

## МЕДІАКУЛЬТУРА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2022: 51; 172–179 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2022.51.11406>

УДК 32.316.33.42/77 (477)

### СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА НОВОГО ТИПУ (ПРОБЛЕМИ ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА НАЦІОНАЛЬНОГО МЕДІАПРОСТОРУ)

**Олена Гриценко**

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»,*

*вул. Сковороди, 2, Київ, 04070, Україна*

*e-mail: [o.m.g@i.ua](mailto:o.m.g@i.ua)*

*<https://orcid.org/0000-0001-8339-9165>*

Проблеми співвідношення космополітичних і національних ідентичностей надто складні, щоб можна було дати їм однозначну оцінку, не кажучи вже про альтернативні цінності (пов'язані з духовними традиціями інших культур). Однак очевидно, що без збереження як національної ідентичності, так і національного медіапростору проблематичною стає цілісність і незалежність національних держав. З іншого боку, без урахування наслідків інформаційних війн та агресивних космополітичних тенденцій глобальної медіакультури виникає загроза втрати національного інформаційного простору і витіснення його на периферію соціально-політичного та економічного життя сучасного світу.

*Ключові слова:* національний інформаційний простір; національна ідентичність; глобальна медіакультура; масмедіа; постіндустріальне інформаційне суспільство.

#### **Постановка проблеми.**

Ідеї «нової парадигми» XXI століття постнекласичної науки – створення глобальної космополітичної медіакультури в глобальному медіапросторі призвели до радикальних соціокультурних, духовно-комунікативних трансформацій у побудові постіндустріального суспільства нового типу. Не останню роль у цьому процесі відіграють масмедіа.

Поняття «постіндустріальне суспільство» часто асоціюється переважно зі змінами в економіці, розвитком високих технологій, але насправді спектр соціальних і культурних трансформацій виявляється набагато більшим і зачіпає нові форми демократії і суспільного устрою, проблему національної ідентичності та системи цінностей, а також складний баланс глобального та локального у просторі впливу

медійної та комунікативної сфери. Всі ці трансформації, пов'язані з процесом, який зазвичай називають «зміною парадигм».

**Актуальність проблематики** збереження системи цінностей та відродження національної ідентичності пов'язана з тим, що глобалізаційні процеси у сфері обміну інформацією виявилися причиною все більшого нівелювання соціокультурних цінностей, в тому числі національних, етнічних її компонентів.

**Методи дослідження.**

У процесі роботи над проблематикою авторка статті виходила з принципів об'єктивності, системності й детермінізму, що в сукупності їх дотримання дало змогу визначити вплив постіндустріального інформаційного суспільства на формування нового типу масової свідомості, проаналізувати трансформацію нових комунікативних форм взаємовідносин людини зі світом.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За часів епохи модерну роль національних спільнот і національної приналежності як чинника формування ідентичності була цілком очевидною. Проте у ХХІ столітті, коли культурна глобалізація призвела до формування наднаціональної публічної сфери, значення національних традицій стає вже не таким однозначним порівняно з культурними контекстами інших традицій і культур, з якими пов'язані різноманітні альтернативні цінності, ідеї та стилі нашого сьогодення. Ситуація ускладнюється ще й тим, що на проблеми національної ідентичності впливає, на слухну думку відомого дослідника М. Кастельса, соціальне розшарування суспільства, оскільки космополітична ідентичність властива переважно елітам сучасного суспільства, для яких на практиці реалізується прозорість міждержавних кордонів та участь у проєктах, пов'язаних з міжнародним розподілом праці. Більшість громадян, які не входять до цих елітних угруповань, зберігають фізичну і психологічну прив'язаність до локальних культурних традицій. Таким чином взаємовідносини між космополітичними та національними ідентичностями переходять, на у думку З. Баумана, у площину взаємовідносин між «глобальними багатими» та «локальними бідними», що ще більше загострює проблему національної ідентичності в сучасному суспільстві.

