

---

**І.В.Виселко,**  
*аспірант кафедри філософії*  
*факультету соціології і права НТУУ «КПІ»*

## **СТАНОВЛЕННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ РЕФЛЕКСІЇ ТА ПРАКТИЧНІ ЗДІЙСНЕННЯ**

XXI століття – епоха розквіту інформаційного суспільства, яка набирає глобальних обертів, захоплюючи все нові й нові сфери життєдіяльності. *Актуальність нашої теми* ініційована тим, що соціальна реальність сьогодення актуалізує процеси аудіовізуальної комунікації у сучасному українському соціумі. Найвагомішим капіталом стає інформація, як демонстрація інтелектуального надбання сьогодення. Відбувається глобальна зміна парадигми, що супроводжується тотальною трансформацією світоглядної позиції соціуму. Якщо минуле століття було ознаменоване ривком у розвитку техніки, науково-технічною революцією, то нова епоха демонструє такі темпи розвитку, за якими вкрай важко прослідкувати. Це – стрімкий ривок у масову культуру та повна залежність від техніки. Тому, визначена в контексті визначеної проблематики *мета нашої роботи* полягає в дослідженні явища аудіовізуальної комунікації на тлі глобалізаційних тенденцій сьогодення, на ґрунті наукової рефлексії минулого та сьогодення.

Аудіовізуальну культуру вивчали теоретики М.Маклюєн, Л.Мастерман, а також деякі кінематографи та режисери в період становлення даної проблематики (серед них – С.Ейзенштейн та ін.). Над проблемою екранної та аудіовізуальної культури працюють, зокрема російські дослідники – К.Разлогов, Н.Хренов, М.Бахтін, О.Шликова. Вони розробили концептуальні медійні моделі, сформулювали поняття і терміни, якими оперують сучасні вчені в даному напрямі. На нинішньому етапі розвитку українського суспільства питанням аудіовізуальної культури в Україні приділяють увагу Н.Костенко, А.Ручка, Р.Шульга, Г.Полікарпова, О.Мусієнко, І.Зубавіна, І.Фоменко, В.Дурнов, О.Кучма, О.Куценко та ін.

З розвитком науки і техніки змінюються процес комунікації, його складові, інтерпретація, умови існування. М.Маклюєн у праці «Розуміння медіа: зовнішні розширення людини» зазначав, що техніка – це певний засіб для задоволення потреб людей, тобто допоміжний матеріал, як ще одна пара рук [12]. Але зауважимо, що так

було кілька десятиків років тому, а нині, медійні засоби інформації, стрімко змінюючись, демонструють тенденції до повного поновлення і підпорядкування людини техніці, що призводить до певної безпорадності та зниження стресостійкості. Іншими словами, можна констатувати появу нового сегменту соціуму, а саме – медійні технології, які стали невід’ємною частиною існування та функціонування суспільства. Медійні системи значно спростили життя, прискорили не лише суспільний розвиток, а й розвиток науки і техніки, потенціалу людини. Не можливо не помітити трансформації в способі забезпечення життєдіяльності та в способі виробництва. Очевидним став факт, що відсутність електроенергії протягом доби може спричинити глобальну катастрофу. Змінився також не лише процес здобуття інформації, а й збільшилися можливості розширення її кількості та якості. В даному контексті необхідним є чітке державне регулювання, викликане вимогами соціуму, який безперервно трансформується. Тому існують пропозиції щодо формування та запровадження електронної демократії, кібердемократії, комунікаційної демократії [14, 3]. Значної уваги потребує також процес комерціалізації та приватизації медіаресурсів, що спричинює неоднозначне трактування отриманої інформації через медіасегмент.

В зв’язку з цим цікавим і неоднозначним явищем стає екранна або аудіовізуальна культура, яка займає більшу частину нашого життя. Ретельного дослідження потребують саме явище комунікації та форми та моделі, яких воно набуває. Особливої уваги потребує відмінність особистісної комунікації, на заміну якій прийшла ера комп’ютерної, коли вербальні знаки уваги, тобто виявлення певних людських почуттів, замінені різноманітними електронними символами («смайликами» та «лайками»).

