

**НАУКОВІ ЗАПИСКИ  
КИЇВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ТУРИЗМУ, ЕКОНОМІКИ  
І ПРАВА**

**ВИПУСК 13**

***СЕРІЯ: ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ***

**КИЇВ – 2012**

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТУРИЗМУ,  
ЕКОНОМІКИ І ПРАВА**

**НАУКОВІ ЗАПИСКИ КУТЕП**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

**ВИПУСК 13**

*(Серія: філософські науки)*

**КИЇВ - 2012**

**ББК 72 я5**

**Збірник наукових праць засновано 2001 року  
Фахове видання з філософських наук затверджено постановою  
Президії ВАК України від 1 липня 2010 р. № 1-05/5**

**Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права.** Серія: філософські науки. / Гол. ред. В.С. Пазенок. - К.: КУТЕП, 2012. – Випуск 13 – 295 с.

*Друкується за постановою Вченої ради Київського університету туризму, економіки і права (протокол №1 від 5 вересня 2012 р.).*

**Рецензенти:**

**В.М. Вашкевич** – доктор філософських наук, професор, професор Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова

**О.О. Дольська** – доктор філософських наук, професор кафедри філософії Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

**В.В. Лях** – доктор філософських наук, професор, завідувач відділу Інституту філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України

**Київський університет туризму, економіки і права «КУТЕП» – член Ділової Ради Всесвітньої туристської міжнародної організації спеціалізованої установи ООН (UN WTO) – представляє тринадцятий випуск наукових записок.**

Збірник містить наукові статті, які висвітлюють актуальні філософські проблеми соціології, історії, економіки, правознавства, політології та теорії туризму в контексті соціальних реалій сьогодення.

Для студентів, магістрантів, аспірантів, викладачів, фахівців та усіх, хто цікавиться проблемами туризму в Україні та інших державах.

© КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТУРИЗМУ, ЕКОНОМІКИ І ПРАВА

2012

## Редакційна колегія серії:

**Пазенок В. С.** – доктор філософських наук, професор,  
член-кор. НАН України – Голова редакційної колегії

*Андрущенко В.П.* – доктор філософських наук, професор, академік НАПН  
України;

*Базалук О.О.* – доктор філософських наук, професор, відповідальний секретар;

*Вашкевич В.М.* – доктор філософських наук, професор;

*Горбатенко В.П.* – доктор політичних наук, професор;

*Кручек О.А.* – кандидат історичних наук, доцент;

*Кучеренко І.М.* – доктор юридичних наук, професор;

*Заблоцький В.П.* – доктор філософських наук, професор;

*Левенець Ю.А.* – доктор політичних наук, професор, академік НАН України;

*Любивий Я.В.* – доктор філософських наук, професор;

*Лях В.В.* – доктор філософських наук, професор;

*Михальченко М.І.* – доктор філософських наук, професор;

*Оніщенко О.С.* – доктор філософських наук, професор, академік НАН України;

*Рудич Ф.М.* – доктор філософських наук, професор;

*Федорченко В.К.* – кандидат філософських наук, доктор педагогічних наук,  
професор.

## ЗМІСТ

1.	<b>Л. К. Каденюк, О. О. Базалук</b> Образ людини майбутнього (у формі бесіди)	<b>8</b>
2.	<b>М. М. Рогожа</b> Професійна етика в авіації: сфери актуалізації і шляхи впровадження	<b>22</b>
3.	<b>Ю. В. Бех</b> Когнітивний аналіз формування загальної теорії управління	<b>34</b>
4.	<b>В. В. Бова</b> Політичні міфи у сучасному вимірі українського суспільства	<b>45</b>
5.	<b>Н. В. Бунтова</b> Бізнес-планування інноваційної стратегії розвитку підприємств готельної індустрії	<b>55</b>
6.	<b>С. В. Горський</b> Соціологія в пошуках туризму	<b>63</b>
7.	<b>Л. Ю. Левченко</b> Гендерна теорія як наукове знання: соціально-філософський аналіз	<b>69</b>
8.	<b>І. М. Левченко</b> Сковородинівська етика у філософському аспекті	<b>79</b>
9.	<b>В. В. Маслов</b> Соціокультурні цінності туризму	<b>88</b>
10.	<b>О. М. Нежива</b> Відображення якості освіти у сучасній Німеччині: соціально-філософський аналіз	<b>98</b>

