

Київський державний університет культури і мистецтв

УДК 008

СІБІРЯКОВА ОЛЕНА ОЛЕКСАНДРІВНА

**ВІДЕОКОМУНІКАЦІЯ В СТРУКТУРІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ:
ЕВОЛЮЦІЯ ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ**

Спеціальність 17.00.01. - теорія та історія культури

АВТОРЕФЕРАТ

**на здобуття наукового ступеню
кандидата історичних наук**

Київ - 1998

Дисертація є рукопис

Робота виконана в Київському державному університеті культури і мистецтв, Міністерство культури і мистецтв України, м. Київ

Науковий керівник - кандидат педагогічних наук, професор КАРПОВА Людмила Олександрівна, зав. кафедрою теорії та історії культури Київського державного університету культури і мистецтв України

Офіційні опоненти:

1. Безклубенко Сергій Данилович, доктор філософських наук, професор, завідуючий відділом кіно Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені М. Рильського НАН України, м. Київ.

2. Лутаєнко Володимир Самійлович, кандидат філософських наук, доцент кафедри естетики КДУКіМ, м. Київ.

Провідна організація - Київський державний інститут залізничного транспорту, кафедра суспільних і гуманітарних дисциплін, м. Київ.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження.

Людина формується не стихійно, а під певним впливом системи народної освіти, установ культури, засобів масової інформації.

Сучасні засоби масової комунікації глобалізували можливості передачі великих масивів інформації швидкісними методами. Мікрохвильове радіомовлення, системи багатоканальної передачі інформації, супутниковий зв'язок, дозволили здійснити передачу інформації на будь-які відстані, що є само по собі могутнім каталізатором різних суспільних процесів.

Друга половина XX століття ознаменувалася виникненням нових відеокommunікаційних технологій, які здійснюють настільки багатоплановий вплив на суспільне буття і суспільну свідомість людей, що це дає змогу багатьом західним дослідникам відеокommunікаційного впливу розглядати історію людської цивілізації як наслідок розвитку засобів масової комунікації.

Проблеми, що пов'язані із розвитком технічної бази, й досі залишаються надактуальними для теорії та історії культури, а, незважаючи на різні оцінки ролі та місця засобів масової комунікації в соціумі, більшість дослідників сходяться в одному - з появою кіно, радіо та телебачення з'являється єдина система образів та розваг, що визначає поведінку тієї чи іншої групи людей чи цілого народу.

На жаль, детальні соціологічні дослідження, акаліз функціонування засобів масової комунікації в нових умовах, їх вплив на формування свідомості людини, практично відсутні у вітчизняній науці. Велику допомогу у виявленні впливу засобів масової інформації на світогляд людини можуть надати роботи західних вчених. Адже ту ступінь «технізації» суспільного буття, до якої нам ще належить наблизитися, західні країни пройшли кілька десятиків років тому, там нагромаджено великий запас фактів.

Світогляд населення країн, що нещодавно отримали незалежність, зазнає все більше змін під впливом прогресу відеокommunікаційної системи та інтеграції її в світову систему відеокommunікації, які постійно еволюціонують і намагаються бути відповідними сучасному стилю життя людини. Більш того, телебачення, відео та інші засоби масової комунікації прагнуть створювати нові форми відеокommunікації, для яких екран не є базовим засобом існування, а лише плацдармом, з якого починається їх активне втручання в повсякденну реальність життя та культури сучасної людини, її духовний світ.

В останні десятиліття відеокommunікація перетворилася в необхідний компонент суспільного буття, в джерело постійної інформації у формі відеоповідомлень, які доповнюють і збагачують безпосередньо досвід людини, формують її цінності і норми, ідеологічно

впливаючи на функціонування її особистості. Це перетворило дану сферу діяльності у поле боротьби за свідомість мільйонів людей, що позначилося на перебігу суспільних подій у світі.

На жаль, як свідчить аналіз наукової літератури, функціонування засобів відеокommunікації в нових умовах, їх вплив на формування свідомості людини практично відсутні у вітчизняній науці.