Щоб докладно дослідити наведені аспекти людської життєдіяльності, спершу необхідно визначимо низку питань, які потребують розгляду, а саме: аудіовізуальна, екранна культури, комунікація, її моделі. Слід дослідити кореляції даних понять з інформаційним суспільством та масовою культурою, яку воно продукує.

На думку К.Е.Разлогова, «екранна або аудіовізуальна культура визначається як нова комунікативна парадигма, яка доповнює традиційні форми спілкування між людьми – культуру безпосереднього спілкування і культуру письмову (книжну)» [17, 12]. Аналізуючи це визначення, зазначимо, що медійні засоби інформації стають основними трансляторами традицій, звичаїв, норм поведінки, властивих

не лише певному локальному соціуму. Це – не лише передання певної національної ідентичності, а й запозичення іноземної світоглядної парадигми, моделей поведінки, провадження бізнесу, навчального процесу. Засоби масової інформації можна охарактеризувати як важливий транслятор національної ідентичності, основну складову у формування публіцитного капіталу країни. Медіаресурси сприяють самоідентифікації особистості як громадянина держави, створенню уявлення про походження себе та своєї країни, що є одним із найважливіших завдань у період становлення та зміцнення держави на зламі певної історичної парадигми. Відомо, що медіа визначають як четверту гілку влади, яка має вплив на ментальність та поведінку індивідів, тому необхідно визначити певні складові, що впливають на функціонування медіапростору. Поняття «медіасистеми» є важливим в контексті розгляду даного поняття. Д.МакКвейл визначає її як «комплекс медіа, що діє в національних суспільствах у різних секторах (преса, радіо, телебачення, телекомунікація). Дана модель концентрується на взаємозв'язках між медійною системою, соціальною системою і публікою (масовою аудиторією) медіа» [19, 18]. Дослідник А.Ручка щодо цього зазначає, що «медіа є каналом трансмісії повідомлень від політичних (економічних) акторів та культуротворчих продуцентів до громадян, виступаючи посередником, вторинним відправником. Вони можуть виконувати функцію первинного відправника. Тоді їх завдання не обмежується тільки посередництвом між політико-культурними інститутами та акторами і публікою. Медіа самі продукують політико-культурні повідомлення, зростаючи до рангу політико-культурного актора». Тобто медіа може самостійно формувати новини, відсіювати непотрібну інформацію, виступаючи в ролі фільтра, але тоді постає питання про персонал та працівників засобів масової інформації, котрі беруть на себе відповідні обов'язки, оскільки при цьому ми спостерігаємо суб'єктивне світосприйняття, а також трактування подій в залежності від ситуації, що призводить до викривлення соціальної реальності, тобто відсутності об'єктивності. Медіа не може об'єктивно реагувати на певні події, оскільки також піддається впливу з боку держави, економіки, публіки. Тому розгляд питання аудіовізуальної культури та комунікації залежить від ситуації, в якій перебувають засоби масової інформації. В контексті його перейдемо до розгляду екранної культури, яка є вагомим компонентом соціальної системи та важливою складовою розвитку культури загалом.

Виникнення екранної культури датують кінцем XIX століття, тобто коли почався розвиток кінематографічного мистецтва і відбулося зародження телебачення, але глобального характеру дане явище набуло разом з розвитком техніки. Першоосновою аудіовізуальної культури є кінематографія.