11. **Л. А. Ороховська** 107  
Віртуалізація мас-медіа і соціальної реальності в контексті конструктивістського підходу
12. **А. О. Рубан** 118  
Політична етика як предмет філософського осмислення
13. **С. В. Сидоренко** 127  
Теоретико-методологічні засади глобального громадянського суспільства
14. **Д. Б. Свириденко** 141  
Академічна мобільність в дискурсі глобалізації вищої освіти
15. **О. В. Фатхутдінова** 150  
Практика використання правової освіти в Україні
16. **Л. М. Харченко, А. М. Іваненко** 162  
Взаємодія бюрократії та інтелігенції в системі суспільних відносин
17. **Г. С. Цехмістрова** 173  
Філософські аспекти сучасної освіти
18. **Н. Ф. Юхименко** 181  
Сучасна система вищої освіти Франції: демократичні засади та особистісна орієнтація
19. **Я. І. Арабчук** 192  
Мовний феномен соціалізації особистості в полікультурному середовищі
20. **А. М. Дуденко** 204  
Знання як рушійна сила діяльності людини

21. **С. В. Костюченко** 212  
Недоліки Болонської системи в Україні
22. **Т. А. Корнієнко** 222  
Концепція філософії ландшафтного дизайну:  
теоретико-методологічний дискурс
23. **І. М. Кравченко** 236  
Поняття «трудоий потенціал» в сучасному  
науковому дискурсі
24. **Т. В. Матусевич** 246  
Феномен гендеру: становлення і основні теоретичні  
концепції
25. **Ю. Г. Малинка** 262  
Толерантність як моральний принцип становлення  
громадянського суспільства
26. **С. А. Панченко** 271  
Значення духовного змісту хаджу для паломників  
з України
27. **А. Ф. Тупчій** 279  
Концепції бухгалтерського обліку в системі  
філософського пізнання
- Рецензія на книгу Шудрик І. О. 288  
*«Історія філософської думки в Слобідській Україні»*

УДК 316 (043.3)

**Л. А. Ороховська**

*Кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри філософії Національного  
авіаційного університету*

## **ВІРТУАЛІЗАЦІЯ МАС-МЕДІА І СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ КОНСТРУКТИВІСТСЬКОГО ПІДХОДУ**

**Л.А. Ороховська «Віртуалізація мас-медіа і соціальної реальності в контексті конструктивістського підходу».** У статті досліджується валив мас-медіа на конструювання соціальної реальності та аналізуються зв'язки між змінами способів комунікації та суспільно-політичним життям людства в інформаційному суспільстві.

**Ключові слова:** медіакультура, мас-медіа, засоби масової комунікації, нові комунікаційні технології, масова культура.

**Л.А. Ороховская «Виртуализация масс-медиа и социальной реальности в контексте конструктивистского похода».** В статье исследуется влияние масс-медиа на конструирование социальной реальности, анализируются связи между изменениями средств коммуникации и общественно-политической жизнью человечества в информационном обществе.

**Ключевые слова:** медиакультура, масс-медиа, электрические средства массовой коммуникации, массовая культура.

**L.Orochovska «Virtualization mass-media and social reality in the context of the constructivist approach».** The article examines the impact of mass-media on construction social reality and analyzed relationship between changes in methods of communication and social and political life of mankind in the information society.

**Key words:** media culture, mass media, electrical mass media, mass culture.

Людина живе в світі, що наповнений смислами та значеннями творчої діяльності співтовариства, яке сконструювало свою соціальну реальність, і її поведінка має бути соціальною. Норми поведінки, які би були загальноприйнятими



для всіх, 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 та зв'язують цю узагальнену реальність з своїми власними інституціональними інтересами. Ми живемо та діємо в потоці інформації, яку отримуємо по всіх каналах ЗМІ. Мас-медіа мають прямий вплив на людину, її спосіб мислення та поведінку. Вони інформують людину про стан світу і заповнюють її дозвілля, здійснюють вплив на стиль світосприйняття, на тип культури певного суспільства в певний час.