Проблеми історичного розвитку відеокommunікації та її впливу на людину досліджувалися такими зарубіжними вченими, як М. Маклюен, Г. Абель, Е. Морен, З. Кракауер., С. Холвуа, А. Моль та інші. Певною мірою торкаються досліджуваної проблеми наші співвітчизники - Безклубенко С., Гуревич П., Зернецька О., Нечай О. Матеріали дослідження дозволили зробити висновок, що, не дивлячись на широке коло наукових досліджень, в вітчизняній українській науці немає наукових робіт, які б системно досліджували цю проблему.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Тема дисертаційного дослідження пов'язана з "Концептуальними напрямками діяльності органів виконавчої влади щодо розвитку культури". Постанова Кабінету Міністрів України від 26.06.97.

Робота виконана відповідно до тематичного плану наукових досліджень Київського державного університету культури і мистецтв.

Мета дисертаційного дослідження полягає у розкритті еволюції впливу відеокommunікаційної системи на світогляд людини.

Відповідно до мети у дослідженні поставлено такі завдання:

- 1) визначити історичне значення відеокommunікації у структурі сучасної культури та виділити основні етапи розвитку відеокommunікації в системі сучасної культури;
- 2) виявити і обґрунтувати сутнісну природу відеокommunікації в культурно-історичному процесі;
- 3) розкрити історичні особливості формування культурних норм та цінностей засобами відеокommunікації;
- 4) проаналізувати основні форми впровадження відеокommunікаційного впливу на світогляд людини.

Методи дослідження.

В основу методології дисертаційного дослідження покладено принципи аналізу у контексті історичного розвитку відеокommunікаційних засобів, узагальнення наявних публікацій стосовно проблеми, опрацьований науковий апарат теорії та історії культури, на підставі яких належить вирішувати поставлене завдання. Застосування як загальнонаукових методів (логічного, історичного, класифікаційного), так і спеціально історичних (хронологічно-ретроспективного) будувалося на методологічному плюралізмі.

Хронологічні межі.

Дослідження охоплює другу половину XX століття - період появи та розповсюдження телебачення та відео, адже до появи нових засобів масової інформації ідеологічний чинник мав, безперечно, місце у суспільстві, але його не можна було вважати за проблему.

Наукова новизна полягає як у дослідженні наукової проблеми в цілому, так і в комплексному вирішенні зазначених завдань. В джерелознавчому плані новизна дослідження полягає у залученні значної кількості фактичного матеріалу, почерпнутого з наукової літератури.

У дисертації розкривається еволюція впливу відеокommунікації на свідомість людини та її світогляд; автор встановлює історичні закономірності розвитку впливу відеокommунікації на формування культурних норм та цінностей людини; шляхом історичного аналізу виявляє форми впровадження системи відеокommунікаційного впливу на світогляд людини; показує історичну тенденцію до політизації комунікаційної відеосистеми та посилення її світоглядної функції в структурі сучасної культури.

Практичне значення дисертаційного дослідження.

У процесі становлення української держави особливо гостро відчувається потреба в системі політико-ідеологічних цінностей та морально-етичних орієнтирів, здатних мобілізувати суспільство на розв'язання поточних і перспективних проблем її розбудови. Простежуючи еволюцію впливу відеокommунікації в структурі сучасної культури на світогляд людини, автор тимчасово визначає і обґрунтовує об'єднуючу ідею, реалізація якої могла б стати основою формування необхідної системи ціннісних пріоритетів та орієнтирів.

Зібраний фактичний матеріал, його узагальнення та аналіз можуть бути використані у підготовці фундаментальних праць з теорії та історії культури, тележурналістики. Аналіз поставленої в роботі проблеми дає можливість подальшого теоретичного дослідження, практичних висновків у розв'язанні життєво важливих для нашого суспільства питань; з'ясування умов та факторів сучасного розвитку культури особистості, пошуків нових форм та методів роботи в галузі навчання, виховання, освіти з орієнтацією на розвиток високої культури на наявній матеріально-технічній базі суспільства.

Особистий внесок здобувача.

Матеріали і висновки дисертації запроваджено автором у практику створення творчої лабораторії Київського Державного університету культури і мистецтв з оволодіння майстерністю трансляції "прямого ефіру" та ведення репортажів на базі кафедри телебачення, для

підготовки студентів до семінарів та іспитів з курсів "Теорія культури", "Історія зарубіжної культури" по кафедрі теорії та історії культури.

Апробація результатів дослідження

Основні положення та результати дослідження обговорено у ході виступу автора з науковими повідомленнями на всеукраїнських та вузівських науково-практичних конференціях 1995-1997: «Культура в сучасних умовах» (Київ, 1995); «Культура України: стан, проблеми, тенденції розвитку» (Київ, 1997); «Методологічні проблеми викладання культурологічних дисциплін» (Київ - 1998), на засіданнях кафедри теорії та історії культури Київського державного університету культури і мистецтв.

