

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА**

ОРОХОВСЬКА Людмила Анатоліївна

УДК 165.774:930.1(02)

МЕДІАКУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора філософських наук

Київ – 2015

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі філософії Національного авіаційного університету.

Науковий консультант – доктор філософських наук, професор
Дротянко Любов Григорівна,
Національний авіаційний університет,
завідувач кафедри філософії.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, професор
Герасимова Ельвіра Миколаївна,
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова,
професор кафедри соціальної філософії
та філософії освіти;

доктор філософських наук, професор
Козловець Микола Адамович,
Житомирський державний університет
імені Івана Франка,
завідувач кафедри філософії;

доктор філософських наук, професор
Кравченко Петро Анатолійович,
Полтавський національний педагогічний
університет імені В. Г. Короленка,
декан історичного факультету.

Захист відбудеться 28 грудня 2015 р. о 12⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.16 у Національному педагогічному університеті імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розісланий 27 листопада 2015 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



О. П. Кивлюк

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Інформаційна революція, що розпочалася наприкінці ХХ століття, пов'язана з повсюдним упровадженням інформаційних систем у сферу виробництва, управління і комунікації. Вона загалом прискорила всі цивілізаційні процеси, вплинула на розвиток економіки, організацію виробництва, науки, освіти, політичні процеси, мистецтво, дозвілля людей тощо. Важливу роль у цих процесах відіграють медійні засоби, які постійно трансформуються під впливом науково-технічного прогресу. Функціонування мас-медіа у кожен культурно-історичну епоху формує відповідний тип медіакультури, який створює образ цієї епохи. Постаючи системою інституційних та індивідуальних форм взаємодії з багаторівневою структурою, медіакультура інформаційної доби ускладнює процеси опосередкування соціальної комунікації, прискорює соціокультурну динаміку. Інформаційне суспільство постає як медіацентричне, в якому завдяки новим телекомунікаційним і комп'ютерним технологіям посилюється вплив мас-медіа на різні сфери буття соціуму.

Інноваційні зрушення в медіакulturі змінюють й антропологічні характеристики, які є базовими для цивілізаційного поступу людства. Людина живе в світі, наповненому сенсами та значеннями творчої діяльності співтовариства, яке сконструювало свою соціальну реальність. Норми поведінки, які би були загальноприйнятими, виробляються в процесі комунікації, у тому числі за допомогою мас-медіа, які згладжують традиційно існуючі відмінності в світогляді людей, змішують приватні життєві реалії в спільному потоці. Мас-медіа змінюють спосіб сприйняття світу, мислення та поведінку людей. Вони інформують їх про стан світу, заповнюють дозвілля, позначаються на типі культури суспільства в певний історичний період.

Поява Всесвітньої мережі Інтернет дозволила охопити електронними мас-медіа широку аудиторію, в якій далеко не всі користувачі здатні до критичного осмислення поданих матеріалів. Останнє зумовлює нові проблеми і виклики, пов'язані з руйнуванням традиційних цінностей як світової спільноти загалом, так і конкретних суспільств. І хоча у філософській і науковій літературі осмисленню зазначених проблем приділяється значна увага, проте поки що відсутня цілісна концепція феномену медіакulturі та її трансформації у контексті цивілізаційного розвитку людства, що й актуалізує це дисертаційне дослідження.

Ступінь наукового опрацювання проблеми. Теоретичним підґрунтям дослідження феномену медіакulturі стали праці філософів, культурологів, соціологів В. Аршавського, М. Данилевського, С. Гантінгтона, А. Гуревича, В. Іванова, М. Кагана, Ф. Кессиді, Л. Когана, Г. Померанця, Б. Рассела, В. Ротенберга, П. Сорокіна, А. Тойнбі, О. Шпенглера. Значний внесок в осмислення феномену медіакulturі сучасної епохи зробили такі теоретики, як Т. Адорно, Е. Азроянц, А. Антоновський, Л. Басва, З. Бауман, М. Бахтін, У. Бек, Д. Белл, В. Беньямін, П. Бергер, В. Боров, Ф. Бродель, М. Володіна, Ю. Габермас, Й. Гейзінга, Ж. Дельоз, У. Еко, С. Жижек, Л. Землянова, В. Іноземцев, Е. Ільєнков, Г. Інніс, В. Кантор, М. Кастельс, В. Келле, О. Киреєв, К. Леві-Стросс, В. Лекторський, Ж. Ліотар, Т. Лукман, Н. Луман, С. Маккуайр, М. Маклюен,

Й. Масуда, А. Моль, Х. Ортега-і-Гассет, Д. Рашкофф, Д. Соссюр, В. Толстих, Е. Тоффлер, Ф. Уебстер, Т. Фрідман, Е. Фромм, О. Чумаков та ін.

Значення масової комунікації в історії і культурі досліджували Р. Барт, В. Біблер, Ж. Дерріда, Б. Єрасов, М. Каган, А. Кармін, Л. Коган, С. Кропотов, Ю. Лотман, Г. Маркузе, В. Межуєв, К. Розлогов та ін. Осмислення медіакультури як феномену Модерну і Постмодерну здійснюють у своїх дослідженнях Н. Барабаш, Ж. Бодріяр, Дж. Ваттімо, Х.-Г. Гадамер, Гі Дебор, Ж. Дельоз, Дж. Дункан, Н. Кириллова, Д. Келлнер, П. Козловски, Ж. Ліотар, Д. Мак-Квейл, Ж. Деріда, М. Фуко.

Проблемі впливу мас-медіа на культуру присвячені праці сучасних українських дослідників М. Бойченка, В. Баркова, Ю. Бестерс-Дільгер, Е. Герасимової, Л. Дротянко, Н. Зражевської, В. Іванова, В. Карпенка, Н. Костенко, Н. Кочубей, В. Крилової, С. Кримського, В. Кулика, В. Лук'янця, В. Ляха, Я. Любивога, Ю. Павленка, Г. Почепцова, Т. Розової, О. Скубашевської, О. Соболя, В. Табачковського, О. Чадюка, С. Чукута.

Дослідженню елементів медіареальності, формування медіаспільнот, специфіки реального і віртуального присвятили свої роботи Я. Засурський, О. Іваненко, М. Корецька, О. Савенкова, В. Савчук, О. Сорокіна, К. Чабаненко. Проблеми інформатизації суспільства, взаємовідносин мас-медіа і влади, впливу мас-медіа на особистість розглядаються у працях С. Гриняєва, М. Дері, Ю. Запісоцького, Д. Іванова, С. Кара-Мурзи, М. Кузнєцова, Б. Лозовського, В. Межуєва, В. Онопрієнка, О. Панаріна, Н. Петрової, К. Розлогова, С. Тер-Мінасової, Ю. Федотченко та інших дослідників.

Проблеми становлення цивілізацій, функціонування окремих цивілізацій започатковані працями М. Данилевського, О. Шпенглера, А. Тойнбі, осмислюються в працях сучасних вітчизняних дослідників В. Андрущенко, І. Бичка, І. Бойченка, В. Воловика, В. Воронкової, П. Гнатенка, Б. Глотова, В. Горського, Л. Гриніна, Л. Губерського, М. Козловця, П. Кравченка, В. Кременя, В. Крисаченка, С. Кримського, О. Кульчицького, М. Михальченка, Ю. Павленка, Ю. Пахомова, М. Поповича, М. Степико, Н. Хамітова, Т. Ящук.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана в межах держбюджетних тем кафедри філософії Національного авіаційного університету «Антропологічний та соціокультурний виміри глобалізованого світу» (№32/12.01.10); «Інформаційне суспільство: його проблеми і перспективи у ХХІ столітті» (№ 34/12.01.10). Тема дисертації затверджена на засіданні Вченої ради Національного авіаційного інституту, протокол № 8 від 10 червня 2015 р.

Мета і наукова проблема дослідження. Метою дисертаційного дослідження є концептуалізація феномену медіакультури в контексті цивілізаційного розвитку, виявлення її особливостей в історичній ретроспективі та перспективі. Для вирішення цієї наукової проблеми сформульовано такі **завдання**:

- з'ясувати місце медіакультури у розгортанні соціально-історичного простору;
- уточнити зміст поняття «медіакультура» через його кореляцію зі змістом понять «культура» і «цивілізація»;

- проаналізувати роль мас-медіа у медіакультурі на різних історичних етапах цивілізаційного розвитку;
- дослідити тенденції трансформації медіакультури в процесі інформатизації;
- окреслити основні виміри кризи медіакультури в умовах інформатизації суспільства;
- обґрунтувати особливості взаємодії мас-медіа і держави в умовах формування медіацентрованої демократії;
- встановити взаємозв'язок феноменів медіакультури та мультикультуралізму у глобалізованому світі;
- проаналізувати роль медійних міфотворчості і реклами у трансформації суспільної та індивідуальної свідомості в інформаційному суспільстві;
- виявити специфіку формування медіапростору України на перехресті культурно-цивілізаційних векторів;
- окреслити роль медіакультури в процесі становлення громадянського суспільства в Україні на початку XXI століття.

Об'єкт дослідження: медіакультура як соціальний феномен.

Предмет дослідження: логіка становлення та розвитку медіакультури в контексті сучасного формату цивілізованого світу.

Методологічна база дослідження зумовлена особливостями його предмета, який вимагає застосування системного, культурно-історичного та соціокультурного підходів, які дозволяють дослідити динаміку медіакультури, єдність її минулого, теперішнього і майбутнього, виявити особливості процесу розвитку, виокремити етапи розширення медіапростору в результаті нових винаходів у сфері комунікаційних технологій. Дослідження коеволюційного розвитку медіакультури і суспільства на різних етапах історії базується на застосуванні діалектичного методу. При вирішенні більш конкретних завдань дослідження ми керувалися діалектичними принципами сходження від абстрактного до конкретного, співпадіння історичного і логічного, взаємозв'язку та розвитку; загальнонауковими принципами синергетики, герменевтики; використали порівняльно-історичний, культурно-семантичний та інші загальнонаукові методи.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає в тому, що в ньому вперше у вітчизняному філософському дискурсі здійснено концептуалізацію феномену медіакультури в контексті цивілізаційного розвитку. Наукову новизну конкретизовано в таких **теоретичних положеннях**, що виносяться на захист:

Вперше:

- на основі культурно-історичного підходу до дослідження конкретних форм соціального розвитку показано еволюцію медіакультури через осмислення ролі мас-медіа в історичному поступі людства, виявлено тенденції трансформації медіакультури. Виявлено місце медіакультури в розгортанні соціально-історичного простору та доведено, що розширення та ущільнення цього простору відбувається у чотири етапи: перший – пов'язаний із винайденням писемності та використанням папірусу, що посилює бюрократичну і централізовану організацію віддалених областей та вплинуло на процес творення імперій Стародавнього світу; другий –

започаткований книгодрукуванням, яке інтенсифікувало соціальний простір у межах національних кордонів; третій – викликаний появою засобів електрокомунікації, що сприяли гомогенізації економічного, політичного, культурного життя; четвертий – зумовлений упровадженням інформаційно-комп'ютерних технологій, які забезпечують поширення інформації у глобальному масштабі, забезпечують інтерактивність комунікації;

- доведено, що мас-медіа виступають стрижнем розвитку історично-конкретних форм системи медіакультури (мова як знакова система, мовні практики, символи, міфічні елементи тощо). Зокрема, в аграрному суспільстві медійними засобами виступали мова, символічні форми міфів, ритуалів, театральних вистав, які у певний спосіб кодифікували світ, задавали певну спрямованість соціальним зв'язкам. У добу Гутенберга поява друкованих мас-медіа змінила структуру мас-медіа та структуру медіакультури загалом, сприяла створенню літературних національних мов. В індустріальну епоху електричні мас-медіа, зокрема аудіо- і відеомедійні засоби, які стали новими формами символічного обміну цього етапу розвитку медіакультури, суттєво трансформували її: розширили аудиторію ЗМІ, сформували керовані інформаційні потоки і вибудували системи вертикально орієнтованих зв'язків, що забезпечили інтеграцію та цілісність індустріального суспільства, сприяли зростанню громадянської активності, розвитку процесів демократизації. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології забезпечили інтерактивність та полілог комунікації постіндустріального суспільства в глобальному масштабі, спричинили сутнісні трансформації медіакультури: змінилася мова медійних засобів, породжуючи кліпкультуру; збільшилася частка опосередкованих соціальних комунікацій; сформувалися віртуальні спільноти; виникли специфічні субкультури, які комунікують на форумах, сайтах чи чатах, користуються власною символічно-знаковою системою та мають власну культуру спілкування в Інтернеті.