Соціальні перетворення не носять лінійного характеру. Нинішній етап кардинальних змін у суспільстві, який прийнято називати глобалізацією, спричинений конвергенцією інформаційних і комп'ютерних процесів. Сучасні технології та техніка здійснюють вплив на економіку, організацію виробництва, соціальну структуру суспільства, науку, освіту, політику, мистецтво, проведення дозвілля людей. Саме інформаційна революція, розвиток глобальних інформаційних мереж забезпечили технологічну базу глобалізації – створення світового інформаційного простору. Під впливом інформаційної революції, яку започаткувала поява напівпровідникової інтегральної схеми – особливо мікропроцесора, у світі відбуваються широкомасштабні зміни.

Проблема інформатизації суспільства, взаємовідносин мас-медіа і влади, впливу мас-медіа на особистість піднімається у працях К.-О. Апеля, А. Андрєєва, О. Астафєвої, Д. Белла, П. Бергера, П. Бурдьє, Ю. Габермаса, Л. Закса, Я. Засурського, М. Жабського, С. Кара-Мурзи, М. Кастельса, Н. Кириллової, М. Ковалевської, А. Короченського, С. Кропотова, В. Кулика, Ч. Кулі, К. Леві-Строса, Б. Лозовського, Н. Лумана, І. Масуди, Г. Мейна, Г. Мельника, А. Мухіна, О. Панаріна, Н. Петрової, Г. Почепцова, К. Розлогова, В. Савчука, Д. Стровського, Е. Тоффлера, А. Турена, Ф. Уєбстера, та ін. Дослідженню впливу мас-медіа на становлення суспільства споживання присвячені праці Т. Адорно, Г. Маркузе, Ж. Бодрійєра, Ги Дебора.

Е. Тоффлер звертає увагу на те, що «демасифікація цивілізації, відображенням і посиленням якої є засоби інформації, тягне за собою великий стрибок об'єму інформації, якою ми обмінюємося один з одним. І цей ріс пояснює, чому ми стаємо «інформаційним суспільством» [1, с. 280].

Мас-медіа є не тільки засобом передачі інформації, а й засобом конструювання дійсності. Як зазначає Н. Луман, описання суспільства в мас-медіа створюється не тільки новинами і повідомленнями, а й рекламою та розвагами, причому в цих галузях описання суспільства опосередковано нашими індивідуальними установками й готовністю до комунікації. Мас-медіа, виробляючи інформацію, одночасно створюють горизонт невідомого, усунути який можна за допомогою виробництва все нової і нової інформації. У цьому й полягає, за висловом Н. Лумана, нескінченний аутопойєзис системи – виробництво комунікації на основі її результатів. «Три програмні галузі життя суспільства – новини/репортажі, рекламу і розваги – мас-медіа реалізують одночасно і за допомогою досить різноманітних способів конструювання реальності» [2, с. 130].

Завдяки новітнім інформаційним технологіям стає можливою економічна глобалізація. Розвиток електронних засобів комунікації дає можливість майже миттєво переміщувати капітали у будь-який регіон планети, що в умовах гонитви за прибутками, по-суті, нівелює державні кордони, суверенітет, національну самобутність народів. Гроші перестають бути прив'язаними до реального сектору економіки, до матеріального виробництва. Фінанси перетворюються у спекулятивний капітал, який майже не має ніякого відношення до виробництва товарів і послуг. Гроші і кредити виходять з-під контролю окремих держав і можуть бути переведені у будь-яке місце у світі.

Е. Тоффлер зазначає, що «нові технології і комунікації змінюють світовий ринок, роблячи транснаціональне виробництво і можливим і необхідним. І для того, щоб полегшити таке виробництво, продовжує формуватися нова грошова система. Глобальна електронна банківська мережа, яка була немислима до комп'ютерів і супутників, зараз миттєво зв'язує Гонконг, Манілу чи Сінгапур з Багамськими островами чи Нью-Йорком» [1, с. 370].