Як відомо, поняття «масова свідомість» тісно пов'язане з поняттями «масове суспільство». В такому суспільстві виробництво і споживання набувають стандартизованого, уніфікованого характеру, а масова свідомість населення визначається сукупністю певних стереотипів, які зображають систему цінностей масового суспільства, втілену у масовій культурі. Масову культуру формують передовсім саме масмедіа, внаслідок чого самотутня автентична культура поступово витісняється популярною масовою культурою глобального медіапростору. Так відбувається нівелювання громадянських, високих соціокультурних ідеалів та переконань, підміна ціннісних орієнтирів штучним медіапродуктом, спрямованим лише на задоволення особистих матеріальних потреб.

Іншою стороною цих процесів є так звана «глобальна ідентифікація», що призводить до появи принципово нової, глобальної ідентичності, сформованої медіакультурою. Ця «глобальна ідентичність» не тільки має тенденцію поглинати національно-етнічні, локальні, регіональні або релігійні ідентичності, але й індивідуальну ідентичність загалом. Під впливом, глобальної культури відбувається послаблення локальних етнічних культур, а самотутні етнічні традиції поступово нівелюються і знецінюються.

Глобалізаційні процеси є історично закономірними і будь-яке національне суспільство не може уникнути участі в них, як і загрози втратити інформаційну відкритість. У парадоксальний спосіб в епоху глобалізму, подібно феномену ретериторіалізації, зростає актуальність пошуків, точніше – відновлення «природжених стилів життя», властивих етнічним традиціям кожного народу. Збереження етнічних та регіональних традицій набуло в сучасному світі широкого поширення, що свідчить про тенденцію підвищення інтересу до суто етнічних джерел ідентичності в епоху глобалізації.

Пошукам «природженого способу життя» протиставляється інша, так звана «конструктивістська» тенденція, яка надає перевагу глобальному і космополітичному перед регіональним. Парадоксальність ситуації полягає в тому, що саме в країнах «першого світу» змушені докладати найбільших зусиль до збереження регіонально-етнічних традицій, оскільки там виникла реальна загроза їхнього поглинання космополітичною медіакультурою.

З розпадом СРСР суспільства пострадянських держав, які протягом довгого часу були інформаційно закритими, відчували на собі тиск потужного інформаційного потоку із Заходу. Оскільки в умовах глобалізаційних процесів практично жодна держава вже не мала можливості ізолюватися від зовнішнього світу, національні суспільства можуть доволі легко втрачати свій специфічний менталітет і потрапляти під вплив інших культур. Такий вплив глобалізаційних процесів вже став загально-визнаним фактом, і тому збереження культурних традицій, національного менталітету та національного медіапростору стає першочерговим завданням.

Глобалізаційні процеси та вплив космополітичної медіакультури справді має значний вплив на стан національної ідентичності українського суспільства, і в цьому вирішальною стає роль національних масмедіа. Проте діяльність масмедіа в Україні відбувається за умов, коли їхня рентабельність почасти не залежить від кількості аудиторії, продажу медіапродукції та розміщення реклами. Тому існування більшості масмедіа здійснюється за підтримки фінансово-політичних угруповань, виразниками інтересів яких вони виступають.

Особливості впливу масмедіа на становлення національної ідентичності визначаються як специфікою перехідного періоду становлення демократичного відкритого суспільства, так і впливом загальних глобальних тенденцій до зростання символічної влади аудіовізуальних медіа. При цьому ефективність впливу аудіовізуальних образів та великий обсяг аудиторії дають можливість ефірним та електронним масмедіа формувати певне світосприйняття, що набуває особливого значення у суспільстві з нестійкими соціальними зв'язками та низьким рівнем зрілості соціальних груп – а саме ці явища можна бачити в пострадянських державах Східної Європи.