На думку К.Е.Разлогова, метою і смыслом останньої була демонстрація реальності без смислових перекручень та авторських доповнень. В даному випадку це – буденні життєві ситуації, сповнені реалістичності. Але проблема полягає в тому, що такі втручання в соціальну реальність порушує культурологічний дискурс, а це призводить до викривлення інформації [17]. В процесі перегляду фільму нам демонструють швидкоплинні кадри, ракурси, які постійно змінюються, тобто, перед нами відбувається певна розчленованість загального сюжету та соціальної реальності загалом, що не дає можливості фіксувати увагу на конкретній ситуації. Глядач не контролює свої емоції, стає вразливим до маніпулювання. Телевізійні новини також перекручують інформацію залежно від ситуації (це стосується не лише підготовленого тексту, тобто аудіо інформації, а також відео демонстрацій, які зазнають різноманітного тлумачення). Особливого ефекту набирає комерціалізація телебачення, що проявляється, передусім, в такому явищі як реклама, а вже згодом – в оплаті ефірного часу, показі різноманітної відеоінформації, яка не залежить від волевиявлення телеглядача, а, навпаки, формує його смаки (що сприяє формуванню або трансформації світосприйняття індивідів). Сучасний медіапростір, спрямований на дитячу аудиторію, формує певну тенденцію в створенні дитячих передач та мультфільмів, що в своїй основі мають низку своїх характеристик: безкорисливе сприйняття інформації, відсутність змісту, беззмістовне спостереження, що призводить до того, що аудиторія не може чітко формувати свої думки та переказати сюжет побаченого (тобто, насправді відсутній повчальний елемент, що негативно впливає на розвиток особистості та не полегшує роботи педагогів).

Сьогодні аудіовізуальна комунікація є незмінним чинником життя суспільства, а модель світосприйняття, яка створюється нею, певна віртуальна реальність претендують на соціальну реальність, демонструючи тонку межу між ними, що призводить до підміни понять та образів. Глобальний характер інформаційного суспільства, спричинює інформатизацію всіх сфер життєдіяльності суспільства, що, своєю чергою, призводить до трансформацій у моральній, куль-

турній, екологічній, правовій, політичній сферах та впливає на культурний розвиток особистості. Яскравий приклад такої тенденції – дають країни пострадянського простору, де за відносно короткий відтинок часу відбулися глобальні зміни, насамперед – еволюційне перетворення суспільних структур, в яких паралельно існують дві моделі культури [22, 542].

Важливим ефектом сучасної аудіовізуальної культури є явище інтерактивності, іншими словами – зворотного зв'язку з глядачем, тобто «вторгнення його в екранну культуру» задля ефекту включеності особистості в процес телебачення та створення ефекту контролю над власними діями. В даному аспекті розгляду аудіовізуальної культури доречно розглянути сам процес комунікації та його моделі [17].

Отже, аудіовізуальну комунікацію (audiovisual communication) можна визначити як зв'язок або шлях повідомлення під час спілкування (обміну інформацією) між адресатом та відправником. При цьому, здійснюється передавання інформації, основним форматом якого є недейний, зі врахуванням всіх перешкод, тобто відбувається певна безособистісна взаємодія під час сприйняття інформації. З наведеного визначення слід виокремити загальне поняття «комунікації», оскільки аудіовізуальна комунікація існує лише в умовах медіапростору. У контексті досліджуваної проблеми комунікація має ширше значення, а саме – як процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями та ін.) між двома або більше особами.

Характерним для комунікації є вирізнення двох її видів – фронтальної та опосередкованої. Як зазначав К.Е.Разлогов, аудіовізуальна культура сучасності спрямована до створення інтерактивного ефекту, але цей принцип існує не в усіх сферах її діяльності. Адже фронтальна комунікація передбачає дію трансакції, тобто відсутність зворотного зв'язку та визначення комунікації як певного монологу. Тобто більшість розважальних програм, відеоігор, соціальних мереж має опосередкований характер, вимагаючи участі аудиторії, без якої не буде існувати [16]. Фронтальну комунікацію ми спостерігаємо, наприклад, коли переглядаємо новини, наукові телепередачі. Під час опосередкованої комунікації трансакції відбуваються в обох напрямках через інформацію, яка може бути закодованою в певних аудіовізуальних засобах, таких як текст, відеозапис, малюнок, певна схема. Адреса доставки інформації може бути різною – через комп'ютер (Інтернет), телевізор, радіо, книгу, газету тощо.

За соціологічними векторами розуміння комунікації, визначені,

зокрема, в дослідженні П.Сорокіна, вона є взаємодією, тобто передаванням соціальної інформації [21]. Психологічні розвідки визначають комунікацію як процес обміну продуктами психологічної діяльності, насамперед спілкування, кібернетики (А.Урсул) – як обмін інформацією між складними динамічними системами та їх частинами, які сприймають, накопичують та переробляють інформацію [15]. В зв'язку з цим доречно виділити три, сформовані видатними дослідниками, комунікаційні підходи, які працюють в екранній культурі та, на нашу думку, є більш доречними у розгляді даної проблематики. Це такі моделі комунікації – лінійна, інтерактивна та трансактивна.