Спосіб передачі інформації, яким ми користуємося, може змінювати нас самих. А. Гор зазначає: «Інформаційна технологія, як і будь-яка інша, опосередкує наші відносини з об'єктом, якій характеризується з її допомогою, оскільки, прагнучи з'ясувати повне значення будь-якого конкретного явища і представити його у виді системи знаків, ми щось відкидаємо, а щось свідомо спотворюємо. У міру необхідності ми в думках пристосовуємося до знакового відтворення. Усі інформаційні технології – слова, викарбувані на камені, прекрасні манускрипти, що переписувалися монахами, друкарський верстат, супутникове телебачення та комп'ютерна графіка, що передається за допомогою оптоволокна, – розширили нашу можливість пізнання оточуючого світу. Але ці технології створили й певні форми спотворення. У результаті наш мозок по-іншому сприймає, запам'ятовує і розуміє світ» [3, с. 569].

Мас-медіа, здійснюючи вплив на свідомість індивіда, можуть спричинити віртуалізацію реального життя, адже досить часто ми співвідносимо реальні події та вчинки з стандартами, які нам нав'язуються мас-медіа. Мас-медіа здійснюють на нас не тільки значний вплив, але і значний тиск. Ті, хто володіє ЗМІ, визначають, що потрібно та корисно аудиторії, а що – ні. Особливу зацікавленість у контролі над мас-медіа проявляє держава, яка через свої представників сприяє появі тих матеріалів, які спрямовані на підтримання злагоди та на інтеграцію суспільства, на утримання влади правлячими партіями. Незалежними можна вважати тільки ті мас-медіа, які не залежать ні від держави, ні від фінансово-політичних угруповань. Але й така незалежність не означає, що мас-медіа є нейтральними, оскільки на інтерпретацію подій впливають суб'єктивні фактори (цінності, стереотипи журналістів, підтримка ними певних політичних лідерів тощо).

Важливе значення сьогодні має те, як саме мас-медіа беруть участь у формуванні світогляду суспільства, особистості та як вони впливають на сучасну людину. Адже людині неможливо нав'язати те, що вступає в протиріччя з системою її установок. Система установок формується поступово, у результаті комунікації, за допомогою якої встановлюються сенси й цінності, які поділяються її учасниками. У процесі соціалізації індивід

засвоює універсум загальних сенсів, який вироблений даним соціумом, починає власну інтерпретаційну діяльність і адаптується до соціальної дійсності зовнішнього світу. Дійсність створюється соціально, а інтерпретація її відбувається індивідуально і кожний індивід діє, виходячи з обумовлених контекстом інтерпретацій. М. Кастельс зазначає, що «інформація стала основним компонентом нашої соціальної організації, а потоки ідей та образів становлять основну лінію суспільної структури» [4, с. 505].

Мас-медіа не тільки інформують про події, а інформуючи, інтерпретують їх, формуючи історію сьогодення, міфи та стереотипи, відносини в суспільстві. Мас-медіа піддають критиці недоліки в суспільному житті, в системі влади. Людина, отримуючи інформацію, намагається узгодити її з уже існуючою картиною світу. Це ж саме роблять і мас-медіа, здійснюючи певну інтерпретацію, яка дозволяє існувати готовій картині, хоч із незначними поправками. Люди, які солідаризуються із ЗМІ, вважають, що не їм пояснили, а вони самі зрозуміли, що насправді відбувається. «Людина – це насамперед істота, яка інтерпретує. Дійсність конструюється соціально, в процесі своєї генези, об'єднуючи інтерпретаційну активність індивіда з конструктами та динамікою соціуму, які склалися історично» [5, с. 60].