Уточнено:

- зміст поняття «медіакультура» через його кореляцію зі змістом понять «культура» і «цивілізація» та обґрунтовано, що на етапі цивілізації (у лінійному розумінні соціального процесу), коли виникає писемність, важливою складовою культури стає медіакультура, оскільки застосування технічних засобів комунікації суттєво прискорює суспільний розвиток. Під «медіакультурою» розуміється соціальний феномен, що охоплює: систему інформаційно-комунікаційних засобів; особливості їхнього функціонування на різних етапах історичного розвитку; вплив мас-медіа на соціокультурну динаміку, суспільну та індивідуальну свідомість;

- основні виміри кризи медіакультури в умовах інформатизації суспільства: панування телекратії; пріоритет інформації над знанням; поява значних обсягів недостовірної інформації у глобальних соціальних мережах; руйнування традиційного укладу життя, духовного потенціалу людини; дегуманізація суспільства; витіснення під впливом життя у віртуальному світі неподільного індивіда фрагментованим, позбавленим цілісності «дивідом»; підміна реального життя його віртуальним симулякром; формування «мозаїчної», «калейдоскопічної» свідомості та культури; еклектизація культурного життя; зниження ролі цінностей національних культур, посилення децентралізації медіапростору країн тощо;

- положення про роль медіакультури в процесі становлення громадянського суспільства в Україні на початку XXI століття, яка полягає у налагодженні медіадискурсу між суб'єктами суспільно-політичного життя заради націєтворення, здійснення демократичних реформ; у гарантуванні мас-медіа доступу до інформації в країні та можливості контролю за діями влади; у забезпеченні захисту інтересів громадян; у протидії деструктивній спрямованості деяких ЗМІ; у налагодженні комунікації на загальнонаціональному рівні; у розробці та підтримці стійкої системи конструктивних суспільних цінностей, які би сприяли консолідації суспільства.

Набули подальшого розвитку:

- дослідження основних тенденцій розвитку медіакультури в інформаційну добу, якими є: зростання мобільного та десктопного трафіку отримання інформації; посилення процесів уніфікації та стандартизації медіапродукції; поглиблення демасифікації мас-медіа внаслідок зростання суспільної активності в інформаційній сфері; сегментування аудиторії демасифікованих мас-медіа за інтересами й уподобаннями; постачання інформації в залежності від алгоритмів соцмереж;

- осмислення особливостей взаємодії мас-медіа і держави в умовах медіацентрованої демократії, основними серед яких є: перехід ідеологічної функції від держави та політичних партій до засобів масової інформації; поява нових способів налагодження політичного медіадискурсу через демасифіковані мас-медіа, які дозволяють розкрити та реалізувати творчий потенціал громадян, виразити їхні політичні погляди, різні точки зору на існуючі проблеми, здійснювати вплив на політику держави етнічних, національних, соціальних груп, окремих громадян; виникнення політичної медіареальності, що проявляється у перетворенні політики (в результаті її віртуалізації) на символічний ідеологічний конструкт;

- аналіз взаємозв'язків феноменів медіакультури та мультикультуралізму в глобалізованому світі. Обґрунтовано, що етнокультурні, конфесійні та інші локальні спільноти, пропагуючи через демасифіковані мас-медіа свою політику, створюють розмаїття культурних ідеологій та сприяють активній політизації культурних ідентичностей, що підриває процеси консолідації націй, посилює мультинаціоналізм у суспільстві, формування нових еліт, що приводить до виникнення нового соціального порядку глобального рівня, поглиблює культурно-цивілізаційні розломи;

- висвітлення ролі медійних міфотворчості та реклами у трансформації суспільної та індивідуальної свідомості через вплив символічних форм і міфологічних образів. Виявлено, що в інформаційному суспільстві останні формують синкретичний погляд людини на світ, сприяють стиранню принципів відмінностей між медіаобразами, створеним під впливом міфотворчості, та об'єктивною реальністю, що посилює вплив міфогенезу на форми духовно-практичного освоєння світу, на установки й поведінку аудиторії;

- дослідження специфіки формування медіапростору України, який створювався під впливом культури як західних, так і східних цивілізацій. Цим і визначається різноманітність економічного, політичного, культурного розвитку, розуміння соціальних стратегій, а отже, й відмінності у змісті і формах функціонування медійних засобів. Сучасна Україна й нині перебуває на перехресті

соціокультурних векторів, оскільки свої цивілізаційні інтереси прагнуть задовольнити на її території представники Сходу і Заходу, що створює цивілізаційні розломи, в тому числі й у функціонуванні сучасного медіапростору.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Результати роботи дозволяють здійснити історичну репрезентацію розвитку медіакультури. Теоретичні положення, отримані в ході дисертаційного дослідження, поглиблюють філософсько-історичний, соціально-філософський, історичний та соціокультурний аналіз особливостей динаміки медіакультури. Практичне значення дисертаційної роботи полягає в тому, що її висновки дозволять виявити позитивні й негативні тенденції розвитку медіакультури. Результати дослідження можуть використовуватися при виявленні потенціалу мас-медіа в Україні в інформаційну добу, коли проявляється особлива роль мас-медіа як фактора соціальної модернізації. Ці результати представляють інтерес не лише для філософів, а й для соціологів, культурологів, політологів, психологів у контексті досліджуваних ними явищ та специфіки зазначених вище наук, а також у навчальному процесі: при викладанні соціальної філософії, філософії історії, культурології, політології, при розробці спецкурсів.

Особистий внесок здобувача полягає в комплексному дослідженні феномену медіакультури. Дисертація є кваліфікаційною науковою роботою, що містить одержані особисто автором результати. Публікації за темою дисертації виконані автором самостійно. Кандидатська дисертація на тему «Світова спільнота в контексті глобалізаційних процесів: філософсько-історичний та соціокультурний аспекти» (спеціальність 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії) була захищена у 2008 році, її матеріали в тексті докторської дисертації не використовувались.

Апробація результатів дисертації. Дисертаційне дослідження обговорювалась і було рекомендоване до захисту на засіданні кафедри філософії Гуманітарного інституту Національного авіаційного університету. Основні положення дослідження були оприлюднені на міжнародних, всеукраїнських та регіональних конференціях, зокрема: «Дні науки Філософського факультету» (м. Київ, 2009, 2014, 2015 рр.); «Людиновимірний характер творчості Лесі Українки (до 140-річчя від дня народження Лесі Українки)» (м. Київ, 2011 р.); «Актуальні проблеми розвитку соціально-гуманітарних наук» (м. Київ, 2012 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій проблемам суспільних наук (м. Москва, 2012 р.); «Пріоритети розвитку суспільних наук у XXI столітті» (м. Одеса, 2014 р.); «Фактори та умови модернізації предмету досліджень представників суспільних наук» (м. Дніпропетровськ, 2014 р.); «Глобалізаційний контекст комунікації в умовах інформаційного суспільства» (м. Київ, 2014 р.); «Імперативи розвитку України в умовах цивілізаційних викликів сучасного світу» (м. Київ, 2015 р.).

Публікації. Основні наукові результати дисертаційної роботи опубліковані в одноосібній монографії «Медіакультура у дзеркалі філософії історії» обсягом 21,41 друк. арк.; у 35 авторських публікаціях, серед яких 5 статей – у іноземних наукових виданнях та у виданнях України, що внесені до міжнародних наукометричних баз; 20 статей – у вітчизняних фахових виданнях; 10 тез доповідей – у матеріалах наукових конференцій.

Структура й обсяг дисертації зумовлені основною метою та завданнями дослідження. Дисертаційна робота складається зі вступу, шести розділів, що, у свою чергу, поділяються на підрозділи, висновків та списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладений на 371 сторінках, список використаних джерел містить 366 найменувань на 36 сторінках. Загальний обсяг дисертації складає 407 сторінок друкованого тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено ступінь її наукового опрацювання, сформульовано мету й основні завдання, об'єкт і предмет дослідження, окреслено методологічні засади й принципи дослідження, визначено наукову новизну його результатів, теоретичне і практичне значення отриманих результатів, наводиться інформація про особистий внесок здобувача, апробацію результатів дисертаційного дослідження, наукові публікації автора, що відображають основні результати дисертації, інформація про структуру роботи.

Перший розділ «Дослідження культурно-історичних витоків становлення медіакультури» присвячено філософській рецепції феномену медіакультури, її концептуальному оформленню із зверненням до історичних, соціальних, політичних та культурних контекстів, а також визначенню основних понять та методології дослідження.

У **підрозділі 1.1. «Медіакультура у контексті соціально-історичного простору»** обґрунтовано, що розширення медіапростору на різних етапах історії мало конструюючу роль у суспільному бутті, насамперед, через розширення соціального простору. Перший етап розширення соціального простору пов'язаний з винайденням писемності та використанням папірусу, які стали чинниками, що посилили бюрократичну і централізовану організацію віддалених областей та вплинули на процес творення імперій Стародавнього світу. Цей етап характеризується екстенсивним розширенням медіапростору на території, що входили до імперій. Особливістю другого етапу розширення соціального простору, започаткованого винайденням книгодрукування, стає його інтенсивне ущільнення в межах кордонів країн, оскільки завдяки друку розширюються можливості надання освіти для широкого загалу. Поява в XIX ст. електрокомунікації стала початком третього етапу розширення медіапростору, характерною особливістю якого є налагодження економічних, політичних, культурних зв'язків в масштабі планети, що актуалізувало філософську розробку ідей щодо створення єдиної всесвітньої держави, світового укладу земної кулі. Остання чверть XX ст. ознаменована появою супутникового телебачення, інформаційно-комп'ютерних мереж, які функціонують на базі цифрового способу передачі інформації, дає підстави виокремити четвертий етап розширення та ущільнення медіапростору. Завдяки електронним мас-медіа об'єднуються національні, регіональні та місцеві електронні мережі та відбувається остаточний вихід інформації за межі територіальних кордонів. Електронні мас-медіа не тільки розширюють медіапростір, але й стають засобами творення особливого медіасередовища – віртуального простору – «третьої природи».

Аргументовано, що медіакультура на цьому етапі розширення соціального простору виступає не лише суттєвою складовою сучасного інформаційного суспільства, але й сутнісною його характеристикою. Поява електронних мас-медіа розширює світові соціокультурні зв'язки до всесвітніх за своїми масштабами, що відповідає інтересам політиків, бізнесменів, діячів науки і культури. Завдяки електронним мас-медіа створюються можливості формування як глобального, так і локального медіасередовища, яке охоплює сфери певних інтересів (економіку, соціальні інститути, суспільну свідомість, духовну і матеріальну культуру). Медіапростір в умовах інформатизації пронизує увесь соціальний простір, усі соціальні практики, в тому числі віртуальну реальність. Глокальність медіапростору дозволяє зробити медіатексти адресованими одночасно в глобальному масштабі та вузькоспеціалізовано. Мережі Інтернету, забезпечуючи вільний доступ до інформації, звільняють людину від отримання тільки одного комплексу ідей і норм, дають можливість доступу до альтернативних думок.