Важливе значення для нас має лінійний підхід до розуміння комунікації, яким її визначають як дію, в межах якої відбувається кодування емоцій, учинків, почуттів у певне повідомлення, яке може міститися як в усних, так і письмових джерелах. Його відправляють адресатові через різні канали (наприклад, Інтернет, телефон, усне мовлення тощо). Лінійна модель комунікації все частіше замінюється інтерактивною, яка актуалізує активність учасників спілкування, що визначає необхідність зворотного зв'язку, тобто певної реакції на повідомлення, задля створення ефекту активної участі. Лінійну модель комунікації запропонували дослідники К.Шеннон та В.Віввер. Але в процесі розвитку культури та формування аудіовізуальної комунікації було створено трансактивну модель В.Шрамма, в якій за основу було покладено лінійний підхід до процесу комунікації. Автор запроваджує поняття «перекладач» (interpreter) та «зворотний зв'язок» (feedback), що деякою мірою доповнило інтерактивну модель комунікації та дало змогу зробити модель якомога ближчою до реальності людських взаємовідносин у процесі комунікації [15]. Але, на думку К.Е.Разлогова, такий підхід все ж далекий від реальності, оскільки втручання в культурологічний дискурс не сприяє відтворенню соціальної реальності, а спричинює лише її трансформаційні перетворення, тобто перекручення [17].

Аудіовізуальна культура – яскравий приклад розвитку науки та техніки, які за швидкістю розвитку не перестають дивувати. Адже екранна культура включає всі засоби комунікації, які свого часу визначив М.Маклюен: телебачення, кінематограф, книжки, телефон, телеграф, радіо, Інтернет, письмові засоби інформації тощо [12]. Культура екрана стала синтезом всіх, що існували досі, видів мистецтв. Вона визначила абсолютно не тиражований та унікальний тип сприйняття, сформувавши найширше коло глядачів, пройшовши кілька револю-

ційних етапів технологічних перетворень [16]. Сучасна екранна культура та технології, які вона продукує не обходять елементів жодного культурного заходу, діапазон здійснення яких простирається від стадіонів до філармоній. Забезпечення даних заходів необхідною технікою та певних світловим, музичним супроводом повністю змінює сприйняття зображуваних подій та висвітлює їх в інших фарбах. Розвиток техніки в даному напрямі призводить до розвитку нового етапу мистецтва – технологічного. Справу докорінно змінюють спецефекти, які демонструють всі прояви розвитку науки та техніки.

Підсумовуючи, зазначимо, що в умовах сьогодення склалася така інформаційна картина світу, що тримається на достатньому обсязі інформації, за допомогою якої людина вчиться ідентифікувати себе як повноцінного члена соціуму, адекватно сприймати навколишнє середовище. На жаль, незважаючи на очевидний позитив аудіовізуальної комунікації, ми не застраховані від певних ризиків, що сприяють формуванню стереотипного мислення, повного конформізму та відсутності інноваційного мислення, сприйняття себе як унікальної особистості. Ефект тиражування в мистецтві також не виключено. Отже, в зв'язку з розвитком медіапростору ми можемо обирати власний інформаційний простір, своє середовище, а через нього за допомогою системи прямих і зворотних інформаційних зв'язків і впливати на навколишній світ, на культуру, вирішувати певні проблеми. В процесі заданого темпу та напряму розвитку суспільства діяльність людини пов'язана передусім із збиранням та обробкою інформації, яка допомагає людині долати послані їй виклики [27].