Нові засоби масової комунікації (комунікації, пов'язані з приходом кабелів, касет, дисків, комп'ютерів, міні-журналів, новин невеликих форматів) руйнують масову свідомість, приносять у суспільство різноманітні образи, ідеї, символи та цінності, сегментують суспільство. Якщо в добу Гуттенберга домінували декілька засобів масової інформації, які сприяли об'єднанню країн, то теперішні інтерактивні, демасифіковані засоби інформації демасифікують нашу свідомість. Вони забезпечують максимальне розмаїття і навіть персональні інформаційні запити. Сьогодні вже не маси людей отримують одну й ту ж інформацію, а невеликі групи населення обмінюються створеними ними самими образами. Нові засоби інформації не тільки відображають, а й прискорюють процес руху суспільства в сторону розмаїття. Е. Тоффлер, характеризує риси нової, Третьої хвилі, зазначає: «Ми

спостерігаємо появу «постстандартизованої свідомості» і «постстандартизованого суспільства». Це принесе свої власні соціальні, психологічні й фізіологічні проблеми, деякі з них ми вже відчуваємо: самотність і соціальна ізоляція, але це сильно відрізняється від проблем масового конформізму, поширеного в період індустріальної ери» [1, с. 415].

Е. Тоффлер звертає увагу на те, що в суспільстві Третьої хвилі «думки з будь-якого приводу – від поп-музики до політики – стають менш уніфікованими. Консенсус похитнувся. На особистісному рівні нас осаджують і засліплюють фрагментами образного ряду, сповненими протиріччями і такими, що не відносяться до нас, які вибивають основу з під старих ідей, і обстрілюють нас розірваними і позбавленими сенсу «кліпами», миттєвими кадрами. По суті справи, ми живемо в «кліпкультурі» [1, с. 277].

Міф і релігія давали людині готові відповіді на питання, які її хвилювали. Сучасна людина інформаційного суспільства має можливість через різні види мас-медіа, насамперед, Інтернет, доступу до різноманітної, часто протирічливої інформації, її свідомість піддається тиску реклами, теорій, уривків новин, інтерпретацій, які не вписуються в її ментальні установки. Величезну кількість інформації, яку сприймає людина, вона часто не в змозі проаналізувати. Людина може по-різному реагувати на той потік інформації, який став доступним завдяки новим демасифікованим мас-медіа та на основі якого вона формує певну ментальну модель реальності. Е. Тоффлер з приводу цього зауважує: «Це лягає на нас важким тягарем, але це ж призводить до більшої індивідуальності, демасифікації як особистості, так і культури. Деякі з нас ламаються під таким тиском, відступають, відчувають апатію чи гнів. Інші постійно ростуть, формують себе і стають компетентними, грамотними людьми, здатним працювати на вищому рівні» [1, с. 279].

Зміни, які відбулися в останні десятиріччя в сфері мас-медіа, зумовили глобалізаційні процеси, що призвело до серйозних зрушень в культурних основах сучасного суспільства, в базових нормах політичного, трудового, релігійного, сімейного, статевих життя. «Змінилося все: стимули, які спонукають людину до роботи, протиріччя, які стають причинами політичних конфліктів, релігійні переконання людей, їх відношення до

розлучень, абортів, гомосексуалізму, значення, яке людина надає створенню сім'ї та народженню дітей» [6, с. 249]. Якщо серед старших членів суспільства поширені традиційні цінності та норми, то молодь все частіше стає прибічником нових орієнтацій. З витісненням старших поколінь молодими відбувається трансформація світогляду, який домінує в суспільстві.

На трансформацію світогляду інформаційного суспільства впливає також зміна характеру та умов праці. На думку Д. Белла, характер праці в сучасному суспільстві змінюється двояко. По-перше, сучасне виробництво вимагає висококваліфікованої праці. Замість праці на великих підприємствах, підпорядкованих ритму конвеєра, сучасні робітники працюють в невеликих фірмах, у яких праця не має такого значного відчуження як на фабриках. По-друге, сучасна праця, насамперед в межах сервісного сектора, – це праця, пов'язана з людською комунікацією, спілкуванням, договором, починаючи від продавця авіаквитків до праці університетських професорів. Той факт, що праця людини більшою мірою зараз складається з розмови з іншим, ніж від взаємодії з машиною, є фундаментальним фактом, який характеризує працю в постіндустріальному суспільстві [7].