Матеріали дисертаційної роботи використовувались у повідомленнях авторки на семінарах працівників соціокультурної сфери, у навчальному процесі, Київського державного університету культури і мистецтв, як спецкурси «Система управління соціальною культурою», «Реформування соціокультурної сфери в нових політико-економічних умовах».

Основні теоретичні положення і висновки дослідження знайшли своє відображення у 5 наукових публікаціях.

Структура дисертації складається із вступу, трьох розділів, списку використаних джерел (-30 найменувань).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У першому розділі "Відеокомунікація як історично-об'єктивна складова сучасного культурного розвитку" простежується історичний розвиток відеокомунікації, починаючи з часів, коли візуальна комунікація виконувала вельми важливу роль - соціалізації та розваги людини. Згодом змінювалися її форми (від масового видовища до кінематографу), проте науково технічна революція, як об'єктивний результат культурно-історичного розвитку, спричинила появу принципово нової за якістю системи комунікації. У зв'язку з цим у першому розділі досліджуються причини комунікативної революції на початку XX сторіччя; розвиток зображення в системі сучасної культури; основні етапи розвитку відеокомунікації в сучасній культурі.

Досліджувати цю проблему дисертантка починає з аналізу ролі технічного фактора в еволюції відеокомунікації, переходить до соціально-політичних чинників, які визначають початок нинішнього століття, розкриває основні зміни, що мали місце у цей період часу. Такий підхід дозволяє виділити базові чинники комунікативної революції – це технізація та "змасовлення".

Ці дві провідні тенденції часу проявилися у потягу широкого загалу населення до знань, міграції до міст, урбанізації та індустріалізації міст, у зміні політичної та економічної парадигм.

У розділі робиться великий огляд наукових праць видатних істориків того часу, які намагалися вирішувати проблеми суспільної свідомості, аналізуючи кардинальні зміни у культурній ситуації рубежу віків як зарубіжних, так і вітчизняних, у зв'язку з технічним прогресом. Аналіз вивченого матеріалу дає підстави визначити основні інформаційно-комунікативні потреби людини того часу: потреба у розвагах; потреба у зорових образах, потреба у загальнозрозумілих та загальнодоступних повідомленнях. Ці потреби сформували попит у якісно новій системі комунікації, котрі задовольнила масова культура, в межах якої ми маємо розглядати відеокommunікацію як систему прийомів, методів та засобів передачі повідомлень.

Особливу увагу у першому розділі приділено еволюції зображення у період розвитку технічних засобів передачі інформації - від перших ілюстрацій в друкованих засобах, коміксів, фотографій, гравюр до екранного зображення. Поява кінематографу була визначним етапом у розвитку відеокommunікаційної системи, адже новий вид мистецтва запропонував якісно нову форму сприйняття та формування інформації глядачами і містив у собі цілий ряд специфічних характеристик, які були притаманні системі відеокommunікації в цілому. Серед них ми виділяємо масову орієнтацію кінематографу, його технічну природу, політичну (ідеологічну) залежність від державної системи.

В дисертації детально розглядається кінематограф як один з каналів передачі повідомлень. На ідеологізацію екранних форм комунікації свого часу звертали увагу Бела Балаш, Едгар Морен, Сергій Ейзенштейн та інші. Саме Сергій Ейзенштейн геніально пророкував створення системи тотальної обробки масової свідомості - телебачення. Огляд думок щодо ролі телебачення в сучасній культурі дозволив авторові виділити цілий ряд особливостей, притаманних електронним формам відеокommunікації, виникнення яких значувало по суті новий етап розвитку відеокommunікаційної системи, що визначають:

1. швидкість та миттєвість передачі відеопосилання;
2. безперервність (тривалість) процесу відеокommunікації;
3. опір на художні формули та стереотип у контакті із глядачем;
4. множинність каналів та видів відеопосилань.

Такі висновки дозволяють нам побачити певну закономірність: із зростанням технічного фактору в культурі відеокommunікація починає справляти все більший вплив на людину, практично переймаючи функцію формування світогляду, культурних норм та цінностей.