Як бачимо, аудіовізуальна культура та новітні технології спричинюють фрагментацію та індивідуалізацію структури знання індивіда та розширення його загальної культури. Тобто знання стає інтегрованим і таким, що призводить до втрати повного уявлення про світ та сприяє засвоєнню лише загальної інформації, втраті поглибленого знання. В контексті явища глобалізації важливо не втрачати індивідуальність та можливість глибокого, а не поверхового сприйняття інформації. Тож потрібно акцентувати увагу на тому, в якому саме векторі розвивається сучасна екранна культура і чи сприяє вона удосконаленню світових взаємовідносин. На жаль, розвиток культури поки що спрямований на нівелювання національної ідентичності, а це в контексті глобалізаційних процесів можна визначити як зустріч локальних культур із продукцією глобальної культури, до якої українське суспільство було не підготовлено. Усе це може

привести до втрати самотбуніх цінностей локальних культур. Тому в радіусі розгляду даного питання слід наголосити на необхідності відродження та пропагування національних традицій, формування певного особистісного захисту від маніпулятивних впливів сучасної аудіовізуальної комунікації та максимально використовувати її можливості в напрямі розвитку суспільства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Бахтин М.М.* Искусство и ответственность / М.М.Бахтин // Литературно-критические статьи. – М.: Худож. лит., 1986. – С.3-4.
2. *Бахтин М.М.* Работы 1920-х гг. / М.М. Бахтин. – Киев, 1994. – 458 с.
3. *Бурдые П.* О телевидении и журналистике / П.Бурдые. – М., 2002. – 405 с.
4. *Ішук С.М.* Інтернет-комунікація: інформаційний зміст та ігровий характер / С.М.Ішук // Вісник НАУ: Філософія. Культурологія. – 2008. – №2 (8). – С.87-91.
5. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М.Кастельс. – М., 2000. – 347 с.
6. *Комарова Н.І.* Технічні та аудіовізуальні засоби навчання. Програма для студентів гуманітарних факультетів педагогічних вузів / Н.І.Комарова. – М.: МДПУ, 2004. – 16 с.
7. *Костенко Н.* Настичь реальное, когда медиа повсюду: онтологический интерес в культурных исследованиях и теории медиа / Н.Костенко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2010. – №1. – С.3-15.
8. *Костенко Н.* Смысловая сегментация социума / Н.Костенко // Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: ІС НАНУ, 2010. – С.254-260.
9. *Лалл Д.* Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. – К., 2002.
10. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. / А.Н.Леонтьев. – М.: Политиздат, 1975. – 563 с.
11. *Луман Н.* Медиа коммуникации / Н.Луман. – М., 2005. – 467 с.
12. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека / М.Маклюэн; пер. с англ. В.Николеева; закл. ст. М.Вавилова. – М.: КАНОН-пресс-Ц; Жуковский: Кучково поле, 2003.
13. *Мастерман Л.* Обучение языку средств массовой информации / Л.Мастерман (Специалист №4 (а)). – М., 1993. – С.22-23.
14. *Media. Демократія. Культура* / За ред. Н.Костенко, А.Ручки. – К.: Інститут соціології НАН України, 2008. – С.133-153.
15. *Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації / Г. Г.Почепцов. 2-е вид., доп. – К.: Вид. центр «Київський університет», 1999. – 308 с.
16. *Разлогов К.* Крушение иллюзий. Политизация западного экрана / К.Разлогов. – М., 1992. – 467 с.