Застосування комп'ютерів дозволяє надавати нову форму нашим щоденним графікам і навіть нашій концепції часу. Комп'ютери зробили можливим гнучкий графік роботи. Вони дозволяють працівникам мати доступ до даних і здійснювати їх зміни і синхронно, і асинхронно. Користувачі комп'ютерів мають можливість отримувати, посилати повідомлення у будь-який час, коли це необхідно. Вони можуть виконувати роботу в час, який їх найбільше влаштовує і в будь-якому куточку планети, де є можливість зв'язку через Інтернет.

Змінюються організаційні принципи, які лежать в основі управління трудовими та соціальними процесами. Спостерігається перехід від гігантських соціально-економічних і політичних структур до малих централізованих підприємств, до локальних структур низового рівня. Інформаційні технології дозволили замінити масове стандартизоване виробництво системою інформатизованого виробництва. Кінцевим продуктом

такого виробництва є вже не мільйони ідентичних стандартизованих товарів, а індивідуальні продукти споживання і послуги. Найкращим способом організації такого виробництва та праці, як вважає Н. Полякова, стає адхократія (від латинського *ad hoc* – відповідно до обставин). Під адхократією розуміється «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. Рішення, які приймаються адхократією, так же як і товари та послуги, дестандартизовані. 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. Але така якість праці породжує і психологічне навантаження, стрес, страх опинитися безробітним у силу того, що ти «застарів», «відстав», «не встиг». До цього слід додати, що високий рівень інновативності, швидкість змін і непередбачуваності, нестандартизованості соціального контексту не дозволяє індивіду виробити стійку орієнтацію в світі, не дозволяє управляти течією життя, не вказує сенсу життя. Людина, яка живе у фрагментованому світі й постійно піддається технологічній агресії, не в стані інтегрувати та осмислити свій досвід існування в світі. Одночасно з цим іде процес зведення праці до мінімуму, завдяки новим технологіям суспільства виробляється все більше багатства, затрачуючи при цьому все меншу кількість праці. Зростає не просто кількість «потенційних безробітних», зростає кількість людей, які не мають «постійного місця» в суспільстві [8, с. 291-292].

Зміна організації праці в інформаційному суспільстві веде до зміни характеру соціальних конфліктів. Якщо раніше домінував конфлікт між робітником і капіталістом чи корпоративним управляючим, конфлікт між трудом і капіталом, то в інформаційному суспільстві цей конфлікт відійшов у минуле. «Конфлікт між робітником і менеджером на виробництві відносно умов праці, заробітної плати та участі в управлінні виробництвом став інституціоналізованим. Радикальні методи

боротьби відійшли в минуле. Змінилася й сама технологія політичної поведінки та принципи соціальної взаємодії між групами. Сферою соціального конфлікту в наш час є сфера взаємодії «закритих статусних груп», які різняться за расовими, етнічними, лінгвістичними, релігійними та іншими ознаками. Відносини цих груп одна від одної, їх зв'язок і емоційна ідентичність більш значимі в наш час, ніж класова ідентичність. Саме між цими групами, а не класами розгортаються основні соціальні конфлікти» [8, с. 302]. Ще одна група конфліктів є конфліктами між структурами економічного та політичного прийняття рішення і тими, хто приречений на залежу участь. Це конфлікти між центральними й периферійним, чи маргінальними сегментами суспільства [8, с. 307].

Таким чином, зміна організації праці в інформаційному суспільстві веде до руйнування класової, корпоративної, професійної ідентичності, що веде до руйнування соціального порядку, який був гарантом стабільності, виступав у вигляді системи орієнтацій. Мас-медіа можуть виступати як засобом соціальної інтеграції так і дезінтеграції суспільства. На даний час спостерігається демасифікація мас-медіа, що веде до демасифікації суспільства, його індивідуалізації.

Якщо в індустріальному суспільстві домінувала система виробництва, в якій кожен мав своє місце і свою систему ролей в межах регульованого, ієрархізованого колективу, що створювало нерозривну єдність з іншими соціальними підсистемами, підтримувало та закріплювало їх, то в постіндустріальному суспільстві замість централізації відбувається регіоналізація, замість ієрархізації та бюрократизації – демократизація, замість конкуренції – розукрупнення, замість стандартизації – індивідуалізація. Все це обумовлено інформаційними технологіями.