Підрозділ 1.2 «Рецепція медіакультури в соціально-гуманітарних теоріях» присвячений аналізу теорій масової комунікації, на основі яких у дослідженні здійснюється філософське осмислення феномену медіакультури. Аналіз соціологічних концепцій, автори яких суспільний розвиток розглядають як зміну стадій, хвиль тощо показує, що мас-медіа і відповідна кожному етапу розвитку медіакультура є важливим фактором розвитку суспільного виробництва. Звернення у дослідженні до культурологічних концепцій мас-медіа обумовлене необхідністю розглянути засоби масової комунікації як головний засіб ознайомлення людей із культурою і долучення до неї, здійснити рецепцію взаємодії медіасистем із відповідними культурними цінностями, дослідити їх роль як чинника еволюції світових цивілізацій, формування конкретних соціокультурних систем. Соціально-філософські теорії дослідження медіакультури «масового суспільства» розкривають використання медіатехнологій для маніпулювання свідомістю. Представники критичної традиції у дослідженні медіакультури ставлять завдання формування критичного мислення, яке би протистояло маніпулятивному впливу мас-медіа, нав'язуванню товарного фетишизму, споживацької ідеології та псевдопотреб.

Дослідження масового суспільства і впливу на нього мас-медіа втрачає свою актуальність з появою електронних ЗМІ, які, забезпечуючи доступ до різних джерел інформації у масштабі планети, сприяють демасифікації аудиторії, її сегментації, індивідуалізують суспільство. Ці тенденції вимагають здійснення рефлексії впливу мас-медіа на суспільство, яке перестає бути масовим у традиційному розумінні. Тому у дослідженні авторка звертається до праць представників філософії постмодернізму, у яких розглядаються наслідки демасифікації мас-медіа (посилення процесу формування різних видів культур і субкультур, забезпечення можливості меншинам заявити про себе, вільно висловлювати свої погляди і обговорювати проблеми), що призводить до демасифікації суспільства загалом.

У підрозділі 1.3 «Понятійно-термінологічний апарат і методологічна база дослідження медіакультури в контексті цивілізаційного розвитку» обґрунтовується, що концептуалізація феномену медіакультури як теоретична вибудова вимагає включення в себе понять і термінів, що підпорядковано цілісному вираженню предмета пізнання. Використання терміну, що позначає поняття

«цивілізація» у дослідженні обумовлене необхідністю доповнення до терміну, що позначає поняття «культура», для акцентування на таких досягненнях суспільства, як форми правління, процеси, які відбуваються в суспільстві, функціональні зв'язки і відносини, тобто для означення характеристики певного соціального процесу. Крім цього, термін «цивілізація» використовується у дослідженні для означення культурно-історичних типів.

На етапі цивілізації (у розумінні соціального процесу), коли виникає писемність, важливою складовою культури стає медіакультура, оскільки засоби комунікації стають потужним чинником прискорення історичного розвитку. Поняття «медіакультура» використовується авторкою дослідження для означення «третьої природи», особливого світу медіареальності. Цим поняттям характеризують систему інформаційно-комунікаційних засобів та особливості їх функціонування в суспільстві на різних етапах його розвитку (від появи писемності до електронних мас-медіа).

У дослідженні здійснено порівняльний аналіз існуючих дефініцій понять «засоби масової інформації» (ЗМІ), «засоби масової комунікації» (ЗМК), «мас-медіа», «тактичні медіа». На основі кореляції понять «засоби масової комунікації» та «мас-медіа» встановлено, що вони є синонімами, так як у них акцент робиться на комунікаційних стосунках: по-перше, існує відправник повідомлення; по-друге, канал, по якому передається повідомлення в просторі та часі; по-третє, отримувач повідомлення, що сприймає цю інформацію та вступає в комунікацію щодо неї. На відміну від вищеназваних, поняття «засоби масової інформації» не враховує наявності третьої ланки комунікаційних стосунків – реакції отримувача. Поняття «тактичні медіа» введено у ХХ ст. для означення їх маніпулятивного впливу, їх ролі як посередника, який, здійснюючи певне цілепокладання, використовує певні засоби заради досягнення мети.

Обґрунтовано теоретико-методологічні засади дисертаційного дослідження. Показано, що дослідити вплив медіакультури на буття соціуму на різних етапах історії дозволяють системний, культурно-історичний та соціокультурний підходи. Застосування діалектичного методу обумовлене необхідністю дослідження коеволюційного розвитку медіакультури і суспільства на різних етапах історії. Порівняльно-історичний і культурно-семантичний методи використовуються з метою порівняння різних культур і цивілізацій, виявлення проблеми взаємовпливу загальної та локальної історії, місця медіакультури України у медіакulturі світу, що глобалізується. Герменевтичний принцип дозволяє проаналізувати поліваріативність у процесі тлумачення медіатекстів, де пізнання соціокультурної реальності супроводжується не стільки відображенням реальності, скільки прочитанням того, що за ними стоїть – значень і смислів слів, термінів, понять. Розуміння системної складності культури, визнання самоорганізації як шляху збереження «множинності» і розмаїття як умов існування суспільства і культури вимагає врахування принципу синергетики, оскільки нові види мас-медіа є тими інноваціями, які призводять до становлення нових культурних чи соціальних образів, що змінює динаміку суспільства, ускладнює форми соціальної організації.

Другий розділ «Мас-медіа в системі медіакультури» присвячено аналізу чинників, які обумовлюють розвиток культурних цивілізацій, серед яких важливу

роль відіграє розвиток історично-конкретних форм системи медіакультури (мова як знакова система, мовні практики, символи, міфічні елементи), які з медіатизацією суспільства відіграють дедалі більший вплив на становлення соціальної реальності, зміну форм соціального буття та соціальної взаємодії. Предметом філософського осмислення феномену медіакультури є вплив мас-медіа на буття суспільства та людини, конструювання соціокультурних процесів.

У *підрозділі 2.1. «Культурно-цивілізаційні засади зародження мас-медіа»* аналізуються особливості зародження медіакультури та її вплив на цивілізаційний розвиток в аграрному суспільстві. Одним із важливих чинників становлення цивілізацій виступає писемність як засіб зв'язку та передачі набутого досвіду. Мова з її знаковою системою, символічні форми міфів, ритуалів, театральних вистав, які певним чином кодифікували світ, задавали певну спрямованість соціальним зв'язкам, представляють форми системи медіакультури аграрних цивілізацій.

Писемні мас-медіа забезпечили можливість розширення влади на завойовані території та створення імперій; сприяли стиранню часових та просторових меж спілкування, створили умови для комунікації між людьми, які живуть на значних відстанях та в різний історичний час. Алфавіт, а пізніше і друкарство сприяли тому, що зір отримав домінуюче значення в мові й мистецтві, різних сферах соціального та політичного життя. Поява писемності призвела до корегування особистого і суспільного життя на основі нової моделі сприйняття. Людина племені, яка оволоділа писемністю, пережила певні зміни, отримала емоційну свободу, яка дозволила їй відособитися від племені й стати індивідом візуальної орієнтації, якому притаманні однотипні установки, звички і права, однакові з усіма іншими цивілізованими індивідами.

Писемність як культурно-історичний феномен має безпосередній вплив на тип мислення. У представників Заходу під впливом фонетичного алфавіту домінує логіко-вербальний (логіко-знаковий) тип, який характеризується однозначністю, раціональністю, логічністю мислення. Але разом із тим цей тип мислення вибирає лише деякі ознаки, зв'язки та відношення в світі речей та процесів, збіднюючи тим самим світ, який він відображає, його об'єктивну картину. Східним цивілізаціям притаманний образний тип мислення, який, на відміну від логіко-знакового, забезпечує сприйняття світу в усій його цілісності, одночасно і синкретично. Образний тип мислення дозволяє схоплювати одразу, повністю й цілком численні властивості предметів, їхні взаємозв'язки, вловлювати багато сторін і відношень у світі речей та явищ. Ця можливість складає основу інтуїції й творчого процесу, особливо на етапі визрівання наукової чи художньої ідеї. Але образний тип мислення утруднює логічне усвідомлення якостей і відношень речей.

У *підрозділі 2.2. «Мас-медіа і медіакультура в добу Гутенберга»* йдеться про соціальний потенціал технології друку. Оскільки конструювання соціальної реальності здійснюється в процесі інтерпретації знань про суспільство та його життя, то без соціальних інтеракцій, які би забезпечувалися засобами масової комунікації у масштабі країни, таке конструювання досить обмежене. Комунікативна єдність у масштабі країн була досягнута тільки з появою друку, який технологічно започаткував нову епоху – епоху Гутенберга. Якщо рукописну книгу могли читати тільки у вузьких колах освічених людей античного та середньовічного

суспільства, то орієнтація друкованих видань у часи Відродження здійснюється на різні верстви західного суспільства. Відповідно, зростають масштаби впливу на соціум та на можливість конструювання соціальних відносин.

Винахід Гутенберга знаменував новий етап у бутті соціуму і позначився на всій системі відносин: духовних, політичних, соціальних, національних, етнічних, економічних. Під впливом друкованого слова в епоху Відродження відбулася трансформація конструктів суспільної свідомості, прискорилося соціальна і особиста активність. Друк уможливив індивідуальне читання і тлумачення Біблії, і, відповідно, Реформацію і формування протестантської етики, якій притаманні ідеї випробування своєї богоугодності за допомогою практичної діяльності у світському житті, що стало ідеологічною основою промислової революції. Поява нових форм суспільної комунікації, що базувалися на технології друку, сприяла розширенню соціального простору, що мало значення для формування національних держав Європи, забезпечення централізованого державного контролю над діями суспільства. Технологія друку, поширюючись на інші сфери життєдіяльності, спричинила уявлення про гомогенне відтворення, що привело до появи тих форм виробництва (уніфікація масового виробництва, створення конвеєрних технологій та серійності випуску продукції) і соціальної організації (розподіл влади на законодавчу, виконавчу і судову, формування громадянського суспільства), які притаманні сучасним західним цивілізаціям.

У підрозділі 2.3. «Розвиток медіакультури в індустріальну епоху» здійснено дослідження впливу винаходів телеграфу, телефону, радіо, кінематографа на конструювання соціальних сенсів і хід цивілізаційного розвитку людства. Ці винаходи ускладнили комунікативну систему індустріального суспільства, що спричинило розвиток медіакультури як медійно-опосередкованої культури, під впливом якої формуються нові цінності, відбувається трансформація духовної діяльності та зароджуються нові форми комунікативної активності. Нові технології комунікації призвели до докорінних змін у суспільстві. Процеси індустріалізації та урбанізації, які змінили в цей час облік країн Заходу, базувалися саме на цих новітніх технологіях. Формування нації уможливилось завдяки налагодженню комунікації в масштабі всієї країни та досягненню всезагальної освіченості, якої більшість європейських країн досягли в ХІХ ст.