Після того, як комуністична ідеологія та культура були відкинуті в країнах пострадянського табору, це призвело до появи ідеологічного вакууму, який так і не вдалося повністю заповнити, оскільки стару систему цінностей було зруйновано, а нова не була сформована. Наслідком цього стало порушення процесу соціальної ідентифікації для багатьох людей, руйнування їхніх життєвих планів і світоглядних орієнтирів. За таких умов вирішальною у формуванні нової ідентичності та збереженні національної автентичності стає роль масмедіа, оскільки саме вони визначають особливості сприйняття «соціального простору», як його називає П. Бурдьє – того

простору, який є сукупністю соціальних зв'язків між індивідами, що створюються в процесі специфічних соціальних практик.

Потрібно згадати і про таку проблему в діяльності масмедіа в пострадянських суспільствах (в тому числі в Україні), як відсутність чітко визначених і юридично закріплених кордонів національного інформаційного простору. Випадки порушення його суверенітету формально (згідно з чинним міжнародним правом) не можуть розглядатися як втручання у внутрішні справи держави.

Прагнення до звільнення від адміністративних обмежень в поширенні інформації (які робили радянське суспільство інформаційно закритим), характерне для кінця 1980-х – початку 1990-х, призвело до інформаційного розкриття пострадянського суспільства, до чого не була готова масова свідомість, яка почала активно зазнавати впливу глобалізованої культури, в основу якої було покладено західну, здебільшого американську систему цінностей. Наслідком цього стало зростання актуальності проблем інформаційної безпеки, – здатності держави, суспільства та окремої особистості забезпечити усталеність свого розвитку та можливість протистояти негативним інформаційним впливам на індивідуальну і суспільну свідомість. Окрім того, на формування національної ідентичності в умовах глобалізаційних процесів великою мірою впливає і криза традиційної системи освіти, що відбувається в умовах становлення інформаційного суспільства, яке передбачає принципово новий рівень доступності інформації.

Загалом потрібно визнати, що масмедіа в пострадянському суспільстві України великою мірою втрачають національну автентичність і самобутність, формуючи у свідомості своєї аудиторії наднаціональні, стандартизовані стереотипи сприйняття та поведінки, у більшості випадків запозичених у західної попкультури. Такий розрив медіа-культури з національними традиціями та ментальністю великою мірою пов'язаний з фактичною відсутністю повноцінної національної ідеї та ідеологічним вакуумом, що виник в українському суспільстві у 1990-ті рр.

У радянському, інформаційно закритому суспільстві засоби масової інформації перебували в державній власності, не могли належати приватним власникам і провадили єдину державну інформаційну політику (хоча на той час таке поняття і не існувало). Це були саме засоби масової інформації, а не комунікації; при цьому жодна комунікація, тобто діалог суспільства і влади, не тільки не передбачалася, а й взагалі була небажаною. До речі, саме тому ми уникаємо словосполучення «засоби масової інформації», як і аббревіатури ЗМІ (в сучасних умовах «інформування народу» вже не актуальне), надаючи перевагу міжнародно визнаному поняттю «масмедіа».

У пострадянську епоху поступово почав формуватися інформаційний ринок, і сьогодні серед масмедіа майже не залишилося газет, журналів або телевізійних каналів, акціями яких не володіли б великі фінансово-промислові групи. Схожу ситуацію можна побачити й в електронних масмедіа. Більшість інвесторів, які вкладають свої кошти в медіабізнес, взагалі орієнтуються не стільки на отримання прибутку, скільки на можливість впливати на громадську думку, особливо під час виборчої кампанії.

Варто поставити запитання – чи справді використання виключно ринкових механізмів в діяльності масмедіа це єдиний шлях їхнього розвитку? Аналіз досвіду розв'язання цих проблем у країнах «першого світу» свідчить, що насправді ідея «свободи преси» давно вже стала звичайним рекламним слоганом і широко вико-

ристовується в інтересах рекламодавців і бізнесу. Якщо раніше свободу преси в пострадянських країнах обмежувала держава, то сьогодні реальну свободу вибору інформації обмежують тенденції до монополізації, поширені в медіабізнесі. Очевидно, якщо свобода інформації розглядається не як одна з фундаментальних цінностей відкритого суспільства, а просто як товар, як стратегічний засіб в рекламному бізнесі, це веде до переважання над інтересами громадян інтересів інвесторів та рекламодавців, що вклали свої кошти в масмедіа.