Криза традиційного суспільства, в якому індивід ідентифікував себе з певною соціальною групою і поводив себе відповідно до її норм, призводить до індивідуалізації особистості. Реалізувати себе в культурі індивідуалізму може тільки самотутня та самодостатня людина, яка володіє методами адаптації до стресів, з високою самооцінкою, наполеглива. М. Яцино звертає увагу на те, що стиль життя в культурі



індивідуалізму може мати два значення: засіб яскравого самовираження і спосіб самотійного звільнення індивіда від тиску і обмежень, яких він зазнає. Характеризуючи особистість індивідуаліста вона зазначає: «У, так званої, здорової особистості, виникає очевидне питання: «На яких умовах допускати «Іншого» до процесу самотворення і чи допускати взагалі?». Крім того, в контексті створення барикад навколо особистості має з'явитися й інша проблема. Мова йде про те, як регулювати контакти з «Іншим», чи дозувати його присутність, чи виходити взагалі за створені барикади, чи все ж краще для профілактики і попередження залишатися в твердині індивідуальності» [9, с. 190].

Демасифіковані мас-медіа, сприяючи формуванню культури індивідуалізму, становлять певну загрозу інформаційно-психологічній безпеці особистості й суспільства, здійснюють деструктивний вплив на психіку людини, маніпулюють суспільною свідомістю з використанням спеціальних засобів і технологій впливу, можуть руйнувати інформаційний і духовний простір держави, традиційну мораль, звичаї та норми. Вони здатні блокувати на неусвідомлюваному рівні волю людини. Під впливом сучасних мас-медіа з'являються нові види залежності: телеманія, залежність від стільникового телефону, залежності від самоконтролю (анорексія – психічне захворювання, при якому спостерігається патологічне бажання втрати ваги та страх ожиріння; орторексія – одержимість правильним харчуванням та обов'язковістю виконання фізичних вправ; бігорексія – нав'язливе прагнення до нарощування м'язів). Ці види залежності, як і ті, що пов'язані з втратою самоконтролю (алкоголізм, наркоманія) ведуть до втрати здоров'я, друзів, родичів. Вони ведуть до деградації особистості, оскільки здійснюється перехід від вищих потреб у самоактуалізації, соціальному визнанні до нижчих (фізіологічних, побутових).

Мас-медіа стали засобом культурного маніпулювання через нав'язування суспільству та окремим індивідам певних потреб і культурних стереотипів споживання та стилю життя.

Засобами мас-медіа нав'язується певна політична поведінка, у якій зацікавлені крупні політико-економічні організації, мета яких – не просто влада та суворий політичний контроль над

власним функціонуванням і оточенням, а й контроль за всім соціальним життям.

Електронні ЗМІ часто не мають ніяких табу, контролюються не громадськістю, а певними організаціями, які ставлять своєю метою маніпуляцію свідомістю певних груп населення і для цього зацікавлені в розробках технологій впливу за допомогою мас-медіа на індивідуальну, групову та масову свідомість, у моделюванні психіки людини.

1. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. — М. : ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. — 784 с. (Классическая философская мысль.)
2. Луман Н. Реальность масс-медиа / Никлас Луман [пер.с нем. А. Ю. Антоновского]. — М.: Праксис, 2005. —256 с. (Серия «Образ будущего»).
3. Гор Альберт. Земля на чаше весов // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. — М. : Academia, 1999. — С. 557-571.
4. Касельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. — М. : Academia, 1999. — С. 492-505.
5. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. — М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. — 280 с.
6. Инглегарт Рональд. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. — М. : Academia, 1999. — С. 245-260.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Даниел Белл; [пер. В. Л. Иноземцева]. — Москва: Академия, 1999. — 949 с.
8. Полякова Н. XX век в социологических теориях общества / Н. Полякова. — М.: Изд-во «Логос», 2004. — 384 с.
9. Яцино М. Культура индивидуализма / Малгожата Яцино. — Х. : Гуманитарный Центр, 1012. — 280 с.