Мас-медіа індустріальної епохи були результатом потреб ринкової економіки та прагнення держави здійснювати вплив на широкі верстви населення на всій території. Тому їхньою специфікою став поділ на політичні й економічні. Але незалежно від цього поділу, і влада, і бізнес-еліти, які володіли мас-медіа, прагнули встановити контроль над процесами масової комунікації, встановлюючи норми інформаційної діяльності та вводячи цензуру, перетворюючи ЗМІ в засоби регулювання соціальної дійсності, правових основ політичного режиму та здійснення соціального контролю через посилення конструювання медіареальності певними образами та символами, якими задається бажаний ракурс сприйняття інформації та оцінки подій. Саме в індустріальну епоху медіареальність стає новим соціокультурним феноменом суспільства, замінюючи собою реальність політичної, економічної, релігійної, культурної сфер суспільного життя. Прагнення держави в індустріальному суспільстві використати медіатехнології для посилення свого

впливу призводить до інституалізації мас-медіа та масової комунікації. Як влада, так і опозиція завдяки цьому інституту набувають комунікативного виміру. Створення, поширення та сприймання символічних форм, які передаються мас-медіа, спрямовується на конструювання соціальної реальності цієї доби: розвитку промислового капіталізму, утвердження ідеї недоторканості приватної власності, формування національної держави, демократизації суспільства на основі виборчого права, поширення масової культури, утвердження ліберально-демократичної системи цінностей.

У підрозділі 2.4. «Особливості функціонування мас-медіа у медіакulturі постіндустріального суспільства» аналізується вплив на медіакulturу винаходу електронних мас-медіа, насамперед Інтернету, який забезпечив процес конвергенції мас-медіа, дозволив пов'язати всі види комунікаційної діяльності й усі типи інформаційних продуктів: електронні газети, радіо, телеканали, електронну пошту, телефонні розмови, пересилку документів, багатоканальні відеоконференції тощо. Принцип горизонтальної, мережевої, децентралізованої комунікації призвів до того, що Інтернет став доступним і найбільш демократичним медіа, яке дозволяє передавати і приймати інформацію одночасно всіма одиницями мережі, здійснювати комунікацію як полілог.

Поява електронних медіа веде до введення нових форм у економічній діяльності, нових прийомів, за допомогою яких відбувається організація виробництва і збуту товарів та послуг. Не стільки речі, скільки символи та кодифіковане знання стають цінністю віртуальної економіки. Завдяки мережам Інтернету змінюються організаційні принципи, які лежать в основі управління трудовими та соціальними процесами. Інтерактивність, яку забезпечує Мережа, дає можливість налагодити взаємодію в реальному чи вибраному часі з усіма учасниками виробничого процесу, забезпечує вищий рівень узгодженості між партнерами в бізнесі. Інформаційні технології дозволили замінити масове стандартизоване виробництво системою інформатизованого виробництва та перейти до малих централізованих підприємств, до локальних структур низового рівня. Кінцевим продуктом такого виробництва стають індивідуальні продукти споживання і послуги, а способом організації праці стає адхократія – тимчасова, ситуативна організація, направлена на вирішення будь-якого конкретного завдання, реалізацію конкретного проекту, в якому кожний організаційний компонент є вільним модулем і взаємодіє з іншими компонентами організації не тільки по вертикалі, але і по горизонталі. Робота для більшості людей стає варіативною, дестандартизованою, яка не повторюється та є відповідальною, яка вимагає від індивіда здатності до свободи дій, прийняття самостійних рішень, оцінки і суджень, постійної готовності змінити сферу зайнятості, професію.

У третьому розділі «Наслідки і перспективи впливу інформаційної революції на медіакulturу» осмислено зміни в сфері медіакulturі інформаційної доби, які відбуваються у результаті впровадження електронних мас-медіа, що стало новим цивілізаційним викликом для людства.

У підрозділі 3.1. «Роль мас-медіа в процесах віртуалізації культури» аналізується вплив упровадження інформаційно-комунікаційних технологій на особливий вид реальності – віртуальну реальність, яка є ідеальним конструктором у

пізнанні, творчості та діяльності людини, та на формування нового типу особистості – віртуала. Рецепція феномену віртуалізації культури, здійснена у дослідженні, спрямована на ідентифікацію її сутності, визначення можливих орієнтацій в сучасному інформаційному просторі, нових шляхів отримання інформації, розуміння її місця в історії культури, виявлення антиномій, які виникають внаслідок використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у різних соціальних практиках, дослідження змін у відношеннях між уявним, символічним і реальним, які відбуваються в психіці людини, що занурюється у віртуальний простір.

Віртуальна реальність здатна зробити немислиме цілком мислимим та змінити саму реальність повсякдення. Вона стає не тільки посередником між людиною та світом, але і самою реальністю, що змінює свідомість, сприйняття реальності, сутність людини. Індивідуалізоване духовне буття, до якого належать емоції, почуття, переживання, знання, мрії, надії, вірування людини, тобто її духовний світ, набуваючи віртуальної форми, стає «третьою природою», яка слідує за природним середовищем існування та «світом речей». Віртуальна реальність, як своєрідний синтез світу свідомості та високих інформаційних технологій, включає як творчий компонент (створення за допомогою комп'ютерних технологій образів, які моделюють реальну практичну діяльність, творення науковцями, митцями на їхній основі реальних проектів, наукових розробок, художніх образів тощо), так і екзистенціальну трансформацію моделі реальності в свідомості віртуалів, перенесення ціннісних орієнтирів з реальності у віртуальність, створення ілюзії реалізації своїх ідеалів, здібностей для тих, хто не зміг адаптуватися до економічних, політичних чи соціокультурних вимог суспільства. Але прагнення віртуала відчувати себе в різних образах розмиває межі між реальним і віртуальним та веде до містифікацій, до втрати цілісності особистості. Прагнення бути кимось іншим знеособлюється в багатолікості, що регулярно і відбувається з учасниками віртуального спілкування. Інтернет-залежність може доходити до ескапізму – втечі із світу реальності в світ віртуальних відносин та поширення субкультури хікікоморі, представники якої не бажають соціалізуватися, уникають контактів із суспільством, що стає нині проблемою для багатьох сімей, члени яких намагаються втекти, сховатися в світі примарному, вигаданому від безрадісних фізичних і психічних аспектів реального життя.

Підрозділ 3.2. «Трансформації медіакультури в процесі інформатизації» присвячений аналізу суттєвих рис медіакультури глобалізованого суспільства, якими є уніфікація та стандартизація її стилів і жанрів, форм подачі матеріалу і його змісту, що відбувається внаслідок такої тенденції розвитку засобів масової інформації як їхня концентрація у власності гігантських медійних корпорацій. Глобалізація, яка є закономірним продовженням історичного розвитку людства, вступає в глибоку суперечність із цивілізаційними основами та всією системою цінностей, які успадковані від традиційних суспільств. Створюються єдині символи, єдині культурні коди та повідомлення, які поширюються через мережу Інтернету, телебачення й інші засоби масової комунікації. Уніфікація та стандартизація медіакультури впливає на зміну способу життя, передбачає уніфікацію стилю життя і культури споживання, стереотипізацією низки аспектів побуту.

Аргументовано, що медіакультура в добу глобалізації характеризується суперечливими тенденціями, які проявляються, з одного боку, в концентрації медіавласності нечисельними транснаціональними корпораціями, у формуванні глобального інформаційного ринку, а з іншого боку, відбувається зростання суспільної активності в інформаційній сфері, що проявляється у створенні альтернативних мас-медіа, насамперед, у мережі Інтернету, а також у виникненні громадських організацій моніторингу ЗМІ та громадських видів мас-медіа, що відстоюють вимоги медіадемократії і розвитку суспільних засобів масової інформації. Тому альтернативою уніфікації та стандартизації стилю і жанрів мас-медіа стає їхня демасифікація, яка сприяє задоволенню інтересів різних груп аудиторії, забезпечує можливість самостійного вибору джерел інформації. Тенденція демасифікації мас-медіа сприяє подальшому сегментуванню (демасифікації) аудиторії та зміні медіаконтенту залежно від якісних і кількісних особливостей поділу аудиторії за інтересами та уподобаннями та, загалом, сприяє посиленню децентралізації медіапростору країн, веде до демасифікації суспільства та підриву процесу гомогенізації національних культур, створення еkleктичної культури.

У *підрозділі 3.3. «Основні виміри кризи медіакультури інформаційного суспільства»* аналізуються негативні аспекти впливу електронних мас-медіа на соціум, пов'язані з інформаційним, технологічним маніпулюванням свідомістю. Нові мережеві технології дозволяють накопичувати і здійснювати якісний алгоритмічний аналіз інформації на серверах транснаціональних компаній, постійно піддаючи обробці свідомість індивіда через подачу інформації. Не зважаючи на те, що в суспільстві створено міф про плюралізм мас-медіа, насправді вони контролюються державою і великим бізнесом і за допомогою коментарів-маніпуляцій подають матеріал у потрібному для них вигляді. Надмірні обсяги інформації, яка подається спрощено, через певні образи, занурюють її споживача в світ, де все вже зрозуміло та витлумачено, що веде до формування одновимірності мислення і поведінки індивідів.

Прояви кризи медіакультури, якими стали: панування телекратії; пріоритет інформації над знанням; поява значних обсягів недостовірної інформації, насамперед, у глобальних мережах; руйнування традиційного укладу життя, духовного потенціалу людини; падіння суспільної моралі; зростання агресивності й нетерпимості до представників інших культур; насадження гедонізму; дегуманізація суспільства, формування байдужості до проблем і болю інших людей; втрата соціальності та формування одновимірності мислення і поведінки індивідів; поява нового типу особистості – віртуала, який підмінює реальне життя його симулякром; витіснення під впливом життя у віртуальному світі неподільного індивіда фрагментованим, позбавленим цілісності «дивідом» вимагають усвідомлення цих кризових явищ, що сприятиме виробленню комплексу заходів протидії небажаним тенденціям розвитку суспільства.

У **четвертому розділі «Медіакультура в соціокультурній динаміці інформаційного суспільства»** досліджено зміни у соціокультурній сфері буття соціуму інформаційної доби, вплив мас-медіа на суспільну свідомість,

основоположні духовно-культурні структури людини, систему її ціннісних орієнтацій та ідеалів.

У *підрозділі 4.1. «Специфіка соціальної динаміки в інформаційну добу»* аналізується тенденція індивідуалізації суспільства і переростання її в процес атомізації. Технологічні інновації в сфері мас-медіа останньої чверті ХХ століття, насамперед, винахід Інтернету, який дав можливість індивідуумам будувати свої мережі он-лайн та оф-лайн на основі власних інтересів, цінностей, проектів, сформували нову модель комунікабельності, яка характеризується індивідуалізмом. Електронні мас-медіа стали чинником, який посилив соціальну атомізацію як явище розпаду соціальних зв'язків, призвів до появи нових віртуальних спільнот, форм соціалізації, способів життя та форм соціальної активності. Віртуальна реальність трансформує як свідомість індивідів, які все більше живуть реальністю вигаданої ними нової культури, ілюзорного світу, так і суспільну свідомість, що веде до її еволюції в напрямку прогресу індивідуальної, а не колективної свідомості.

Доведено, що індивідуалізація суспільства проходить в двох ракурсах: 1) монадності, коли особистість набуває особливого, унікального досвіду, творчого потенціалу, самостійності, свободи та відповідальності, стає індивідуальним виразом загального, пов'язується зі світом у ціннісно-сенсовому відношенні діяльністю, що збагачує культуру. Продукти людського духу завжди були результатом індивідуальних духовних сил, тому тенденція до індивідуалізації розглядається нами як прогресивна для розвитку історії; 2) атомізації як втраті індивідуумами справжніх типів солідарності, послаблення родинних, національних та інших соціокультурних зв'язків, що характеризує її як крайню форму індивідуалізації. Атомізованого індивіда, стиль життя якого усвідомлено вибирається, ми розглядаємо як результат розвитку цивілізації (якщо розуміти під цивілізацією стан суспільства, матеріальні досягнення людства: розвиток промисловості, міський спосіб життя, високий рівень споживання тощо), а не культури з її акцентом на духовність. Для індивіда-атома традиції, звичаї, закони перестають бути регулятором поведінки. Життя соціуму для нього втрачає значення, вартісними стають особисті потреби, які часто «реалізуються» у віртуальній реальності. На суспільному рівні посилення атомізації підриває засади суспільства, загострює розпад соціальних інституцій та веде до занепаду громадського життя.