У другому розділі "Вплив відеокommunікаційної системи на формування культурних норм та цінностей" аналізуються відмінні особливості системи відеокommunікації: агресивність, аудіо-візуальна природа сучасних видовищ, їх масовість та одномоментність

сприйняття, тяжіння до емоційного контакту з глядачами. Вони визначають високу ефективну впливовість відеокommунікаційної системи на людину в сучасний період її розвитку.

Історичний розвиток відеокommунікації окреслив певні періоди впливу на особистість під час залучення глядачів у "видовищну дію", аналіз яких показує, що система відеокommунікації сьогодні замінює глядачеві реальних батьків. Вона відверто спрямована на виховання слухняного "дорослого" з використанням споконвічно притаманних "дитині" якостей та особливостей сприйняття навколишнього світу. При цьому використовується відповідний набір педагогічних прийомів та методів, що впливають на глядача, його свідомість, його світогляд. Тому досліджувати надалі вплив відеокommунікації на складання культурних норм та цінностей можливо і треба, виходячи з принципів і методик педагогіки та загальної психології.

Вже в процесі простого натискання кнопки теле-відеоапаратури чи комп'ютера виникає момент автоматичного ввімкнення людини у процес відеокommунікації, коли розсудливий "дорослий" починає реагувати на вплив нормами поведінки "дитини". Наступним етапом стає процес структуризації та виховання світогляду. Відеокommунікаційний вплив на свідомість людини проходить декілька етапів, що відповідають розвитку особистої свідомості людини. На кожному етапі домінує певний визначальний (провідний) тип діяльності (ВТД), у відповідності з яким і вибудовуються методи навчання і виховання особистості. "Період Немовляти" (ВТД - Інтимно-особисте спілкування); Період "Предметної Маніпуляції" (ВТД - Вивчення взаємодії, маніпуляції); "Ігровий період" (ВТД - рольові та предметні ігри); "Молодий школяр" (ВТД - навчальний процес); "Підліток" (ВТД - суспільно-корисна діяльність в процесі інтимно-особистого спілкування); "Юнацтво" (ВТД - професійна орієнтація, закінчення формування самосвідомості).

В роботі розглянуто психологічну сферу впливу відеокommунікації на світогляд та світосприйняття людини в історичному аспекті, окремо виділені прийоми та методи, якими користується відеокommунікаційна система, описані пасивні та активні методи впливу.

Досліджуючи цей процес, автор виводить певні результати формування особистості засобами відеокommунікації в межах окремих країн. Зазначаючи, що відеопродукція в Україні є переважно зарубіжного походження, містить в собі елементи західної, особливо американської, ідеології, автор вважає, що зараз про "відео" в Україні можна говорити як про форму впровадження генетично далеких і чужих нам культурних норм життя та цінностей в наше суспільство. З іншого боку, орієнтація сучасного українського глядача на російську, американську та західну продукцію цілком зрозуміла: цим

компенсуються недоліки відчизняних відеопродуктів які за всіма параметрами є неконкурентноздатними, бо не висвітлюють в належній мірі і на певному художньому рівні життя України, те відповідають запитам і потребам глядача.

Через порівняння історичного розвитку засобів масової комунікації в нашій країні, Росії та розвитку засобів масової інформації в США в дисертації зазначається, що саме Сполучені Штати Америки увійшли у світову історію, як породжувачі та стимулятори процесів масової культури, як імперія форми і стандарту, з інтенсивним розвитком, в першу чергу, візуальної техніки (комп'ютерів, відеоігор та інших форм впровадження відеокommunікації - кіно, телебачення, реклами, шоу. Її вплив визначається наявністю певних рис, відмінних від впливу української відеокommunікаційної системи. Першою рисою є спирання на приховані ідейні орієнтири. Другою - зосередженість на візуальності, видовишності взагалі, яким протистоїть "словесність" і більш "лобова" пропаганда колишнього Радянського Союзу. Звідси зрозумілою є і загальна сила (агресивність) відеокommunікаційної системи США, її орієнтація на "експортування" теле- відео продуктів, рекламного товару, тобто, її експансивний характер.

Домінуюча роль зображення, зрозумілого всім верствам населення різних держав і країн, забезпечує наприкінці ХХ сторіччя американській системі відеокommunікації лідерство у формуванні американських культурних норм та цінностей у всьому світі, в тому числі і в нашій країні.

