

## МЕДІАКУЛЬТУРНА ВИЗНАЧЕНІСТЬ ПРОСТОРУ СОЦІАЛІЗАЦІЇ В ЕПОХУ ПОСТМОДЕРНУ

### *MEDIA CULTURAL DETERMINATION OF SO- CIALIZATION SPACE IN POSTMODERN EPOCH*

**Гірліна Н. Ю.**,  
заступник декана факультету  
підвищення кваліфікації комунального  
закладу вищої освіти «Дніпровська  
академія неперервної освіти»  
Дніпропетровська обласна ради (Україна, Дніпро),  
e-mail: netdanet2@gmail.com.

**Gorlin N. Y.**,  
*Deputy Dean of the Faculty of Advanced Training of  
the Municipal Institution of Higher Education «Dnipro  
Academy of Continuing Education» Dnipropetrovsk  
Regional Council (Ukraine, Dnipro), e-mail:  
netdanet2@gmail.com.*

У статті розглянуті питання медіакультурної визначеності простору соціалізації у контексті становлення інформаційного суспільства та цінностей постмодерну. На основі використання системної та компаративістської методології, поєднання підходів медіа філософії та соціальної філософії розкрито малодосліджений аспект проблеми, пов'язаний з визначенням належності медіакультурного простору соціалізації до постмодерних феноменів. Показано симулятивну природу медіа культурного простору та ризики для становлення людини у процесі віртуальної соціалізації. Обґрунтовано пріоритетність медіа культури серед чинників соціалізації людини в епоху постмодерну.

**Ключові слова:** соціальна філософія, медіакультура, простір соціалізації, симулякр, постмодерн, особистість, інформаційне суспільство.

*The article deals with the issues of media-cultural determinacy of the space of socialization in the context of the formation of the information society and the values of postmodern. Based on the use of systematic and comparative methodology, a combination of approaches to media philosophy and social philosophy, the under-investigated aspect of the problem associated with determining the membership of the media-cultural space of socialization to postmodern phenomena is revealed. The simulative nature of the media cultural space and the risks for the formation of a person in the process of virtual socialization are shown. The priority of media culture among factors of human socialization in the postmodern era is substantiated.*

**Keywords:** social philosophy, media culture, space of socialization, simulacrum, postmodern, personality, information society.

**Постановка проблеми.** Трансформації середовища соціалізації під впливом глобалізаційних процесів, характерних для інформаційного суспільства, носять настільки радикальний характер, що у науковій літературі став поширеним термін «асоціалізація», який підкреслює проблеми, пов'язані зі становленням підростаючого покоління епохи

Інтернету, труднощами збереження індивідуальності під гомогенізуючим впливом масової культури та розкриттям власного креативного потенціалу у суспільстві, яке зорієнтоване на споживання й отримання задоволення. Говорячи про загальну характеристику змін середовища становлення та буття людини XXI століття, потрібно орієнтуватися на традиційне розуміння соціального розвитку як процесу культурного у своїй основі. Це ж стосується і процесу соціалізації, оскільки соціалізація за своєю сутністю є культурним процесом, вона визначається змінами у культурній сфері, а останні в інформаційну епоху визначаються процесами інформатизації та медіатизації. Відповідно інформаційно-медійна природа глобальних культурних змін, які лежать в основі формування нового простору соціалізації особистості суспільства постіндустріального зразка, викликає необхідність дослідження медіакультурної визначеності даного процесу.

**Стан дослідження проблеми.** Медіакультурний простір сучасного інформаційного суспільства є реальним простором соціалізації людини і предметом дослідження у межах концепту постмодерної культури. Цей предмет відображений у настановах постмодернізму як у характеристиках стану сучасного інформаційного суспільства, так і у інтерпретаціях екзистенціальної ситуації кожної людини, що формується під впливом процесів інформатизації та медіації. Однією зі складових постмодерністських теорій є постмодерні концепції соціалізації З. Баумана, У. Бека, Ж. Бодрійяра, П. Бурдьє, Ф. Джеймісона, Ж.-Ф. Ліотара та інших. Вказані концепції в цілому також носять медіа культурний характер, оскільки ґрунтуються на визнанні тотального проникнення культури в соціальність у вигляді симулякрів. Поєднання цього процесу з формуванням візуальної (екранної) культури формує достатньо специфічний постмодерністський об'єкт дослідження процесу соціалізації, в якому індивід зустрічається не з «іншим», а зі своєю власною реальністю, трансльованою мас-медіа.