У *підрозділі 4.2. «Мас-медіа і держава: особливості взаємодії в умовах формування медіацентрованої демократії»* проаналізовано роль мас-медіа в забезпеченні політичного медіадискурсу між владними політичними інститутами та громадськістю. Масштаб впливу електронних мас-медіа на сучасне суспільство дає підстави характеризувати політику сучасних держав як медіацентровану, а політичну систему, у якій засоби масової інформації здійснюють потужний вплив на політику – медіацентрованою демократією. Характерними особливостями цієї форми правління є перехід ідеологічної функції від держави та політичних партій до засобів масової інформації, що вимагає нових способів налагодження політичного медіадискурсу, створення політичної медіареальності, перетворення політики в результаті її віртуалізації на символічний ідеологічний конструкт. За допомогою

вироблення і трансляції певних образів і сенсів, міфологем, ідеологічних установок мас-медіа формують певну політичну картину світу.

З розвитком електронних мас-медіа громадяни отримали можливість здійснювати вплив на державну політику, брати участь у обговоренні назрілих суспільних проблем, що сприяє відкритості держави, дозволяє знизити соціальну напругу в суспільстві. Доступ громадян до політичної сфери в інформаційному суспільстві забезпечується, насамперед, через медіадискурс, який дозволяє, по-перше, налагодити інформування уряду і політичних партій про існуючі в суспільстві проблеми й суперечності; по-друге, здійснювати інформування суспільства про рішення уряду і партійних інститутів; по-третє, політичний медіадискурс стає інструментом, що дозволяє організувати інформаційні змагання між конкуруючими способами інтерпретації подій у засобах масової інформації.

У дослідженні сформульовано основні пріоритети політики держави, яка орієнтована на консолідацію різних соціальних груп, у сфері мас-медіа: забезпечення суспільства повною, правдивою, своєчасною інформацією з розрізненням фактів і думок; забезпечення плюралізму ЗМІ, який би відображав усе розмаїття позицій різних політичних сил; визнання рівності всіх засобів масової інформації, поваги до їхніх позицій і думок; забезпечення свободи інформаційної політики в межах законів про ЗМІ; толерантність ведення інформаційної політики; аргументованість суджень, відмову від маніпулятивних прийомів, софістики; ведення відкритого діалогу, об'єктивності представлених аргументів; дотримання вимог інформаційної безпеки, неприпустимість інформаційних війн.

У *підрозділі 4.3. «Медіакультура в контексті мультикультуралізму глобалізованого світу»* досліджено вплив медіакультури інформаційної доби на формування мультикультуралізму як політики країн Заходу. Політика мультикультуралізму базується на інтеграції без асиміляції, на визнанні того, що в суспільстві немає панівної культури й будь-яка спільнота, якій притаманні культурні особливості та ознаки етнічності, має право на культурну автономію. Реалізація цієї політики передбачає побудову суспільства на взаємодії соціальних структур, створених на етнокультурних, конфесійних та інших міжгрупових засадах.

Дисертантка звертає увагу, що реалії життя виявили негативні аспекти політики мультикультуралізму: вона не стільки сприяє інтеграції суспільства, скільки створює міжкультурні, міжетнічні бар'єри. Етнокультурні, конфесійні спільноти, пропагуючи через демасифіковані мас-медіа свою політику, прагнуть до створення розмаїття культурних ідеологій та сприяють активній політизації культурних ідентичностей, що підриває процеси консолідації націй, посилює мультинаціоналізм у суспільстві, формування нових еліт, що приводить до виникнення нового соціального порядку глобального рівня. Внаслідок зазначених процесів у кінці ХХ – на початку ХХІ ст. поглибився розпад націй на окремі етнічні та культурні утворення. Якщо в ХІХ–ХХ ст. домінував процес націєтворення, то виникнення феномену мультикультуралізму спричинило не тільки гальмування цього процесу, а й посилення центробіжних тенденцій та привело до мультинаціоналізму вже сформованих націй. У дослідженні звертається увага, що особливе занепокоєння в сфері медіакультури викликає те, що демасифікація мас-медіа, яка спостерігається в останні десятиліття, може призвести до локалізації

культур окремих етносів чи релігійних груп, можливості неконтрольованого використання сучасних мас-медіа екстремістськими групами.

У п'ятому розділі **«Вплив медіакультури інформаційного суспільства на суспільну та індивідуальну свідомість»** досліджено специфіку змін у індивідуальній та суспільній свідомості під впливом образів, символів, стандартів, міфів, реклами.

У підрозділі 5.1. **«Телекратія та її вплив на суспільну й індивідуальну свідомість»** аналізується маніпулятивний вплив медіа інформаційної доби на свідомість людини і суспільства. Характерною рисою технологічної культури та технологічних засад устрою життя людей є насадження готових образів та символів, які майже не вимагають інтерпретації та виглядають самою дійсністю, що забезпечує можливість управління соціумом за допомогою мас-медіа через тотальний контроль за індивідуальною і колективною свідомістю. Образи екрану формують певні взірці, які влаштовують тих, хто створює певні стереотипи в оцінці образів та інформації. Якщо вважати, що використання інформації безпосередньо пов'язане з проблемою управління, то мас-медіа можна розглядати як особливу соціально-інформаційну систему, що виконує функцію орієнтації. Тенденцією формування свідомості сучасної людини, яка перебуває під впливом різних потоків інформації з багатьох джерел, є формування «багатошарової» (Т. Адорно), калейдоскопічної свідомості глядачів, що призводить до втрати здатності цілісного сприйняття медіатекстів. Свідомість таких людей вихоплює окремі кадри, які складаються у розмаїту мозаїку фактів, думок, образів і т. д., що робить її легкою здобиччю для маніпуляцій.

Маніпулювання свідомістю здійснюється через різні прийоми: спрощення ідеологічних тез до простого, доступного і зрозумілого визначення; перебільшення і спотворення, спрямоване на гіпертрофування випадкового факту, фрази, тези; оркестровка подачі інформації; навішування ярликів; наведення лоску; перенесення авторитету; відверта брехня тощо. Обґрунтовано, що протидіяти маніпуляції свідомістю, яка веде до руйнування особистості, зомбування та роботизації людей, можливо встановленням громадського контролю над засобами масової інформації.

У підрозділі 5.2. **«Культуріндустрія і мас-медіа як чинники стандартизації соціального суб'єкта в інформаційному суспільстві»** дається характеристика основних рис сутнісного виміру соціальності людини в суспільстві, культура якого є стандартизованою внаслідок її технологічної складової. Такими рисами стають її діяльність та відповідність певним нормам, які домінують у суспільстві, що дає підстави характеризувати її як зовнішньо-орієнтовану особистість. Життя такої особистості визначається через представлення себе, через надання різним атрибутам певного сенсу. Мас-медіа, диктуючи певні стандарти, транслюючи усереднені культурні продукти, насаджують певні взірці, за якими вибудовується життя соціуму: стандартизуються навички та уміння у сфері професійної діяльності, поширюються певні стандарти поведінки і манер спілкування людей, які не пов'язані з їхньою національною та культурною приналежністю, поведінка соціальних суб'єктів під впливом нав'язаних мас-медіа стандартів стає програмованою та прогнозованою, забезпечується інтеграція індивідів в соціальні

та політичні інститути суспільства, формується конформістське ставлення до політики, одновимірність мислення.

Залежність людини від соціуму змушує її виконувати певні правила, що часто встановлюються без урахування її волі. Відповідно, вона не може бути вільною, а змушена перетворюватися на соціального актора, вдягати певну соціальну маску, яка є прийнятною у даному суспільстві. Стаючи носіями масок, які символізують певні настрої в суспільстві, індивіди стають схожими один на одного, а зміна цих настроїв змінює і маски. Розпад людської сутності індивіда, який поступається ідеалами свободи і гуманізму заради становища в суспільстві, грошей, примарної слави, приводить до того, що він стає не спроможним розпізнавати зло та ефективно з ним боротися. Якщо в давні часи індивіду була притаманна космічна свідомість, то сучасна соціалізована людина мислить, як правило, критеріями цінностей певної цивілізації. Ці цивілізації не помічають спільності долі людей на землі, більше налаштовані на війну, ніж на співпрацю та діалог. Цивілізаційний вимір витісняє культурно-ціннісну свідомість, веде до формування зовнішньо-орієнтованої особистості, поведінка якої визначається не традиціями і принципами, а різного роду впливами, системою зв'язків, модою, авторитарною бюрократією тощо.

У *підрозділі 5.3. «Міфогенез і метафора в сфері культури медіа інформаційного суспільства»* розглядається роль упровадження в політичні комунікації символічних форм і міфологічних образів, сконструйованих мас-медіа. Звернення сучасних міфотворців до архетипів обумовлене тим, що вони є не тільки цінностями, на яких сформувалися культурні засади сучасних цивілізацій, а й засадами, що визначатимуть ментальність у майбутньому. Міфологічна свідомість формує уніфікований, спрощений образ світу. Якщо традиційні міфи (міфи першого покоління) намагалися пояснити і реальність, і мотиви поведінки людини, то сучасна міфотворчість, використовуючи образи і концепти стародавніх міфів, створює міфи другого покоління – неоміфи, нав'язує певні стереотипи, змушуючи людину постійно балансувати меж медіареальності і дійсності. Можливість донести міфи другого покоління до широкої аудиторії за допомогою новітніх інформаційно-комунікаційних технологій веде до росту ірраціональності в структурі масової свідомості, до її реміфологізації.

У конструюванні соціальної і політичної реальності міфи часто використовують метафори, вплив яких на мислення людини значно сильніший, ніж простого мовлення. Оскільки концепти, у тому числі й метафори, які керують нашим мисленням, впливають на повсякденну діяльність, вони структурують нашу поведінку і відносини з іншими людьми. Використання метафор як когнітивних феноменів, що впливають на мислення людини, спрямоване на опрацювання структур знань, оскільки метафори за своєю сутністю є феноменами, що забезпечують розуміння. Використання метафор у політичній міфотворчості спрямоване на процес прийняття рішень у проблемних ситуаціях, тому кількість метафор у міфах зростає в періоди суспільно-політичних і економічних криз. За допомогою метафори вдається створити нову текстову реальність і зруйнувати первісний зміст, що задається темою. Використання у міфотворчості метафор дозволяє висловити таку думку, яка сама по собі залишається неявною, прихованою чи латентною.

У підрозділі 5.4. *«Реклама в контексті віртуалізації соціуму та її роль у трансформації суспільної й індивідуальної свідомості»* здійснюється аналіз впливу реклами, яка через формування псевдопотреб стає потужним фактором соціально-культурної динаміки, стратифікації суспільства у суб'єктивно-значимі спільноти за критерієм доступу до престижних брендів, імітації життєвих стратегій, способу та стилю поведінки рекламних героїв. Створені мас-медіа за допомогою реклами іміджі та бренди наділяють товари, послуги, стилі життя певними символами, що стають головними критеріями поведінки споживача і ресурсами конкурентоспроможності виробників товарів і послуг.