У розділі 3 "Основні форми впровадження відеокommunікаційного впливу на людину" визначаються та досліджуються сучасні форми відеокommunікації, що склалися в процесі історичного розвитку. На сучасному етапі система впливу відеокommunікаційних засобів виступає у ролі замінича усього спектру потреб - від тактильних (нові відчуття) до соціальних. Складні процеси сприйняття, розуміння, уваги та рефлексії, включені в групову та колективну організацію, у великій мірі взаємодіють з процесами формування певної функціональної свідомості. Тому дисертантка вважає, що сьогодні склався специфічний «світ відео», або "відео світ". Цей світ відбивається в системі функціонування відеокommunікації, а саме в процесі створення, тиражування та трансляції відеопосилань та виступає як особлива культур-техніка в системі сучасної культури. Відеоекран стає дедалі вагомішим засобом трансляції та розповсюдження певного способу життя, певних схем організації поведінки людей, тобто – наочним свідомством еволюції відеокommunікації в системі сучасної культури. Вищезазначений процес виражається в системі дій, пов'язаних із феноменом колективного

сприйняття та процесами колективної діяльності, і може бути осмисленим, як певна історична закономірність.

Як свідчить теорія і практика останніх десятиліть, особливо дійовим, ефективним тут є не прямий, не явний, а прихований, поступовий, систематичний вплив на психіку людей, насамперед, на емоційні та позасвідомі сфери, тому автор вважає, що основним каналом просування світоглядних установ та культурних норм стає на сучасному етапі не просто система екранних видовищ, а видовищ художніх і розважальних, в першу чергу, звернутих до емоційно-почуттєвої сфери глядача, безпосередньо до його підсвідомості.

Аналізуючи основні форми відеокommунікаційного впливу на людину саме з цієї точки зору, в роботі поруч з провідними формами передачі (трансляції) відеопосилань, якими є екранні засоби (кінематограф, телебачення, відео), приділяється увага дещо іншим формам передачі відеопосилань з метою визначення закономірностей функціонування відеокommунікації в системі сучасної культури.

Окремо роздвіляється шоу як історичний аналог масових видовищ, за своєю природою та структурою шоу найбільш відповідає тим особливостям, які ще на початку століття вважалися обов'язковими для будь-якого видовища. Основні особливості естрадного видовища, яке ми зараз називаємо "шоу" були сформульовані у 20-ті роки.

Реклама на відміну від шоу є розрахованою на прямий пропагандистський ефект, що є цілком зрозумілим, якщо виходити з позиції комерціалізації сучасного суспільного середовища та ролі відеокommунікації в цьому процесі - ХХ століття - "вік космосу", "вік атому", "кібернетики" - давно вже здобуло назву й "вік реклами". Науково - технічна революція та розвиток виробництва в Сполучених Штатах та Західній Європі відбулися в процесі зміни трьох парадигм - епохи масового виробництва (1900 -1930р. р.), епохи масового збуту (1930-1950 р.р.), та постіндустріальної епохи (починаючи з середини 50-х років і по наш час). Відповідно цьому змінювалися процеси товаровиробництва. Так, концепція удосконалення виробництва, що мала місце в епоху масового виробництва, змінилася з часом на концепцію удосконалення продуктів, пізніше - на концепцію удосконалення комерційних зусиль, що відбилося на способах комунікації - в просування інформації про товари та створення образів (іміджів), у формах реклами.

PR ("паблік рілейшенз") широко користується можливостями відеокommунікації, створюючи окремі види продуктів, призначені для відеопоказу масовій аудиторії - це соціальна реклама, відеофільми, супутникові медіа-тури (вони являють собою серію інтерв'ю, записаних з людьми на різних телестанціях, що транслюються в прямому ефірі), відеоконференції. Система "паблік рілейшенз" творить імідж фірми,

імідж цілої нації з її способом життя та мислення, цілої держави з її економічним ладом та соціальними умовами. І для цієї мети використовуються видовищні засоби.

Сучасні технології "паблік рилейшенз" включають в себе використання комп'ютерних та мультимедійних технологій. Один з видів мультимедійних засобів відеокommunікації - оптичні диски, що дозволяють не тільки зберігати та систематизувати інформацію, в тому числі і візуальну, але й вільно оперувати з графічним зображенням.