Особливо відчутних фінансових обмежень в ринкових умовах зазнають видання або телевізійні програми, що відображають інтереси етнічних меншин і є новаторськими в інтелектуальному чи естетичному плані. Так ринкова конкуренція у сфері масмедіа породжує своєрідну ринкову цензуру, пов'язану з тим, що комерційні засоби масової комунікації не зацікавлені у нетипових (з огляду на стандарти ринку) точках зору, поглядах і формах суспільних відносин.

Можливо, ефективною альтернативою суто ринковим принципам діяльності масмедіа є ідея суспільного телерадіомовлення. Такий тип телерадіомовлення переважав у Західній Європі до 1980 р., після чого почалися масові кампанії проти суспільного мовлення, яке нібито обмежувало свободу слова, нав'язуючи членам суспільства певні цінності. Наслідком цього стала комерціалізація та лібералізація національних систем телебачення, що призвела до стрімкого поширення примітивізованої масової культури, яка на початок XXI ст. набула глобального характеру, ефективно маніпулюючи масовою свідомістю і витісняючи з неї національні ідентичності, натомість пропонуючи спрощений, уніфікований світогляд, орієнтований на споживання товарів та послуг.

Тому для українських масмедіа створення справді ефективної системи суспільного телерадіомовлення є конструктивною альтернативою хаотичному і стрімкому процесу комерціалізації медійної сфери і зрештою всієї комунікативної реальності суспільства. Оскільки суспільне телерадіомовлення має бути співзвучним із загальними смаками та інтересами громадян і спрямовувати особливу увагу на активізацію національної ідентичності та консолідацію суспільства, то саме воно (на відміну від приватновласницьких інтересів комерційних телеканалів) може сприяти розв'язанню проблеми збереження та відновлення національної ідентичності.

Ідея суспільного мовлення вперше була втілена в діяльності Британської радіомовної корпорації, коли визначилися її основні принципи: 1) суспільному мовленню властиве неприйняття комерціалізації; 2) програми суспільного мовлення мають бути максимально доступними кожному члену суспільства; 3) суспільне мовлення припускає наявність уніфікованого контролю; 4) програми орієнтуються на високі стандарти якості, відкидаючи все те, що може завдати шкоди суспільству. Отже, суспільне телерадіомовлення має на меті орієнтуватися на вищі інтереси суспільства, надаючи інформацію населенню країни та забезпечуючи його програмами, що відповідали б високим етичними та естетичними стандартами, виконуючи водночас розважальну функцію. При створенні в Україні ефективної системи суспільного мовлення, основною її метою повинні були б стати саме формування та підтримка національної ідентичності, що передбачає активізацію у внутрішньому світі громадян цінностей етнічних традицій, загальнонаціональної історії та культури.

Кажучи про проблеми національної ідентичності, хотілося б згадати про дослідження, яке провели в університеті штату Айова А. Міллер, Т. Клобукар і В. Резін-