**Мета дослідження.** Визначення ролі медіакультурного простору як середовища соціалізації людини епохи постмодерну.

**Виклад основного матеріалу.** Центральне місце займає розуміння процесу соціалізації у межах загальних характеристик феномену постмодерну (у Ліотара – відхід від метанаративів, у Джеймісона – пастіш, у Бодрійяра – симулякри тощо). Постмодернізм досліджує епоху постмодерну як нову культурну логіку процесу соціалізації. І тут потрібно вказати на кілька специфічних рис соціалізації у межах медіа культурного простору.

1. Неглибоке розуміння навколишнього світу, яке продукується насамперед культурою симулякруму. У постмодерністській інтерпретації простір соціалізації – поверхневий, позбавлений структурування, чіткої каузальності, можливостей логічного осмислення тощо.

2. Освоєння простору соціалізації поза почуттєво-емоційними межами в умовах втрати індивідом цілісності та його фрагментизації.

3. Втрата простором соціалізації характеристики історичності, зокрема, у вимірі індивідуальної темпоральності, що спричинює специфічні нерозділені, хаотичні та дискретні форми освоєння індивідом соціального досвіду

4. Домінування медіально-віртуальних агентів соціалізації і відповідно нових форм культури як середовища соціалізації з величезним різноманіттям форм, що створює ситуацію невизначеності для індивідів і формує нові механізми соціалізації, стираючи грані між її різними аспектами

5. «Смерть суб'єкта» у сенсі припинення існування індивідуального, домінування просторових, а не темпоральних характеристик (постійне повторення теперішнього) буттєвого середовища з формуванням практик наслідування, театралізації, симулякризації тощо, які стають основними механізмами соціалізації і витісняють з медіа культурного простору традиційні механізми [2, с. 63-64.]

Результатом соціалізації у медіа культурному просторі епохи постмодерну з домінуванням знаково-симуляційної реальності є становлення людини, що не має чітких соціально-ціннісних орієнтирів і усвідомлення себе як особистості, процес соціалізації набуває характеру універсальної стандартизації з аксіологічною невизначеністю. Відповідно подолання такої стихійної моделі соціалізації вимагає вирішення системних проблем: формування у людей індивіда критичного мислення у межах медіа компетентності, регулювання динаміки соціальної заангажованості та індивідуальної автономії, формування у людини здатностей до самотворення з використанням ресурсів медіа культури.

Більшу конкретику вказана проблематика отримує у межах концепту «інформаційного суспільства», який зайняв достойне місце у сучасному філософському дискурсі насамперед як опис «ери електроніки та інформатики» у О. Тоффлера. Інформаційне суспільство Д. Беллом розглядається як репрезентант розвитку сучасної цивілізації, до основних ознак якого відносяться інформатизація та домінування інформаційно-комунікаційних технологій, та становлення глобальної інформаційної інфраструктури як домінуючого чинника суспільного розвитку.

Онтологічний (екзистенційний) топос життєдіяльності людини інформаційного суспільства розглядається як інформаційний (мережно-інформаційний, мережно-інформаційний, інформаційно-комунікативний тощо) простір. У цьому просторі у процесі взаємодій відбувається продукування та трансляція знань, що забезпечують становлення і розвиток людини. Його основою є медіа-комунікації, найбільшого значення набули інтернет-комунікації з

формуванням он-лайн-спільнот і віртуальних субкультур, мережевої етики, що, на думку вітчизняного дослідника С. Куцєпала, й визначає «зміст та форми соціалізуючої комунікації» [5, с. 14]. Як вказує В. Савчук, «медіа не тільки стають самостійною, але і єдиною, або, підсиливши тезу, онтологічною умовою існування людини» [8, с. 10].

