

сегменти їхніх «життєвих світів», а також аналізувати окремі сенсові моделі. Отже, дослідивши специфіку співвідношення текстуальності та контекстуальності в Мережі, відмітимо вагомість обох цих чинників для формування її семантичного поля.

Список літератури

1. Бурого С. Б. Мелодия стиха. (Мир. Человек. Язык. Поэзия.). – К. : Collegium, 1999. – 350 с.
2. Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ // А. М. Єрмоленко Комунікативна практична філософія. Підручник. – К. : Лібра, 1999. – С. 287-324.
3. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Введение в феноменологическую философию // Вопросы философии. – 1992. – №7. – С. 136-176.
4. Гуссерль Э. Логические исследования. Т. II (1) // Э. Гуссерль. Избр. работы; [сост. В. А. Куренной]. – М. : Издательский дом «Территория будущего». – 2005. – С. 75-184.
5. Эко Умберто. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко; [перев. с англ. и итал. С. Д. Серебряного]. – СПб. : «Симпозиум», 2007. – 502 с.
6. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; [пер. с англ. А.

Матвеева; общ. ред. В. Харитоновой]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с.

7. Козловски П. Культура постмодерна: Общественно-культурные последствия техн. развития / П. Козловски. – М. : Культура, 1997. – 240 с.

8. Лосев А. Ф. Философия имени / А. Ф. Лосев. – М. : Академический Проект, 2009. – 300 с.

9. Мазыла А. Герменевтическая «Одиссея» Поля Рикера // Герменевтика: история и современность : (Критич. очерки) – М. : Мысль, 1985. – С. 216-244.

10. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маклюэн; [пер. с англ. В. Г. Николаева]. – М. : Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.

11. Нарский Н. С. Онтология и методология философской герменевтики // Герменевтика : история и современность : (Критич. очерки) – М. : Мысль, 1985. – С. 39-60.

12. Павлов А. П. Природа коммуникативного порядка. – Режим доступа : <http://www.vitos-mf.narod.ru/library/sociology1.htm>.

13. Шнейдер В. Коммуникация, нормативность, логика. – Ек. : Изд-во Урал. Ун-та., 2002. – 250 с.

14. Subscribe.ru – Режим доступа : <http://www.subscribe.ru/.../n208913520.html>.

С. Н. Ишук

КОНТЕКСТУАЛЬНОСТЬ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ

В статье обобщаются особенности интерпретационных процессов в Сети с целью выявления закономерностей формирования ее семантического поля. Интерпретация в Сети происходит на поликонтекстной основе, через объединение надличностных и личностных контекстов. Надличностные контексты усиливают индивидуальные особенности интерпретации и связаны со спецификой виртуальной, интерактивной, мультимедийной коммуникации. Личностные контексты, от которых существенно зависят способы интерпретации текста, содержат имплицитный (ментальный), эксплицитный (внешний) контексты адресата и обстоятельства интерпретации. Обосновывается, что Интернет-коммуникация осуществляется на плюральной основе, что способствует духовному развитию и одновременно может порождать герменевтический диссонанс.

Ключевые слова: текст, контекст, семантика, семиотика, интерпретация, коммуникация, герменевтика, жизненный мир.

S. Ishchuk

COMMUNICATION CONTEXTUALITY IN THE NETWORK

The article summarizes the features of the Network interpretation processes in order to identify patterns of formation of its semantic field. Interpretation in the Network takes place on a polycontextual basis, through the association of transpersonal and personal contexts. Transpersonal contexts increase individual features of interpretation and are connected with specificity of virtual, interactive, multimedia communication. Personal contexts, on which ways of interpretation of the text significantly depend, contain implicit (mental), explicit (external) contexts of the addressee and the circumstances of their interpretation. It is substantiated that the Internet communication is carried out on a plural basis that promotes spiritual development and at the same time can generate a hermeneutical dissonance.

Key words: text, context, semantics, semiotics, interpretation, communication, hermeneutics, lifeworld.

УДК 316.334:339.97:1(045)

І.В. Литовченко

ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

Анотація. У статті здійснюється соціально-філософське дослідження особливостей інституціалізації суспільного життя в умовах глобалізації. Проаналізовано сутність трансформації традиційних соціальних інститутів під впливом глобалізаційних процесів.

Ключові слова: глобалізація, інституціалізація, соціальний інститут, трансформація, інформаційно-комунікаційні технології, глобалізаційні процеси.

Вступ

Глобалізаційні процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві, сутнісною основою яких є розвиток інформаційних технологій, справляють суттєвий вплив на всі сфери суспільного життя – політику, економіку, культуру, освіту, релігію, сім'ю, міжетнічні відносини тощо. Всі ці сфери, залучаючись до швидкого темпу засвоєння і обміну інформацією, набувають якісно нових ознак, проявів і особливостей.

Під впливом глобалізаційних чинників в Україні відбуваються процеси формування нових і трансформації вже існуючих соціальних інститутів, що

зумовлює появу нових соціальних явищ і процесів, докорінно змінює систему соціальних відносин та взаємодій, традиційні норми і цінності тощо. Разом із тим, суспільний розвиток характеризується проблемами інституціалізації цих явищ та процесів у сучасних реаліях, що обумовило потребу соціально-філософського аналізу процесу інституціалізації суспільства в контексті глобалізації.