гер, – результати його опубліковані в книзі «Україна. У пошуках національної ідентифікації (усталення репрезентації: масові й елітарні політичні підходи в Україні)». Респондентам (представникам широких мас та еліти) з метою виявлення уявлень сучасних українців про демократію було запропоновано набір понять «свобода», «правовий лад», «відповідальність», «влада більшості», «рівні можливості», «варіації в гармонії», «ставлення до економіки», «заперечення». При цьому у перелік не було включено поняття, які зображали такі реалії сучасного українського суспільного життя, як існування олігархів, переважання неформальних механізмів прийняття рішень у владних інституціях, уніфікація сучасних партій і, як наслідок, нівеляція ролі медіа в процесі формування громадянського суспільства. Методологічною помилкою було й те, що перелік запропонованих респондентам понять склали самі дослідники на основі своїх особистих уявлень, тоді як коректніше було б його визначити з попереднього опитування і виділення (скажімо, методом контент-аналізу) у відповідях респондентів найбільш частотно значущих слів та словосполучень. Оскільки це не було зроблено, то в саму реакцію респондентів на наведені поняття було закладено механізм програмування, а запропоновані поняття є лише елементами соціальної міфології, а отже – абстрактними та відірваними від реалій соціально-політичної ситуації в Україні. Тому, незважаючи на актуальність мети цього дослідження, воно, по суті, стало штучним вибудовуванням певного колективного міфу.

Відчуження суспільної свідомості від реалій соціально-політичного життя та підміна цих реалій ліберальними міфами характерне для пострадянського українського суспільства. Створення таких міфів є, по суті, процесом десоціалізації, який можна іноді помилково сприймати за початок формування громадянського суспільства, а суспільне продукування таких міфів ще не означає, що в суспільстві справді виникли реальні передумови для становлення громадянських інститутів, оскільки сутність таких інститутів полягає в тому, щоб ефективно чинити опосередкований чи прямий тиск на владу, домагаючись реалізації інтересів певних соціальних груп.

Загалом, кажучи про проблеми збереження самобутності українського національного інформаційного простору, потрібно зазначити, що частина цих проблем є спільною із проблемами інших пострадянських країн. Це потреба у формуванні та послідовному впровадженні єдиної державної політики стосовно підтримання національної ідентичності, навіть за відсутності методик та ефективних механізмів для захисту масової свідомості від негативного впливу глобальної масової культури.

При цьому необхідно врахувати й те, що процеси радикальної трансформації національного медіапростору під гаслом деідеологізації становлять суттєву загрозу для національної ідентичності, оскільки не залишають місця для збереження основ національної ідентичності, пропонуючи натомість розчинення національної самобутності в стихії міфів суспільства масового споживання, створених рекламою та соцмережами.

Незважаючи на маніпулятивний вплив масової культури на свідомість своєї аудиторії, помилкою було б твердити, що це маніпулювання здійснюється завжди ефективно. Причина в тому, що інформацію людина сприймає через призму сукупності певних фундаментальних цінностей та настанов, які зберігаються попри всі згадані вище деструктивні впливи і є архетипами національної свідомості. До того ж

може послабити цей маніпулятивний вплив наявність в сучасному суспільстві достатньої великої кількості незалежних джерел інформації.

Криза традиційної ідентичності, не втрачаючи своєї актуальності у XXI столітті, торкнулася різних регіонів світу. Вона почала збільшувати кількість людей, які не могли визначити свою соціальну (національну, політико-культурологічну, статусну тощо) приналежність. Причиною цього явища науковці вбачають в ослабленні механізму соціальної ідентифікації, а також в ослабленні комунікативних зв'язків в самому соціумі. Тож, без збереження як національної ідентичності, так національного медіапростору проблематичною стає цілісність і незалежність національних держав.