Характеризуючи цей поворот у формуванні нового соціалізуючого середовища, М. Кастельс сформулював Інтернет як «комунікаційний медіум» що формує «галактику Інтернет» [3, с. 18]. Відповідно соціалізуючий простір набуває медійно-віртуального характеру, становлення і буття людини відбувається там, де «реальність ...повністю схоплена, повністю занурена у віртуальні образи, у вигаданий світ» [3, с. 351]. У епоху постмодерну саме віртуальний світ, що продукується мас-медіа, створює простір інформаційно-медійного буття, і для життя та використання нових можливостей розвитку у цьому просторі особистість у процесі свого становлення має оволодіти здатностями медіаторності, медіаосвіти, критичного мислення, оскільки саме це стає пріоритетним виміром особистісного розвитку. Реалізація цих внутрішніх можливостей медіа культурного простору і означатиме реальне конституювання інформаційного суспільства як гуманоцентричного цивілізаційного проекту. Електронні мас-медіа формують медіа-культурний простір соціалізації інформаційного суспільства, поєднуючи інформаційні технології з трансляцією культурних патернів та сенсів, що і має своїм результатом продукування людини інформаційної епохи [7, с. 234]. Саме за рахунок медіа культурного простору, на думку дослідниці Б. Садулаєвої, сучасне інформаційне суспільство розширює «фізичні та інтелектуальні можливості людини, змінює матеріальні та духовні умови її існування» [10, с. 193].

Формування нового простору соціалізації, що опирається на розвиток мас-медіа та інформаційних технологій і визначає соціокультурний простір життєдіяльності XXI століття, сьогодні знаходиться у центрі уваги дослідників. Враховуючи, що саме належність до соціальної спільноти і входження до її культури визначає процес соціалізації людини, слід констатувати, що увесь спектр індивідуальних характеристик, здатностей, нахилів – починаючи від ціннісних орієнтирів і закінчуючи практичними моделями поведінки – зазнає медійно-інформаційних впливів, що репрезентують контекст людського існування у культурі інформаційного суспільства, характерними ознаками якої є поширення віртуальних феноменів, мережні форми, наявність симулякрів тощо. Як вказує вітчизняна дослідниця О. Саган, «сьогодні медіа - один з основних факторів соціалізації молодого покоління, а медіакультура - особливий тип культури інформаційного суспільства» [9, с. 104].

Найбільшою інновацією медіакультурного простору стає навіть не використання інноваційних тех-

нологій, що змінюють життя суспільства та людини, а формування системи інтерактивних зв'язків у вигляді мереж міжсуб'єктної комунікації, що спираються на можливості Інтернет-середовища. Саме це створює нові можливості саморозвитку особистості, формування нового соціально-комунікативного середовища, сприятливого для становлення креативної та активної людини, інноваційного суб'єкта соціального розвитку, орієнтованого на гуманістичні цінності. Медіакультурний простір соціалізації виникає як безмежне за своїми потенційними можливостями комунікативне поле взаємодій та кооперативної діяльності, яке здатне стати найбільш сприятливою за всю історію людства сферою самоактуалізації та самореалізації людини.

Медіакультурний простір соціалізації є не просто поняттям, науковою абстракцією, теоретичною конструкцією. Це реальний соціальний феномен, який вирішальною мірою впливає на буттєвий світ людини, наповнює індивідуальне та громадське життя, створює реально діючі механізми регулювання міжсуб'єктних відносин та комунікації, формування індивідуальної та суспільної свідомості, культури, моралі. У межах медіа культури формуються сучасні уявлення людини про себе і світ, про цілі та сенси життя, про належні форми поведінки та спілкування, про соціальні норми та участь у конструюванні свого буттєвого середовища. Ми згодні з вітчизняною дослідницею Т.Логвиновською, яка обґрунтовує необхідність розрізнити соціалізацію як «об'єктивне соціальне явище й аспект людського онтогенезу та соціалізацію як мету і специфічну цілеспрямовану діяльність», тобто об'єкт вивчення та планування [6, с. 373].

В основі реальності медіа культурного простору соціалізації знаходиться реальність медіакультури, яка виступає не лише об'єктом міждисциплінарних досліджень, а й реальним змістовним наповненням середовища соціалізації сучасної людини. Реальність медіакультури як соціального феномену виражається у низці його вимірів, які мають досліджуватися у процесі аналізу медіа культурного простору соціалізації. Мова йде про сферу соціальних впливів мас-медіа; процес взаємодії різноманітних типів культур, насамперед віртуальної та реальної, у медіапросторі; медіакультуру як специфічний інститут соціалізації особистості інформаційного суспільства, наповнений відповідними формами, структурами, процесами; особлива форма споживання культурних цінностей, інформації, зразків наслідування; механізм становлення аксіосфери людини, її картини світу; особлива сфера нормування діяльності та поведінки людини, формування її способу життя тощо.