17. *Разлогов К.Э.* Аудиовизуальная культура. Новые аудиовизуальные технологии / К.Э.Разлогов. – М., 2005. – С.15-24.
18. *Разлогов К.Э.* Искусство экрана: от синематографа до Интернета / К.Э.Разлогов – М.: РОССПЭН, 2010. – 287 с.
19. *Ручка А.* Статус і функції медіа у сучасному суспільстві / А.Ручка // Медіа. Демократія. Культура. – К., 2008. – С.11-30.
20. *Смислова морфологія соціуму* / За ред. Н.Костенко. – К.: Інститут соціології НАН України, 2012. – 422 с.
21. *Сорокин П.* Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / Сорокин П. – СПб.: РХГЦ, 2000. – 1176 с.
22. *Українське суспільство: 10 років незалежності (соціологічний моніторинг та коментар науковців)* / За ред. В.М.Ворони та М.О.Шульги – К., 2001.
23. *Українське суспільство 1992–2002 (соціологічний моніторинг)* / За ред. Н.В.Паніної. – К., 2003.
24. *Урсул А.Д.* Природа информации: философский очерк / А.Д.Урсул; Челябин. гос. акад. культуры и искусств; Науч.-образоват. центр «Информационное общество»; Рос. гос. торгово-эконом. ун-т; Центр исслед. глоб. процессов и устойчивого развития. – 2-е изд. – Челябинск, 2010. – 231 с.
25. *Федоров А.В.* Медіаосвіта: історія, теорія і методика / А.В.Федоров. – Ростов: ЦВВР, 2001. – 708 с.
26. *Хренов Н.А.* Зрелища в эпоху восстания масс / Н.А.Хренов. – М.: Наука, 2006. – 646 с.
27. *Шемендюк С.В.* Аудіовізуальна культура та шляхи її формування / С.В.Шемендюк // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Випуск 101. Серія: ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ. – Чернігів, 2012. – С.45-68.
28. *Шлыкова О.В.* Культура Интернета и Интернет в культуре / О.В.Шлыкова // Время культуры и культурное пространство: Сб. тезисов докладов междунар. науч.-практ конф., Москва, 11–13 дек., 2000 г. / М-во культуры РФ, МГУКИ. – М.: МГУКИ, 2000. – С.314-315.
29. *Шульга Р.* Соціокультурні особливості користувачів Інтернету в Україні / Р.Шульга // Медіа. Демократія. Культура. – К., 2008. – С.240-262.
30. *Эйзенштейн С.* Избранные произведения. В шести томах / С.Эйзенштейн. – Т.1. – М., 1964. – 696 с.

*Виселко І.В.* Становлення аудіовізуальної комунікації: теоретичні рефлексії та практичні здійснення.

Глобалізаційні процеси сьогодення актуалізують проблему аудіовізуальної комунікації, її вплив на конструювання соціальної реальності та сприйняття індивідом інформації Динамізм розвитку науки та техніки

ініціює постановку питання про вплив інформатизації суспільства на культурні смисли, сформовані в певному локальному соціумі. Автор намагається з'ясувати можливості протистояння даним трансформаційним тенденціям і чи необхідно воно, а також акцентує увагу на комунікативно-інформаційному розвитку, його перспективах. У контексті розгляду проблеми аналізуються поняття «аудіовізуальна комунікація» та «екранна культура», які є основними складовими сучасної інформаційної культури та процесу інформатизації загалом.

*Ключові слова:* екранна культури, аудіовізуальна комунікація, інформатизація, медіапростір, комунікація, засоби масової комунікації.

*Выселко И.В. Становление аудиовизуальной коммуникации: теоретические рефлексии и практические осуществления.*

Глобализационные процессы настоящего актуализируют проблему аудиовизуальной коммуникации, ее влияние на конструирование социальной реальности и восприятия индивидом информации. Динамизм развития науки и техники инициирует постановку вопроса о влиянии информатизации общества на культурные смыслы, сформированные в определенном локальном социуме. Автор поднимает вопрос о возможности противостояния данным трансформационным тенденциям и необходимо ли оно, а также акцентирует внимание на коммуникативно-информационном развитии, его возможностях и перспективах. В контексте рассмотрения проблемы анализируются понятия «аудиовизуальная коммуникация» и «экранная культура», которые являются основными составляющими современной информационной культуры и процесса информатизации в целом.

*Ключевые слова:* экранная культуры, аудиовизуальная коммуникация, информатизация, медиaprостранство, коммуникация, средства массовой коммуникации.

*Viselko I.V. Incipience of audiovisual communication: theoretical reflections and practical implementation.*

Globalization processes in modernity actualize the problem of audiovisual communication and its impact on the construction of social reality and the perception of the individual information dynamism of science and technology. It also initiates questions about the information society due to the cultural meanings generated in a local society. The author raises the issue of possibility of conflict followed by transformational trends and whether it is necessary. The author focuses on communicative information of its abilities and perspectives. In the context of the problem, the author refers to the concept of «Audiovisual Communication» and «screen culture», which are the main components of modern information culture and informatization process in general.

*Key words:* screen culture, audiovisual communication, information, media space, communication, mass communication..