#### **Висновки.**

Підсумовуючи, можна виокремити декілька причин повільного становлення національної ідентичності в Україні. По-перше, це виникнення інформаційного вакууму після розпаду СРСР внаслідок порушення традиційних зв'язків, кризи системи цінностей радянського суспільства та відсутності реальної альтернативної системи цінностей. По-друге, попри проголошене в 90-х роках ХХ ст. створення в Україні демократичного відкритого суспільства, форми й методи цих суспільних трансформацій так і не були визначені, наслідком чого стала масова зневіра населення в успішності реформ та в конструктивності державної політики загалом. По-третє, внаслідок впливу глобалізаційних процесів відбулося заповнення вітчизняного інформаційного простору наднаціональною масовою культурою розважального спрямування, яка у більшості випадків веде до поширення примітивного світогляду на основі ідеології суспільства споживання, не залишаючи місця для збереження соціокультурних традицій та національної ідентичності. Тому, з огляду на проблеми збереження національної ідентичності, потрібно згадати й про інформаційну безпеку держави, що серед різних аспектів інформаційної безпеки займає одне з найважливіших місць, оскільки невирішеність проблем захисту національного інформаційного простору суттєво утруднює процеси становлення національної ідентичності. Хоча проблемам інформаційної безпеки останнім часом присвячено чимало публікацій, вони стосуються здебільшого захисту інформації від несанкціонованого доступу, оминаючи важливу проблему інформаційної безпеки суспільної свідомості – проблему, розв'язання якої потребує загальнодержавного підходу.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зернецька, О. В. (2017). *Глобальна комунікація: Монографія*, Наукова думка, Київ, с. 350.
2. Ручка, А. О. (2002). «Орієнтири концептуалізації ідентичності», *Соціокультурні ідентичності й практики*, с. 82.
3. Ручка, А. О. (2013). «Цінності і типи ціннісної ідентифікації в сучасному соціумі», *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін, т. 1, вип. 1 (15)*, с. 53.
4. Castells, Manuel. (2000). *The Information Age, vol. I, II, III*; (2004), *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*, 600 p.

## REFERENCES

1. Zernetska, O. V. (2017). *Hlobalna komunikatsiia: Monohrafiia*, Naukova dumka, Kyiv, s. 350.
2. Ruchka, A. O. (2002). «Oriientyry kontseptualizatsii identychnosti», *Sotsiokulturni identychnosti y praktyky*, s. 82.
3. Ruchka, A.O. (2013). «Tsinnosti i typy tsinnisnoi identyfikatsii v suchasnomu sotsiumi», *Ukrainske suspilstvo: monitorynh sotsialnykh zmin*, t. 1, vyp. 1 (15), c. 53.
4. Castells, Manuel (2000). *The Information Age*, vol. I, II, III; (2004), *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*, 600 p.

**SOCIOCULTURAL AND INFORMATIONAL AND COMMUNICATION  
TRANSFORMATIONS OF A NEW TYPE OF SOCIETY  
(PROBLEMS OF PRESERVING NATIONAL IDENTITY  
AND NATIONAL MEDIA SPACE)**

**Hrytsenko Olena**

*National University of «Kyiv-Mohyla Academy»,*

*2 Skovorody vul., Kyiv 04070, Ukraine*

*e-mail: [o.m.g@i.ua](mailto:o.m.g@i.ua)*

*<https://orcid.org/0000-0001-8339-9165>*

The problems of the correlation of cosmopolitan and national identities are too complex to be unambiguous assessment, let alone alternative values (related to the ecological paradigm and the spiritual traditions of other cultures). However, it is obvious that without preserving the national identity, the integrity and independence of the national state becomes problematic. On the other hand, without taking into account the consequences of information wars and aggressive cosmopolitan tendencies of global media culture, there is a threat of losing the national information space and displacing it to the periphery of socio-political and economic life in Ukraine and in the modern world.

In the process of working on research issues, the author of the article came out on the principles of objectivity, systematic and determinism, which in combination of their observance made it possible to determine the influence of the post-industrial information society on the formation of a new type of mass consciousness. As a result of the influence of globalization processes, there was a filling of the domestic information space with a supernational mass culture of entertainment, which in most cases leads to the spread of a primitive world outlook based on the ideology of consumption society, without leaving places to preserve sociocultural traditions and national identity. Therefore, given the problems of preserving national identity, it is necessary should be mentioned the information security of the state, which occupies one of the most important places, among various aspects of information security, since the unresolved problem of protection of the national information space significantly complicates the processes of formation of national identity.

*Key words:* national information space; national identity; global media culture; mass media; post-industrial information society.