Найбільш прогресивна система передачі інформації сьогодні - Інтернет являє собою мережу комп'ютерів (екранів), що розміщуються по всьому світові і дозволяють користувачам

(і глядачам, водночас) здійснювати комунікацію, і тим самим, створювати спільний інформаційний простір в межах світового простору, що значно розширює межі впливу на людину.

Новинні форми відеокommunікації, народжені комп'ютером - склали принципово нову систему комунікації, що суттєво відрізняється від означених форм можливостями втручання і творення користувачами в процес комунікації з іншими людьми. Проте для українського комунікаційного простору домінуючими на сьогоднішній день залишаються такі форми відеокommunікації, як телепрограми чи відеофільм.

У висновках підведено підсумки наукового дослідження, визначені конкретні положення, що виносяться на захист.

1. Промисловий переворот і сучасна науково-технічна революція призвели до витіснення природного середовища технічним. У свою чергу, умови сучасного життя, конкретний історичний момент, поруч з логікою розвитку культури та суспільства в цілому, зажадали появи нових технічних форм комунікації. Нові технічні форми кардинально змінили тип комунікаційної системи, вплинули на всі компоненти комунікативного процесу, забезпечивши відеокommunікаційній системі провідне місце в структурі сучасної культури. Відеокommunікація є продуктом культури. Однією з її складових є світоглядна функція, основу її становить певна картина світу. Ця картина світу виникає в масовій свідомості внаслідок впливу візуальних образів через засоби відеокommunікації - телебачення, відео, кіно, комп'ютер, рекламу і таке інше.

2. Система, якою користується відео комунікаційна система у своєму впливі на світогляд людини, ґрунтується на екранному зображенні, яке спонукає глядача до образо-чуттєвого, синкретичного та метафоричного мислення і в більшій мірі, ніж будь-яка інша відповідає попиту і побажанням сучасної людини, її образу життя та мислення.

Природа відеокommунікації в культурно-історичному контексті змушує нас говорити про максимальне залучення глядача, про максимальну ступінь ідеологізації культурного середовища технічними відеозасобами. Зображення стає дедалі більшим засобом трансляції та розповсюдження певного образу життя, певних схем організації поведінки людей, тобто – наочним свідомством функціонування відеокommунікації в людському суспільстві. Цей синтез виражається в системі функцій, пов'язаних із феноменом колективного сприйняття та процесами колективної діяльності.

3. Одне з визначень трактує культуру як сукупність засобів спілкування, що формують людей, їх свідомість. Зміна історичних епох визначається, за думкою багатьох західних вчених, технічною та культурною революцією, а саме прогресом у засобах масової інформації. На перший план в житті суспільства виходить новий засіб комунікації, що виступає «технологічним продовженням» людини і здійснює на неї всебічний зворотній вплив, викликаючи певні зрушення у структурі сучасної культури через зміни в структурі мислення людини.

Природа відеокommунікації в культурно-історичному контексті змушує нас говорити про максимальне залучення глядача, про максимальну ступінь ідеологізації культурного середовища технічними відеозасобами.

4. Відеокommунікація є продуктом культури. Однією з її складових є світоглядна функція, основу якої складає загальна картина світу. Ця картина світу виникає в масовій свідомості внаслідок впливу візуальних образів через екранне зображення - кінематограф, телебачення, відео, дисплей комп'ютера.

5. Процес розвитку відеокommунікації починається задовго до наших днів проникненням візуальних елементів на "територію", яка до того була непідвладною сферою словесності. З початку ХХ століття традиційні гравюри й малюнки на сторінках преси змінюються фотографіями. На початок 20-х років фотографія витіснила гравюру, рекламні проспекти. В той же час виникає кінематограф. Поява електронних засобів зв'язку знаменувала якісно новий етап розвитку відеокommунікації. Унікальні технічні можливості телебачення породжують цілий ряд нових ефектів, які відтоді експлуатуються відеокommунікацією, зокрема, "ефект присутності", ефект безперервності мовлення та інші.

6. За останні десятиліття бурхливий розвиток відеокommунікації перетворює її в необхідний компонент суспільного буття людини, у джерело постійної інформації у вигляді ідей, уявлень і образів, які додають і збагачують досвід людини, формують її цінності та норми. Система впливу, якою користується відеокommунікація, ґрунтується на екранному зображенні, яке спонукає глядача до образоточного,

синкретичного та метафоричного мислення, і більшою мірою, ніж будь-яка інша, відповідає попиту і побажанням сучасної людини, її образу життя та мислення. В масовому порядку вона не потребує від людини додаткових зусиль задля засвоєння зображального потоку. Нові засоби відеокommунікації відрізняються масовістю дії (забезпечують передачу комплексної інформації з однієї точки мережі комунікації на багатомільйонну аудиторію), агресивністю дії та множинністю форм.