Реклама стала складовою «кліп-культури» віртуального соціуму, різновидом міфотворчості в масовій свідомості, новим компонентом медіакультури з новими правилами поведінки. Медіадискурси рекламних кампаній різних виробників ведуть битви за домінування відповідних медіаобразів, використовуючи при цьому різні рекламні штампи: апеляцію до прогресу (купувати все нове, щоб іти в ногу з часом), перемоги над іншими, авторитету науки, думку відомої людини чи народу, апеляцію до почуттів, що викликають позитивні емоції тощо. За допомогою реклами нав'язуються певні стандарти, життєві пріоритети, формується новий стиль життя і стандарти поведінки, що призводить до зміни ціннісно-нормативної складової культури. Використовуючи мас-медіа, творці реклами спонукають людей до все нових потреб, які часто насправді їм не потрібні. Адже реклама апелює не до розуму, а до підсвідомості та людських інстинктів. Завуальовано застосовуючи засоби насилля над особистістю, реклама змінює стиль життя та форми взаємодії людей, формує нові аксіологічні орієнтири. З інструменту маркетингу вона перетворюється в фактор впливу на соціально-культурний розвиток як окремої людини, так і суспільства, фактор виховання і соціалізації особистості.

У шостому розділі *«Особливості становлення медіакультури в соціальному просторі України»* розглянуто становлення, розвиток, завдання і перспективи медіакультури в Україні.

У підрозділі 6.1. *«Вплив культурно-цивілізаційних векторів «Схід – Захід» на формування медіапростору України»* аналізується специфіка формування медіакультури в нашій країні, яка знаходилася на перехрестях східної і західної цивілізаційних осей, була під впливом різних народів, що вплинуло на формування культурного та соціального життя. Актуальність дослідження цієї проблеми зумовленена розбудовою демократії в Україні, що вимагає становлення медіакультури, яка б формувала на основі публічного суспільного дискурсу культуру толерантності сучасного суспільства та враховувала як західноєвропейський досвід політико-правового облаштування суспільства, так і етико-естетичні засади культури Сходу.

Встановлено, що динаміка медіакультури в Україні мала позитивний вплив на соціокультурний розвиток. Засобом гомогенізації культури часів Київської Русі була поява фонетичної писемності. Поширення друкарства в українських землях (останні десятиріччя XVI – перша половина XVII ст.) стало складовою частиною національно-культурного та релігійного відродження українського народу, уможливило залучення до культурного й політичного життя широких верств населення. Формування літературної мови, яка з часом витіснила народні мови

розрізнених регіонів і стала засобом масового спілкування, було найважливішим фактором забезпечення умов для формування нації та національної культури. Видання загальнонаціональних газет у ХІХ ст., яке забезпечило діалог на рівні суспільства, мало важливе значення для націєтворення.

Перебування українських земель під владою різних держав позначилося на культурно-цивілізаційній специфіці різних регіонів України, на двовекторності орієнтації як національної еліти, світоглядних установок мас, так і на орієнтації держави в зовнішній політиці, яка була до лютого 2014 р. теж двовекторною. Протистояння в сучасному українському суспільстві, різні світоглядні й ідейно-політичні орієнтації українців, неоднозначне ставлення до минулого змушує актуалізувати проблему толерантності як первинної умови консенсусних рішень, що об'єднують суспільство. Нетерпимість, яка пропагується в мас-медіа стосовно тих чи інших етнічних, соціокультурних, політичних спільнот, орієнтація на корпоративні інтереси мають бути замінені на орієнтацію на загальнолюдські цінності. Небезпечною для суспільства є пропаганда в мас-медіа ідей, які можуть сприяти пробудженню расової, етнопонаціональної, соціальної ідентичності та які відволікають від усвідомлення єдиних з іншими людьми загальнолюдських цінностей. Це веде до соціальної напруги, до революцій, громадянських і цивілізаційних воєн. Завданням медіакультури має бути формування культурного середовища, доброзичливо налаштованого до всього іншого, чужого, особливого.

У підрозділі 6.2. «Поліструктурність мас-медіа в сучасній Україні» аналізуються особливості розвитку медіакультури України часів СРСР та в роки незалежності. Встановлено, що характерними рисами розвитку медіакультури в УРСР був тотальний контроль з боку КПРС над усіма видами ЗМІ; медійний простір був уніфікований; медіакультурі була притаманна кожному тоталітарному режимові централізація культурного життя; роль мас-медіа зводилася до трансляції офіційно схваленої інформації; основними функціями ЗМІ були ідеологічна, соціально-регулятивна, адміністративно-наглядова та виховна. Становлення сучасної системи засобів масової інформації, яка б відповідала загальнодемократичним європейським стандартам, розпочинається в Україні в період «перебудови» в другій половині 80-х років ХХ ст. Медіасередовище зазнало значних змін: зник ідеологічний контроль з боку компартії за пресою; відбувся перехід від тотального контролю з боку держави за роботою медіа до засад ідеологічного плюралізму та діяльності в умовах ринкової економіки. Перебудова сприяла ослабленню партійного контролю і розвитку спочатку друкованих, а потім і електронних мас-медіа, у напрямку гласності.

Трансформація медіакультури у напрямку демократизації відбулася в результаті перших демократичних виборів 1990 р., коли в республіканські, обласні та районні ради було обрано представників опозиції. Висуванці опозиційних організацій поставили вимогу забезпечити їм доступ до періодичних видань, які раніше видавалися спільно комітетами партії та радами. Громадяни отримали право на свободне одержання, використання та розповсюдження інформації. Було дозволено безперешкодне творення друкованих і електронних мас-медіа (за умови реєстрації в комітеті з питань преси), які могли бути заснованими, крім органів влади, і будь-якими організаціями, установами, державними та приватними підприємствами й окремими громадянами. «Демасифікація» в сфері медіа в Україні

сприяла посиленню розмаїття ЗМІ, розширенню спектру їхньої продукції. З'явилися друковані видання, розраховані на потреби та інтереси певних споживачів. Преса, телебачення і радіо стали різноманітнішими за стилями та жанрами, відбувся їхній поділ на «елітні», «масові» та «жовту пресу», що є характерним для функціонування західних мас-медіа.

Автор доходить висновку, що значне ускладнення структури медійних засобів спонукає до вироблення нових форм взаємодії між державою і ЗМІ, а також між самими медіа. Заповнення інформаційного простору України іноземним продуктом перешкоджає націє- й державотворенню, процес якого в Україні утруднений через багатомовне нищення мови і культури, через відсутність єдиної інтерпретації подій. Розбудова держави в Україні актуалізує завдання розбудови вітчизняних мас-медіа як чинника формування власної національної й цивілізаційної ідентичності, інтегрування представників різних народів та націй, що проживають в Україні в українську спільноту, формування єдиної політичної нації та забезпечення національної безпеки.

У *підрозділі 6.3. «Роль медіакультури у становленні громадянського суспільства в Україні»* аналізується роль медіакультури у забезпеченні медіадискурсу між різними соціальними групами та владними структурами, у гарантуванні доступу громадян до інформації та можливості контролю за діями влади, від чого залежить розбудова громадянського суспільства. Можливості налагодження медіадискурсу зростають із появою електронних мас-медіа, які забезпечують висвітлення поглядів різних суспільних груп, обговорення соціально-політичних, культурних, екологічних проблем, координацію зусиль громадян в боротьбі з владою. Реалізація прав громадян неможлива без функціонування інституту незалежних від держави мас-медіа, покликаних виражати і захищати інтереси представників різних громадських організацій. Створення мас-медіа, що представляють організації громадянського суспільства і утверджують пріоритет прав людини, виключає монополію однієї ідеології, одного світогляду, забезпечує свободу совісті. Свободне функціонування недержавних засобів масової інформації є показником громадянської зрілості суспільства, усвідомлення ним своїх власних потреб, рівня його самосвідомості.

Репрезентація організацій громадянського суспільства в Україні в мас-медіа поки що представлена недостатньо і це вимагає створення суспільних ЗМІ, які б виражали громадські інтереси та забезпечували активну участь аудиторії в медіадискурсі заради консолідації громадськості навколо соціально значущих проблем та здійснення демократичних реформ. Мас-медіа, що представляють інтереси громадянського суспільства, є важливим соціальним інститутом, здатним ефективно узгоджувати інтереси особистості і суспільства, бізнесу і держави. Взаємодія держави і мас-медіа, що репрезентують інтереси різних соціально-політичних, культурних, національних, релігійних та інших груп у суспільстві, має будуватися на гарантії свободи думки і слова з боку держави, але за умови персональної відповідальності перед законом за неправдиву та наклепницьку інформацію. Розбудова громадянського суспільства значною мірою залежить від здатності медіакультури: 1) налагодити медіадискурс між суб'єктами суспільно-політичного життя заради здійснення демократичних реформ; 2) гарантувати мас-

медіа доступ до інформації в країні та можливість контролю за діями влади; 3) забезпечити захист інтересів громадян; 4) протидіяти деструктивній спрямованості певних ЗМІ; 5) налагодити комунікацію на загальнонаціональному рівні; 6) розробити та підтримати стійку систему конструктивних суспільних цінностей, які би сприяли консолідації суспільства.

ВИСНОВКИ

У висновках дисертації сформульовано основні результати дослідження, які висвітлюють проблематику та загальну структуру роботи. На основі поставленої мети та сформульованих завдань під час написання наукової роботи здійснено концептуалізацію медіакультури у контексті цивілізаційного розвитку.

1. Медіакультура є системою інформаційно-комунікаційних засобів, що характеризується особливостями функціонування в суспільстві на різних етапах історичного розвитку (від появи писемності до електронних мас-медіа), а також, знаковою системою, за допомогою якої передається інформація про навколишній світ, створюються різні форми символічної реальності, що репрезентують настрої кожної епохи.

2. Можливості мас-медіа налагодити комунікацію визначають рівень цивілізаційного розвитку і культури, а позиція мови в комунікації між спільнотами формує національну і культурну ідентичності. Образи мас-медіа, створюючи різні форми символічної реальності, репрезентують соціальні ідеали і почуття в кожен історичну епоху. Маючи владу надавати подіям певний сенс через відповідну інтерпретацію соціально-політичних процесів і явищ, медіа виконують функцію конструювання. Саме через засоби масової інформації у суспільній свідомості формується система цінностей, прийнята суспільством на відповідному етапі його становлення. Медіа стають частиною дійсності з усіма її суперечностями, в різних формах відтворюючи реальність. А медіакультура репрезентує історичне буття через зміну матеріальних і ідеальних засобів комунікації, особистостей, спільнот, народів тощо, набуваючи при цьому трансісторичного характеру.

3. Комплексне дослідження впливу медіакультури на соціальну та культурну сфери історичного буття, проведене із застосуванням системного підходу, виявило системоформуючі функції цього феномену, його трансформуючий вплив на людину, соціальні групи та інститути суспільства. Заперечуючи комунікативні форми попередньої культурно-історичної епохи, нові медіа знімають їхні елементи, синтезуючи більш складні механізми інформаційно-комунікаційної діяльності та посилюючи комплексний вплив на людину і суспільство, формуючи нові системи суспільних стосунків, опосередковуючи соціокультурну сферу суспільства технологіями комунікації.

4. Історіософська рецепція трансформації медіакультури від епохи дописемного варварства до інформаційної доби показала, що поява нових видів мас-медіа залежить від потреб суспільства в забезпеченні комунікації у різних соціальних практиках – політиці, економіці, духовній сфері – і співпадає, як правило, із соціальними змінами у відповідну історичну епоху. З розвитком суспільства ускладнюється структура соціальних інститутів, для обслуговування

яких створюється система масових комунікацій. Прогрес у сфері медіа не тільки розширює комунікативний простір, інформаційно-комунікативні зв'язки між усіма підсистемами соціального середовища, а й призводить до його радикальної трансформації. Зміна технологій породжує зміну способу комунікації, яка домінує в суспільстві та веде до зміни середовища існування людини, формування певної соціально-економічної системи.

