатися. Для здійснення наукової експертизи текст кандидатської дисертації було віддано трьом докторам наук, професорам, двоє з яких вивчали проблеми журналістики. Один із професорів був фахівцем у галузі соціології. Перші два висловили свої зауваження й аспірантка врахувала їх. Такі зауваження назвемо «зауваження *другого рівня*».

Третій професор, соціолог, висунув стільки зауважень, що в результаті поставив аспірантці умову: або вона змінить тему дисертації, або він відмовиться підписати експертний висновок. Такі зауваження назвемо «зауваження *третього рівня*».

Після розгляду дисертації аспірантки Д. членами експертної комісії спеціалізована вчена рада із соціальних комунікацій призначила офіційних опонентів, серед яких

був доктор наук із соціальних комунікацій – фахівець із проблем електронних ЗМК. Зауваження останнього назвемо «зауваження четвертого рівня». До них аспірантка Д. також прислухалася.

Після врахування зауважень чотирьох рівнів дисертаційна робота набула зовсім іншого змісту: ідея дослідження була змінена, акценти, які дисертантка вважала головними, стали другорядними, а деякі думки взагалі було усунуто через критику.

Аналіз прикладу 3. Цей випадок яскраво ілюструє зміну моделі поведінки (інмутацію) людини (аспірантки Д. – майбутнього фахівця з теорії та історії соціальних комунікацій), яка потрапила під вплив інших людей – фахівців із соціальних комунікацій, зокрема з медіазнавства (наукового керівника, членів експертної комісії спеціалізованої вченої ради, офіційного опонента). Останні вже були інмутовані раніше шляхом засвоєння істин, прописаних у багатьох наукових джерелах із медіазнавства (дисертаціях, монографіях, наукових статтях, рефератах, доповідях тощо). Аспірантка Д. потерпала від інмутації вже інмутованих фахівців і після багаторазової правки тексту дисертації з проблем медіазнавства набула статусу інмутованого інмутанта, або того, чия вже змінена модель поведінки ще декілька разів змінилася.

Зазначимо, що, аналізуючи приклад 3, ми «виходимо» на інший рівень усвідомлення як ролі інмутованих інмутантів під впливом науки про медіа, так і інмутації методологічних принципів та законів, якими послуговується представник будь-якої галузі знань. Мова йде про експерта-соціолога спеціалізованої вченої ради. Назвемо його соціолог Х. Маючи величезний досвід соціологічних досліджень, будучи провідним фахівцем у своїй галузі, він, здогадуючись про існування методологічної бази в соціальних комунікаціях, але не знаючи їх, не захотів аналізувати дослідження аспірантки Д. із синтетичних позицій соціальних комунікацій і соціології.

Висновки. Отже, висунутою нами на початку статті гіпотезу, що суспільство потерпає від інмутації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів, повністю доведено. Дійсно, вплив на суспільство масової комунікації, яка вже є інмутованою, породжує явище, яке в робочому порядку ми назвали «інмутація інмутації». Індивіди, що складають суспільство, яке потерпає від згаданого явища, перетворюються на інмутованих інмутантів.

Після доведення висунутої нами гіпотези з'являється необхідність прискіпливого аналізу генези явища інмутації інмутації, перш за все з методологічних позицій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бессознательное: природа, функции, методы исследования : в 5 т. / А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассин и др. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – Т. 1 : Основные критерии рассмотрения бессознательного в качестве своеобразной формы психической деятельности, 1978. – С. 71–83.
2. Бориснев С. В. Социология коммуникации : учеб. пособ. / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 270 с.
3. Засоби масової комунікації: поняття, концепції діяльності, функції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrref.com.ua/?id=MTAxMjY%3D>
4. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : в 3 ч. / В. Ф. Иванов. – К. : Академия Украинской Прессы, 2009. – Ч. 2 : Массовая коммуникация.
5. Луман Н. Реальність мас-медіа / за ред. В. Іванова та М. Мінакова. / Н. Луман. – К. : ЦВП, 2010. – 158 с.
6. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація
7. Михайлин І. Л. Комунікація масова / Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009.

8. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. [для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація»] / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008.

Александр Холод

Имутация общества под влиянием имутации массовой коммуникации

В статье идет речь об ухудшении качества продукции массовой коммуникации (в частности продукции средств массовой информации) и изменении моделей поведения аудитории и индивидов. Результатами такой имутации, по мнению автора, является появление аудитории и имутированных имутантов, поведение которых предопределено процессами имутации общества под воздействием имутации массовой коммуникации.

Ключевые слова: имутация массовой коммуникации, массификация, журналистика, масс-медиа.

Alexander Kholod

The Inmutation of the Society under the Influence of Inmutation Mass Communication

To research speech goes about worsening of quality of products of mass communication (in particular, to the products of mass media) and change of models of behavior of audience and individuals. By the results of such inmutation, in opinion of author, there is appearance of audience and inmutatis of inmutatis, behavior of that is predefined the process of inmutation societies under act of inmutation of mass communication.

Keywords: inmutation of mass communication, massification, journalism, mass-media.