7. Нові форми відеокommунікації відтворюють у своїй продукції елементи спільної ідеології. Вони постійно змінюються в процесі історичного розвитку. Нові форми відеокommунікації відбивають у своїй інформаційній продукції елементи спільної групової ідеології, використовуючи за для цієї мети різноманітні форми відеовпливу: реклама, система "паблік рілейшенз", телепередачі та фільми, нові комп'ютерні технології тощо. На сьогоднішній момент відеокommунікаційна ситуація наприкінці ХХ століття становить собою унікальну сферу для розгортання усього комплексу гуманітарних знань. Це, в першу чергу, стосується двох основних тенденцій чи двох процесів - вивчення відеотехнологій, з одного боку, та проблематизації нової дисципліни за рахунок нової галузі змісту, практики та явищ.

Основні положення дисертаційного дослідження відображено у таких публікаціях:

1. Відеокультура на сучасному етапі розвитку : простір функціонування // Культура і мистецтво в сучасному світі: наукові записки. Вип. І. Київ: Вид. КДУКіМ, 1998.- С. 161.-164.
2. Выборы 1998 как фактор формирования украинского имиджемейкерства // Украинский медиа-бюллетень Вип. І.-К., 1998.- С. 18-20 .
3. СМІ на службі політичного іміджа // Украинский медиа-бюллетень. Вип 3- 4.- К., 1998.- С. 56-60.
4. Все сосчитали: панорама киевских агенств по исследованию масс-медиа// Среда : Российский журнал о медиа. Вип. 1 - М., 1998. С. 41-42.

Сибірякова О.О. Відеокommунікація в структурі сучасної культури: еволюція впливу на людину. - Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук з спеціальності 17.00.01. - теорія і історія культури.

На основі історико- культурного дослідження висвітлюється роль історичне значення відеокommунікації в структурі сучасної культури. Визначається і обґрунтовується сутнісна природа відеокommунікації в культурно-історичному процесі. Докладно простежуються основні етапи розвитку відеокommунікації в системі сучасної культури. Вводячи в науковий обіг великий фактографічний матеріал, дисертантка розкриває історичні особливості формування культурних норм та цінностей засобами відеокommунікації, аналізує основні форми впровадження відеокommунікаційного впливу на людину.
Ключові слова: відеокommунікаційний вплив, історичний прогрес, культура, засоби масової інформації.

Сибірякова Е.А. Видеокommунікация в структуре современной культуры : эволюция влияния на человека.- Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук по специальности 17.00.01 теория и история культуры.

Диссертация посвящена историческому значению видеокommунікации в структуре современной культуры.

В работе раскрывается сущностная природа видеокommунікации в культурно-историческом контексте, подробно прослеживаются основные этапы развития видеокommунікации в системе современной культуры. В работе раскрыты исторические особенности формирования культурных норм и ценностей основными средствами видеокommунікации, анализируются основные формы продвижения видеокommунікационного влияния на человека.

Ключевые слова: видеокommунікационное влияние, исторический прогресс, культура, средства массовой информации.

Sibiryakova Helen A.

Videocommunication in the structure of modern culture: Evolution of impact on an individuals. – Thesis.

Thesis of academic degree of bachelor of historical science, specialization 17. 00. 01. "The theory and history of culture». State University of Culture and Art, Kyjv, 1998.

This thesis considers the meaning of videocommunication in the structure of modern culture.

The main issues disclosed are as follows:

Nature of videocommunication meaning in the cultural and historical context;

detailed analysis of main periods of videocommunication development in the the modern cultural system;

historical peculiarities of developing cultural norms and values by main means of videocommunication;

analysis of main forms of videocommunication

impact on an individual;

Key word: videocommunication, impact of videocommunication, historical progress, culture, electronic image, the mass media of communication.

Підп. до друку 25.11.98 Формат 60x84¹/₁₆

Папір др. апарат. Друк офсетний. Облік. л. д. арк. 10

Умовн. др. арк. 10. Зам. 139. Тираж 100.

Друкарня ІПК ПК

252605, Київ, вул. Січневого повстання, 21.