5. Дослідження впливу новітніх технологій на соціокультурну сферу в інформаційному суспільстві показало, що в результаті домінування електронних мас-медіа виникає особливий вид реальності – віртуальна реальність, яка є ідеальним конструктором у пізнанні, творчості та діяльності людини, і формується новий тип особистості – віртуал. У культурі інформаційної епохи буття «першої» природи та створеної людиною «другої» природи доповнилося світом віртуальних феноменів – «третьою» природою, яка є синтезом свідомості й високих інформаційних технологій. У цю віртуальну реальність стали переходити сфери міжособистісної комунікації, освіта, творчість, мистецтво, проведення дозвілля. Буття людей в інформаційну добу медіатизувалося через опосередкованість сприйняття реальності образами, створеними мас-медіа, які дедалі більше перетворюються із засобу комунікації на засіб передачі симулякрів. Медіакультура інформаційної доби стала технологічно детермінованою досягненнями техногенної цивілізації, що змінює онтологічний статус медіареальності, перетворюючи її на віртуальний світ символів, за допомогою яких конструюється діяльність соціальних суб'єктів. Дозволяючи самостійно моделювати нові конструкти медіареальності, віртуальна реальність перестає бути просто посередником між людиною і світом, а стає фактором трансформації свідомості, сприйняття реальності, змінюючи відношення між уявним, символічним і реальним у психіці людини, що занурюється у віртуальний простір, і, відповідно, саму сутність людини.

6. Медіакультура в добу глобалізації характеризується суперечливими тенденціями, які проявляються, з одного боку, в концентрації медіавласності нечисельними транснаціональними корпораціями, у формуванні глобального інформаційного ринку, уніфікації та стандартизації стилів і жанрів продукції мас-медіа, форм подачі матеріалу і його змісту, що впливає на зміну способу життя, передбачає уніфікацію стилю життя і культури споживання, стереотипізацією низки аспектів побуту, а з іншого боку, відбувається зростання суспільної активності в інформаційній сфері, що проявляється у створенні альтернативних демасифікованих мас-медіа. Наслідком демасифікації мас-медіа стає демасифікація суспільства, послаблюється процес гомогенізації національних культур, посилюються тенденції еkleктизації культури, децентралізується медіапростір країн, що переводить усю соціальну систему на більш високий рівень розмаїття і складності, в тому числі ускладнюючи процес реалізації ідеї представницької демократії через складну конфігурацію меншин, на відміну від традиційного поділу на провладні сили та опозицію.

7. Новою моделлю комунікабельності, яка сформувалася в результаті упровадження нових комунікаційних технологій, зосереджених на диверсифікованій, спеціалізованій інформації, стала її сегментація за ідеологією, культурними цінностями, смаками та стилями життя, що призвело до фрагментації

соціальної комунікації та втрати загальнокомунікативного контексту, а комунікація через мережі Інтернету посилила атомізацію індивідів, що змінило систему цінностей людини, трансформувало патерни її поведінки. Тенденція атомізації суспільства постає як крайня форма його індивідуалізації і проявляється у втраті індивідуумами справжніх типів солідарності, послабленні родинних, національних і інших соціокультурних зв'язків та в десоціалізації індивідів.

8. Посилення впливу мас-медіа на політику в інформаційну добу обумовило формування медіацентрованої демократії, характерними особливостями якої є перехід ідеологічної функції від держави та політичних партій до засобів масової інформації, перетворення політики в результаті її віртуалізації на символічний ідеологічний конструкт. Мас-медіа, налагоджуючи політичний медіадискурс, створюючи політичну медіареальність, перетворюються у соціальний інститут, що виробляє соціально значимі образи, ідеї, знання, інформацію. Медійне мистецтво формування політичного іміджу стає визначальним фактором досягнення політичного успіху. Ідеологізація мас-медіа дедалі більше робить свій внесок у викривлення сприйняття дійсності, конструюючи суспільну реальність відповідно до певних ідеологій та дискредитуючи і маргіналізуючи альтернативні точки зору, що не вписуються у контекст сконструйованого суспільного консенсусу.

9. В умовах посилення міграційних процесів консолідація суспільства утруднюється через корінну різноманітність цивілізаційних основ, через різноманітність цивілізаційних цінностей на рівні архетипів свідомості, тому при зіткненні культур Сходу і Заходу політика країн у сфері медіакультури має бути направлена не на інтеграцію культур, а на їхню атомізацію при усвідомленні того, що коли ціннісні основи цивілізацій є різноманітними, загальнолюдське можливе лише на рівні стандартів науково-технічного прогресу. Подолання конфронтації у суспільстві та центробіжних тенденцій можливе при скеруванні медіаполітики в русло міжкультуралізму, ознайомлення з особливостями культури інших народів, з їхніми традиціями, звичаями, релігією та побудованої на толерантному ставленні до конкретних форм етнокультурного розмаїття світу.

10. Мас-медіа, що представляють інтереси громадянського суспільства, є важливим соціальним інститутом, здатним ефективно узгоджувати інтереси особистості і суспільства, бізнесу і держави. Налагоджуючи медіадискурс у суспільстві, мас-медіа, що представляють інтереси громадських об'єднань, забезпечують інформування уряду і політичних партій про існуючі в суспільстві проблеми й суперечності, здійснюють інформування суспільства про рішення уряду і партійних інститутів, дозволяють організувати інформаційні змагання між конкуруючими способами інтерпретації подій у засобах масової інформації. Взаємодія держави і мас-медіа, що репрезентують інтереси різних соціально-політичних, культурних, національних, релігійних та інших груп у суспільстві, має будуватися на гарантії свободи думки і слова з боку держави, але за умови персональної відповідальності перед законом за неправдиву та клеветницьку інформацію.

11. Україна за роки незалежності зробила значний прорив від тоталітаризму до демократичного суспільства і в цьому значну роль відіграли мас-медіа, які сприяли руху до відкритого інформаційного суспільства. Медіакультура стала інтегратором

соціальної модернізації України через інституалізацію своїх структур. Медіасередовище сучасної України є досить складним організмом, який охоплює соціальні інститути, суспільну свідомість, духовну і матеріальну культуру – все те, що оточує людину, сприяє її соціалізації. Заповнення медіапростору глобальними, загальноукраїнськими і регіональними мас-медіа вимагає від них адекватності відображення об'єктивної діалектики складної детермінованості культурно-цивілізаційного буття українського соціуму, осмислення вибору власного місця серед світових цивілізацій.

12. Захист країни від зовнішніх і внутрішніх загроз змушує нашу державу ввести на певний період обмеження в медіапросторі України іноземних ЗМІ. Ці заходи, вимушені в час гібридної війни, можуть розглядатися тільки як тимчасові, оскільки в умовах зростання ролі мас-медіа як фактору регулювання суспільних відносин прагнення провладних сил встановити повний контроль над ЗМІ веде до згорання демократії та громадянського суспільства. Мас-медіа як соціальний інститут, що здійснює потужний вплив на поведінкові установки та ціннісні орієнтації, не може бути під контролем тільки певних політичних сил, а має виражати погляди різних суб'єктів політичного процесу і бути налаштованим на конструктивний медіадискурс у суспільстві. Становлення громадянського суспільства уможливорюється тільки за умови вільного інформаційного обміну в суспільстві, налагодження мереж суспільних комунікацій і соціальних зв'язків між державними й недержавними інститутами, створення незалежного від фінансового і політичного тиску суспільного телебачення, яке би забезпечувало медіадискурс між владою та опозицією.

Основні положення дисертаційного дослідження викладені у таких публікаціях автора:

Монографія:

1. Ороховська Л. А. Медіакультура у дзеркалі філософії історії. Монографія / Л. А. Ороховська. — К. : «Центродрук», 2015. — 334 с.

Статті у наукових фахових виданнях України:

2. Ороховська Л. А. Вплив векторів розвитку «Схід – Захід» на Україну / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2008. — № 2 (8). — С. 173—177.

3. Ороховська Л. А. Глобалізація і глобалізм / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2009. — № 2 (10). — С. 75—80.

4. Ороховська Л. А. Роль науки, освіти та інтелектуаль-ноємких технологій у трансформації вектору «Північ – Південь» / Л. А. Ороховська // Політологічний вісник : зб. наук. праць. — К. : ІНТАС, 2009. — Вип. 29. — С. 121—131.

5. Ороховська Л. А. Телекратія та її вплив на суспільну свідомість / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2010. — № 1 (11). — С. 52—55.
6. Ороховська Л. А. Сутнісний вимір соціальної людини / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2010. — № 2 (12). — С. 54—58.
7. Ороховська Л. А. Медіапростір в контексті соціального простору / Л. А. Ороховська // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія : філософські науки / Гол. ред. В. С. Пазенок. — К. : КУТЕП, 2011. — Випуск 10. — С. 197—211.
8. Ороховська Л. А. Мас-медіа як складова людської комунікації / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2011. — № 1 (13). — С. 135—138.
9. Ороховська Л. А. Друкарська культура та світський характер мас-медіа епохи Відродження (історико-філософська репрезентація) / Л. А. Ороховська // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія : філософські науки / Гол. ред. В. С. Пазенок. — К. : КУТЕП, 2011. — Випуск 11. — С. 174—184.
10. Ороховська Л. А. Історико-філософська репрезентація мас-медіа в стародавні часи / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2011. — № 2 (14). — С. 44—48.
11. Ороховська Л. А. Медіакультура індустріального суспільства / Л. А. Ороховська // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія : філософські науки / Гол. ред. В. С. Пазенок. — К. : КУТЕП, 2011. — Випуск 12. — С. 150—160.
12. Ороховська Л. А. Мас-медіа в культурі нового часу / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2012. — № 1 (15). — С. 123—127.
13. Ороховська Л. А. Віртуалізація мас-медіа і соціальної реальності в контексті конструктивістського підходу / Л. А. Ороховська // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія : філософські науки / Гол. ред. В. С. Пазенок. — К. : КУТЕП, 2012. — Випуск 13. — С. 107—117.
14. Ороховська Л. А. Мас-медіа інформаційної доби та проблема атомізації суспільства / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2012. — № 2 (16). — С. 56—59.
15. Ороховська Л. А. Медіакультура в контексті мультикультуралізму / Л. А. Ороховська // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія : філософські науки / Гол. ред. В. С. Пазенок. — К. : КУТЕП, 2012. — Випуск 14. — С. 138—148.
16. Ороховська Л. А. Роль медіакультури в процесі формування толерантності в глобалізованому світі / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2013. — № 1 (17). — С. 125—129.

17. Ороховська Л. А. Мас-медіа і становлення громадянського суспільства в Україні : тенденції і перспективи / Л. А. Ороховська // Мультиверсум. Філософський альманах. — К., 2013. — Випуск 9 (127). — С. 154—165.

18. Ороховська Л. А. Роль ідей космізму для сучасної медіакультури / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2013. — № 2 (18). — С. 50—54.

19. Ороховська Л. А. Інтернет та віртуальна реальність / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2014. — № 1 (19). — С. 40—44.

20. Ороховська Л. А. Критична традиція дослідження медіа культури : Франкфуртська школа / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2014. — № 2 (20). — С. 105—110.

21. Ороховська Л. А. Реклама в контексті віртуалізації соціуму / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. — К. : НАУ, 2015. — № 1 (21). — С. 58—63.

