

ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВО ТА ЕСТЕТИКА:  
НОВІ ІДЕЇ ДЛЯ АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ

**Свінціцька О. І.**, *Житомирський державний університет імені Івана Франка*

У час глобального диктату візуального компонента у різних сферах людського життя спостерігається розширення категоріально-понятійного апарату журналістики та теорії соціальних комунікацій. До традиційних понять додаються нові, запозичені і частково видозмінені, з інших галузей наук – лінгвістики, філософії, естетики, соціології, психології, культурології, мистецтвознавства тощо. Це свідчить певною мірою про «кризу пера», оскільки теорія журналістики та соціальних комунікацій потребує інтеграції власних напрацювань із здобутками інших наук в умовах нової ситуації у поданні та циркуляції інформації в сучасному соціумі. Відтак, необхідність дослідження явищ масової комунікації чи журналістики у міждисциплінарній площині є надзвичайно актуальною. ЗМІ як сферу словесного і візуального моделювання дійсності вже недостатньо вивчати лише з позицій журналістикознавства чи соціальних комунікацій. До аналізу варто залучати й напрацювання в галузі прикладної естетики, які дозволять описати та пояснити низку явищ сучасного інформаційного простору.

Необхідність звернення найперше саме до естетики зумовлена кількома причинами. По-перше, Homo sapiens media, яка втратила віру в Бога і інші духовні світи, створила собі нову світську релігію – віру в факти, ЗМІ. Останні змушують свідомість спиратися більш на емоційне, а не на інтелектуальне осягнення дійсності, і змінюють логічне мислення на емоційно-міфологізоване. По-друге, головним артефактом інформаційного суспільства стала візуальна інформація. А це означає, що до характеристики Homo sapiens media можна застосувати вислів Геракліта, що очі – більш точні свідки, ніж вуха. При цьому важко не погодитись з відомим українським

естетиком В. Личковахом, який зауважував: «візуально-естетичні виміри інформації («міранда») приймають глобальний характер і стають планетарною силою, хоча б через мережу «Інтернет». Розширюється сама естетосфера сучасного людства, захоплюючи мікро- і макрокосм» [1, с. 107].

Як вказує український естетик О. Княжук, у «процесах комунікації, крім масиву вербальних інформаційних повідомлень, завжди присутній масив невербальних інформаційних сигналів, до складу якого і входить естетична інформація» [2, с. 166–182]. До неї, на думку дослідниці, належать проксемічні, екстралінгвістичні та експресивні характеристики даного процесу. Відтак, можна стверджувати, що естетична інформація у повідомленні артикулюється через форму, символ, метафору. У «співпраці» з уявою та асоціаціями той чи інший факт дійсності отримує нову знаковість, сенс і «барвистість». Варто наголосити, що особливого значення при цьому набуває й експлуатація експресивності (Б. Кроче).

По-третє, надаючи перевагу тим чи іншим ЗМІ, *Homo sapiens media* «makes himself». Правда, виникає питання: чи дійсно має вона при цьому оте «одвічне право вибору»? Видається, що навряд чи. Адже *Homo sapiens media* постійно перебуває під впливом зовнішніх чинників: ідей «друзів в чатах», журналістів, суспільства і піддається впливу від їхніх думок і світоглядів.

По-четверте, ЗМІ впливають на людину з емоційно-когнітивного боку. Так, журналіст творить, щоб задовольнити власну внутрішню потребу чи професійний інтерес, а *Homo sapiens media* «споживає» інформацію, щоб отримати насолоду від інформаційного продукту. Тобто, результатом споживання є емоційна насиченість, оскільки сприймання і оцінка нової інформації завжди забарвлені певною емоцією.

Крім того, «свобода від дійсності», яку *Homo sapiens media* отримує завдяки створеній у ЗМІ віртуальній реальності, хоч і є ілюзорною, але лежить в основі естетичного принципу існування – задоволення чи гедонії від споглядання, у даному випадку насамперед візуальної інформації.

Тому подальший ефективний розвиток журналістикознавства та теорії соціальних комунікацій за сучасних умов неможливий без міждисциплінарного підходу та інтеграції напрацювань візуалістики інших галузей сучасного наукового знання.

### **Література**

1. Личковах В. А. Некласична естетика в культурному просторі ХХ – поч. ХХІ століть : [монографія] / Володимир Анатолійович Личковах. – К. : НАКККіМ, 2011. – 224 с.
2. Княжук О. П. Інтуїція в контексті евристичної функції мистецтва : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.08 / Княжук Олена Петрівна. – К., 1997. – 182 с.