Як реальний соціальний феномен медіакультура має прояви в усіх сферах і усіх аспектах життя сучасного суспільства, починаючи від побуту і закінчуючи найвищими досягненнями духовної творчості. Свідомість і мотивація людини, основана на них життєдіяльність також у повній мірі демонструють

реальність медіа культурних впливів. Медіакультурні сенси, цінності, значення, моральні настанови входять до сфери самопізнання й самоактуалізації особистості і величезної кількості субкультур. Числені дослідження фіксують об'єктивний характер впливу медіакультури на людину і все соціальне життя в цілому, при цьому дослідники особливо виділяють медіа культурну визначеність основних системостворюючих соціальних сфер ціннісно-нормативної та комунікаційної [4, с. 226].

Інтегративний характер впливу медіа культури на реальні соціальні процеси та буттєве середовище людини детермінується такими атрибутивними характеристиками даного феномену, як системність і цілісність, які у свою чергу є своєрідною трансляцією даних характеристик культури взагалі на сферу діяльності мас-медіа. Можна констатувати, що саме медіакультура інтегрує, поєднує в єдине ціле різновекторні процеси соціального простору інформаційного суспільства, створюючи єдине середовище буття і соціалізації для всіх його членів.

Для сучасної людини саме медіа культура, як справедливо відзначає вітчизняний дослідник Б.Братаніч, виступає змістовною основою у когнітивно-інформаційному відношенні та ціннісним орієнтиром як формування практичних життєвих навичок, так і способів пізнання навколишнього світу [1, с. 24]. При цьому когнітивно-ціннісна значущість медіа культури визначається її входженням до всіх сфер соціальної життєдіяльності і здатністю репрезентувати і відображати все різноманіття реальності, яка оточує людину. За рахунок медіакультури забезпечується цілісність простору буття людини, функціонування комунікативного міжсуб'єктного простору; взаємозв'язок різних складових соціальної структури тощо. Медіакультурна взаємодія на різних рівнях соціальної структури має своїм результатом по суті формування соціальності як реальної системи відносин і суб'єктної характеристики членів соціуму у вигляді розуміння умов власного буття; засвоєння соціальних норм; установлення взаємозв'язків між особистісним буттєвим світом та соціокультурним середовищем; формуванням критеріїв та системи оцінювання соціальних і особистісних феноменів; вибір чи створення власних проектів участі у соціальних перетвореннях і конструюванні соціальної реальності; забезпечення певної інтеграційної основи ціле покладання і діяльності членів соціуму.

**Висновки.** Віртуально-електронна природа медіакультурного простору соціалізації змінює характер інкультурації людини у сучасному суспільстві. Для людини медіакультури цей процес як ніколи набуває приватного та суто індивідуалізованого характеру, оскільки діяльність та комунікація у віртуальному середовищі відбуваються поза пояснюючим контекстом суспільного досвіду, характерним для життєдіяльності у реальному соціальному просторі. Суспільство лише в дуже опосередкованому вигляді може впливати на індивідуальний контакт людини з

культурними надбаннями у медіапросторі. Це радикально змінює значущість індивідуальних чинників культурного розвитку та мотивів до участі в культурному житті, що має мас-медійну природу. Розвиток мас-медіа, Інтернету, віртуальних комунікацій та соціальних мереж формує нове середовище соціалізації насамперед як новий культурний простір з новими можливостями розвитку. У процесі інтеграції у цей новий культурний простір особистість не тільки отримує певні знання, цінності, навички, але й набуває статусу об'єкта медіальних впливів, які визначають процес його формування і життєдіяльності. Такі впливи стають атрибутивною характеристикою буття людини взагалі, оскільки здійснюються паралельно з набуттям людиною статусу суб'єкта, творця свого життєвого віртуального простору. Відтак інтеграція людини у медіакультурний простір в сучасних умовах може розглядатися і як невідмінна умова становлення особистості, і як його результат, і як його механізм. Медіакультурні чинники та впливи є головними факторами, які визначають основні параметри середовища соціалізації у ціннісному інформаційному, інтелектуальному, комунікаційному та інших важливих для розвитку особистості вимірах.