***Статті в іноземних наукових виданнях та виданнях України,
що включені до міжнародних наукометричних баз:***

22. Ороховская Л. А. Медиакультура информационной эпохи в контексте проблемы индивидуализации общества / Л. А. Ороховская // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. — Курск, 2014. — № 2 (92). — С. 125—128.

23. Orochowska L. Rola mass mediów w kulturze społeczeństwa jednowymiarowego Herberta Marcusego / Ludmiła Orochowska // Studia z historii filozofii. — Torun : Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Torunia, 2014. — № 2(5). — С. 111—122.

24. Ороховская Л. А. Мифогенез в сфере медиа / Л. А. Ороховская // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. — Курск, 2014. — №. 3 (93) — С. 132—135.

25. Ороховська Л. А. Криза медіакультури інформаційного суспільства / Л. А. Ороховська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка (філософія, політологія). — 2014. — № 1 (115). — С. 33—36.

26. Ороховська Л. А. Медіапростір України на перехресті світових медіакультурних векторів / Л. А. Ороховська // Гуманітарні студії : збірник наукових праць. — К. : 2015. — Випуск 25. — С. 147—159.

Інші публікації за темою дисертаційного дослідження:

27. Ороховська Л. А. Глобалізація і Україна / Л. А. Ороховська // Людина. Світ. Суспільство (до 175-річчя філософського факультету). Дні науки філософського факультету — 2009 : Міжнар. наук. конф. (21-22 квітня 2009 року) : Матеріали доп. та виступів. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. — Ч. X. — С. 214—126.

28. Ороховська Л. А. Міфи у творчості Лесі Українки і міфотворчість сучасних мас-медіа / Л. А. Ороховська // Людиновимірний характер творчості Лесі Українки (до 140-річчя від дня народження Лесі Українки) : Матеріали наукової конференції (м. Київ, 7 грудня 2011 р.). — К. : НАУ, 2012. — С. 8—11.

29. Ороховська Л. А. Сучасні мас-медіа та їх вплив на суспільну свідомість / Л. А. Ороховська // Актуальні проблеми розвитку соціально-гуманітарних наук : матеріали круглого столу, присвяченого 10-річчю Гуманітарного інституту Національного авіаційного університету (12 грудня 2012 р., м. Київ). — К. : НАУ, 2013. — С. 25—28.

30. Ороховская Л. А. Медиакультура Украины как детерминанта консолидации нации / Л. А. Ороховская // III Международная конференция, посвященная проблемам общественных наук : Международная научно-практическая конференция, г. Москва, 28 декабря 2012 г. — М. : Центр гуманитарных исследований «Социум». — С. 9—12.

31. Ороховська Л. А. Мас-медіа як трансформатор історії / Л. А. Ороховська // Дні науки філософського факультету – 2014 : матеріали Міжнар. наук. конф., 15-16 квітня 2014 р., Київ. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. — Ч. 5. — С. 158—160.

32. Ороховська Л. А. Віртуальна реальність як феномен сучасної медіакультури / Л. А. Ороховська // Пріоритети розвитку суспільних наук у XXI столітті : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, Україна, 16-17 травня 2014 року). — Одеса : ГО «Причорноморський центр досліджень проблем суспільства», 2014. — С. 38—41.

33. Ороховська Л. А. Проблема медіакультури: особливості налагодження діалогу «Схід – Захід» / Л. А. Ороховська // Фактори та умови модернізації предмету досліджень представників суспільних наук : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 4-5 липня 2014 року). — Дніпропетровськ : НО «Відкрите суспільство», 2014. — С. 97—102.

34. Ороховська Л. А. Проблеми міжкультурної комунікації в сучасному світі / Л. А. Ороховська // Глобалізаційний контекст комунікації в умовах інформаційного суспільства (філософські читання, присвячені міжнародному дню філософії) : зб. наук. пр. (Київ, 19 листоп. 2014 р.). — К. : НАУ, 2014. — С. 54—58.

35. Ороховська Л. А. Толерантність як принцип розвитку медіакультури глобалізованого світу / Л. А. Ороховська // Імперативи поступу України в умовах цивілізаційних викликів сучасного світу : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 27 січня 2015 р. — Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. — С. 73—76.

36. Ороховська Л. А. Медіацентрована демократія як феномен інформаційного суспільства / Л. А. Ороховська // Дні науки філософського факультету – 2015 : Міжнар. наук. конф. (21-22 квітня 2015 року) : Матеріали доп. та виступів. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. — Ч. 3. — С. 104—106.

АНОТАЦІЇ

Ороховська Л. А. Медіакультура в цивілізаційному вимірі. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – Національний авіаційний університет. – Київ, 2015.

Дисертація репрезентує концептуалізацію феномену медіакультури. На основі культурно-історичного підходу до дослідження історично-конкретних форм системи медіакультури досліджено еволюцію мас-медіа як соціокультурного феномену та роль медіакультури в історичному поступі людства, виявлено системоформуючі функції цього феномену, його трансформуючий вплив на людину, соціальні групи та інститути суспільства. Особливу увагу приділено взаємовпливу медіакультури й інформаційної революції, що проявився в інформатизації медіакультури, посиленні влади телекратії, демасифікації та імперсоналізації мас-медіа і суспільства, уніфікації й стандартизації стилю та жанрів мас-медіа, атомізації суспільства, віртуалізації культури.

Висновки дисертації актуальні для сучасної України, яка перебуває в умовах цивілізаційних викликів. Медіакультура, як підсистема суспільства, постає як цивілізаційний фактор, що приводить до зрушень у соціумі, культурі, духовному житті суспільства. Від рівня розвитку медіакультури залежить налагодження комунікації в суспільстві, створення символічної реальності, що репрезентує соціальні ідеали і почуття, конструювання соціально-політичних процесів і явищ через відповідну інтерпретацію подій та формування певної системи цінностей.

Ключові слова: атомізація, віртуалізація, демасифікація, інформаційна революція, глобалізація, медіакультура, мас-медіа, медіареальність, медіацентрована демократія, соціокультурне буття.

Ороховская Л. А. Медиакультура в цивилизационном измерении. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени доктора философских наук по специальности 09.00.03 – социальная философия и философия истории. – Национальный авиационный университет. – Киев, 2015.

Диссертация репрезентирует концептуализацию феномену медиакультуры. На основании культурно-исторического подхода к исследованию исторически-конкретных форм системы медиакультуры показано эволюцию масс-медиа как социокультурного феномена и роль медиакультуры в историческом развитии общества. Определено, что масс-медиа выступают основанием развития исторически-конкретных форм системы медиакультуры (язык как знаковая система, языковые практики, символы, мифические элементы). Значительное внимание уделено взаимовлиянию медиакультуры и информационной революции, что отразилось в информатизации медиакультуры, формировании глобального информационно-коммуникационного пространства, увеличении мобильного и десктопного трафика получения информации, виртуализации разных сфер бытия социума, демассификации и имперсонализации масс-медиа и общества, унификации и стандартизации стиля и жанров масс-медиа, сегментировании

аудитории демассифицированных масс-медиа по интересам и увлечениям, создании социальных сетей как новой формы социальных связей на основании интерактивности общения, предоставлении информации в зависимости от алгоритмов социальных сетей.

В работе проанализированы проблемы кризиса медиакультуры информационного общества: усиление власти телекратии, приоритет информации над знанием, появление значительных объемов недостоверной информации в глобальных соцсетях, усиление децентрализации медиапространства стран, замена реальной жизни ее виртуальным симулякром, формирование «мозаического», «калейдоскопического» сознания и культуры, эклектизация культурной жизни, разрушение традиционных устоев жизни общества, снижение роли ценностей национальных культур.

В диссертации обосновываются особенности взаимодействия масс-медиа и государства в условиях становления медиациентрированной демократии: переход идеологической функции от государства и политических партий к средствам массовой информации; появление новых способов организации политического медиадискурса посредством демассифицированных масс-медиа, которые разрешают раскрыть и реализовать творческий потенциал граждан, выразить их политические взгляды, разные точки зрения на существующие проблемы, осуществлять влияние на политику государства этнических, национальных, социальных групп, отдельных граждан; возникновение политической медиареальности, что проявляется в превращении политики в результате ее виртуализации на символический идеологический конструкт.

В работе обосновано, что этнокультурные, конфессиональные и другие локальные общности, пропагандируя посредством демассифицированных масс-медиа свою политику, создают разнообразие культурных идеологий и способствуют тем самым активной политизации культурных идентичностей, что подрывает процессы консолидации наций, усиливает мультинационализм в обществе, способствует формированию новых элит, что приводит к возникновению нового общественного порядка глобального уровня, углубляет культурно-цивилизационные разломы в функционировании медиакультуры.

В исследовании определено специфику формирования медиакультуры Украины. Показано, что оно создавалось под влиянием культур как западных, так и восточных цивилизаций. Этим и определяется разнородность экономического, политического, культурного развития, понимания социальных стратегий, а следовательно, и отличия в содержании и формах функционирования масс-медиа. Очерчено роль медиакультуры в процессе становления гражданского общества в Украине в начале XXI века, что проявляется: в организации медиадискурса между субъектами общественно-политической жизни с целью создания политической нации, осуществления демократических реформ; в гарантировании масс-медиа доступа к информации в стране и возможности контроля за действиями власти; в обеспечении защиты интересов граждан; в противодействии деструктивной направленности некоторых СМИ; в обеспечении коммуникации на общенациональном уровне; в разработке и поддержке устойчивой системы

конструктивных общественных ценностей, способствующих консолидации общества.

Выводы диссертации имеют актуальное значение для современной Украины, которая находится в условиях цивилизационных вызовов. Медиакультура, как подсистема общества, является цивилизационным фактором, что способствует изменениям в социуме, культуре, духовной жизни общества и может иметь как конструирующий, так и деструктивный характер.

Ключевые слова: атомизация, виртуализация, демассификация, информационная революция, глобализация, медиакультура, масс-медиа, медиареальность, медиациентрированная демократия, социокультурное бытие.

Orokhovska L. A. Media Culture in Civilizational Dimension. – Manuscript.

Dissertation for the scientific degree of Doctor of philosophical sciences by specialty 09.00.03 – Social Philosophy and Philosophy of History. – National Aviation University. – Kyiv, 2015.

The dissertation represents a conceptualization of a media culture phenomenon. On the basis of a cultural and historical approach to the study of historically-specific forms of the media culture system the evolution of the media as a sociocultural phenomenon and the role of media culture in the historical development of the mankind have been indicated. The system formation features of this phenomenon, its transforming effect on people, social groups and institutions of society have been revealed. Particular attention is paid to the reciprocal influence of media culture and the information revolution that manifested in the informatization of media culture, strengthening the power of telecracy, demassification and impersonalization of media and society, unification and standardization of the style and genres of mass media, the atomization of society, and culture virtualization.

The conclusions of the dissertation are relevant to modern Ukraine, which is under conditions of civilizational challenges. Media culture, as a subsystem of society, appears as a civilizational factor that leads to changes in society, its spiritual life and culture. On the level of development of mediaculture, depends adjusting of communication in society, creation of symbolic reality, which presents social ideals and senses, constructing of socio-political processes and phenomena, through the proper interpretation of events and forming of the certain system of values.

Keywords: atomization, virtualization, demassification, the information revolution, globalization, media culture, mass media, media-reality, media-centered democracy, socio-cultural being.



Підписано до друку 26.11.2015 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times.
Умов.друк.арк. 1,9. Наклад 100 прим. Зам. № 598
Віддруковано з оригіналів.

Видавництво Національного педагогічного університету
імені М.П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9
Свідоцтво про реєстрацію № 1101 від 29.10.2002.
(044) 239-30-26.