#### Список використаних джерел

1. Братаніч Б. В., 2014. 'Буттєвий вимір медіа-освітнього простору', *Грані*, №9, с.23-26.
2. Джеймсон Ф., 2008. 'Постмодернізм, або Логіка культури пізнього капіталізму', К.: *Видавництво «Курс»*, 504 с.
3. Кастельс М., 2000. 'Информационная эпоха: Экономика, общество и культура', М.: *Гос. ун-т. Высш. шк. экономики*, 608 с.
4. Крюкова Н. А., 2013. 'Медиакультура и ее роль в современном информационном обществе', *Омский научный вестник*, № 5 (122), с. 226-228.
5. Куцепал С. В., 2017. 'Особенности социализации личности в топосі інформаційного суспільства', *Освітній дискурс. Гуманітарні науки*, Вип. 2(2), с.7-15.
6. Логвиновська Т. А., 2013. 'Генезис понятия «социализация» у зарубіжній та вітчизняній науковій думці', *Збірник наукових праць Херсонського державного університету. Педагогічні науки*, Вип. 64, с. 370-374.
7. Покулита І. К., Виселко І. В., 2014. 'Культурні смисли медіапростору – естетичний та аксіологічний аспекти', *Гілея: науковий вісник*, Вип. 91, с. 231-236.
8. Савчук В. В., 2008. 'Медиафилософия: формирование дисциплины', *Медиафилософия. Основные проблемы и понятия* / Под ред. В.В. Савчука, СПб.: *Санкт-Петербургское философское общество*, с.3 - 39.
9. Саган О. В., 2015. 'Медіасвіт як середовище соціалізації молодшого школяра', *Інформаційні технології в освіті*, Вип. 22, с. 103-108.
10. Садулаева Б. С., Юсупова Л. В., 2017. 'Про-

блема социализации и нравственности молодежи в условиях развития информационного общества', *Мир науки, культуры, образования*, № 6 (67), с. 192-193.

#### References

1. Bratanich B. V., 2014. 'Butteviy vimir media-osvitnogo prostoru (Existential dimension of Media-Education Space)', *Grani*, №9, s.23-26.
2. Dzheimison F., 2008. 'Postmodernizm, abo logika kulturi piznogo kapitalizmu (Postmodernism, or the Logic of the Culture of Late Capitalism)', K.: *Vidavnitstvo «Kurs»*, 504 s.
3. Kastels M., 2000. 'Informatsionnaya epoha: Ekonomika, obschestvo i kultura (Information Age: Economics, Society and Culture)', M.: *Gos. un-t. Vyssh. shk. ekonomiki*, 608 s.
4. Kryukova N. A., 2013. 'Mediakultura i ee rol v sovremennom informatsionnom obschestve (Media Culture and Its Role in the Modern Information Society)', *Omskiy nauchniy vestnik*, № 5 (122), s. 226-228.
5. Kutsepал C. V., 2017. 'Osoblivosti sotsializatsiyi osobistosti v toposi informatsiynogo suspilstva (Peculiarities of socialization of personality in the topography of the information society)', *Osvitniy diskurs. Gumanitarni nauki*, Vip. 2(2), s.7-15.
6. Logvinovska T. A., 2013. 'Genezis ponyattya «sotsializatsiya» u zarubizhniy ta vitchiznyaniy naukoviy dumtsi (Genesis of the concept of «socialization» in foreign and domestic scientific thought)', *Zbirnik naukovih prats Hersonskogo derzhavnogo universitetu. Pedagogichni nauki*, Vip. 64, s. 370-374.
7. Pokulita I. K., Viselko I. V., 2014. 'Kulturni smisli mediaprostoru – estetichniy ta aksiologichniy aspekti (Cultural Concepts of the Media Space - Aesthetic and Axiological Aspects)', *Gileya: naukoviy visnik*, Vip. 91, s.. 231-236.
8. Savchuk V. V., 2008. 'Mediafilosofiya: formirovanie distsipliny (Media Philosophy: Formation of Discipline)', *Mediafilosofiya. Osnovnyie problemy i ponyatiya* / Pod red. V.V. Savchuka, SPb.: *Sankt-Peterburgskoe filosofskoe obschestvo*, s.3 - 39.
9. Sagan O. V., 2015. 'Mediasvit yak seredovishe sotsializatsiyi molodshogo shkolyara (Media environment as a medium of socialization of junior school-children)', *Informatsiyni tehnologiyi v osviti*, Vip. 22, s. 103-108.
10. Sadulaeva B. S., Yusupova L. V., 2017. 'Problema sotsializatsii i нравственности molodyozhi v usloviyah razvitiya informatsionnogo obschestva (The problem of socialization and morality of youth in the conditions of the development of the information society)', *Mir nauki, kulturyi, obrazovaniya*, № 6 (67), s. 192-193.