Аналіз досліджень і публікацій

Дослідження тих чи інших аспектів інституціалізації суспільного життя займають особливе місце в

концепціях представників соціально-філософської, соціологічної, культурологічної, історичної та інших наук. Так, наприклад, Е.Гідденс розглядає соціокультурну складову глобалізації в процесі розвитку суспільного життя, наголошуючи на особливостях її впливу на культурну самодетермінацію індивіда та соціальної групи, спільноти; С.Хантінгтон аналізує явище глобалізації в категоріях культурно-цивілізаційної взаємодії; Р.Робертсон у своїх дослідженнях акцентує увагу на проблематиці культурного та символічного домінування в світі, що глобалізується; М. Фезерстоун вивчає вплив соціокультурних факторів глобалізації на національно-культурну ідентичність з урахуванням ступеня модернізації суспільства; У.Бек аналізує соціокультурний вимір глобалізаційних процесів, акцентуючи увагу на їхньому політичному контексті; наукові праці У.Макбрайта присвячені проблемам гармонізації міжкультурних відносин у глобалізованому світі; Дж.Томлінсон досліджує вплив глобалізаційних процесів на масову культуру й етнокультурні характеристики соціуму [1, с.4-5]; І.Кардонова наголошує на актуальності дослідження інститутів ідеології та освіти як феноменів, що відносяться до структурно-інституціонального виміру суспільства, який відчуває вплив глобалізаційних викликів сьогодення.

Постановка завдання

Основною метою даної статті є соціально-філософське осмислення особливостей інституціалізації суспільного життя в умовах глобалізації з метою пошуку принципово нових ідей та напрямків, орієнтованих на відкриття нових перспектив і механізмів інституційної еволюції сучасних суспільств.

Основна частина

Процес глобалізації в сучасному суспільстві, обумовлений економічним, технологічним, соціокультурним прогресом, поєднує весь світ та призводить до взаємозалежності різноманітних соціальних груп, спільностей тощо. Дослідниця інституційних аспектів глобалізаційних процесів, І Кардонова, визначає глобалізацію як світовий процес трансформації символів і символічних форм, під час якого фальсифікуються, верифікуються, і/або перевизначаються вже існуючі в кожному суспільстві норми, цінності, правила, традиції, соціокультурні практики, що конституюють суспільство та інституціалізовані в двох основних вимірах – соціально-епістемологічному та структурно-інституційному [1, с.13]. Е.Гідденс відзначає, що в умовах глобалізаційних впливів соціальні групи та окремі індивіди поступово звільняються від повсякденних, встановлених соціальних зв'язків, норм і традицій локального масштабу, залучаючись до більш широкого, позагеографічного сприйняття місця та суспільства, яке в свою чергу породжує соціальні відносини і зв'язки, вільні від традиційних зобов'язань, непередбачувані і деполітизовані [2]. В.Іноземцев у своїх наукових роботах зауважує, що в умовах глобалізації спостерігається зростання рівня і розвиток міжнародної торгівлі, масштабів інвестиційних потоків, а також формування всесвітнього інформаційного простору; становлення певних глобальних інститутів і практик, що сприяють створенню єдиного світового співто-

вариства [3, с.59]. У даному контексті слушною є думка Ж.Деріда про те, що міжнародні інститути, державні й недержавні, займають у цьому відношенні привілейовані позиції, виступаючи одночасно в якості джерела знань, простору аналізу або експериментування, а також простору зіткнення або місця відкритої конфронтації [4, с.127]. Аналізуючи різноманітні точки зору щодо визначення поняття глобалізації, можна зробити висновок, що це процес універсалізації, становлення єдиних для всього світу структур, зв'язків і відносин у різних сферах суспільного життя. Глобалізацію можна розглядати як явище і як феномен, якщо вона розглядається у якості об'єктивної реальності, що характеризується закритістю глобального простору, єдиним світовим господарством, загальною екологічною взаємозалежністю, глобальними комунікаціями тощо.

Глобалізація проявляється на різних рівнях соціальних відносин: від локальних, професійних і т.д. до загальнонаціональних, міждержавних. Вона визначається взаємодією зовнішніх і внутрішніх факторів, переплетінням внутрішньонаціональних і наднаціональних відносин та інститутів, завдяки яким здійснюється обмін економічною, політичною, соціальною активністю через національні кордони, взаємопроникнення різноманітних явищ і процесів у суспільстві. Такі тенденції обумовлюють ускладнення та інтенсифікацію взаємовпливів і зв'язків між державами, національними спільнотами, соціальними інститутами, що сприяє зближенню національних, локальних, регіональних і глобальних факторів та процесів. Такі явища породжують умови для перетворення сучасних соціально-політичних, економічних структур (на рівні країни, світу) на так зване мережеве суспільство.

Серед особливостей глобалізації можна виокремити наступні: глобальний інформаційний простір, що вплинув на розвиток і формування особистості; транснаціональна капіталістична економіка, що зробила проникиними державні кордони; швидкий і зручний процес обміну товарами, послугами, технологіями, капіталами та ін. між людьми, групами, організаціями тощо; швидкі темпи поширення норм і стандартів суспільства масового споживання; взаємозалежність різних частин світу від ринкового обміну, їхню спеціалізацію та кооперацію у світовому господарстві; підвищення ролі багатосторонніх угод із питань торгівлі, послуг, інтелектуальної власності, безпеки, екології; поява різноманітних міжнародних законодавчих, виконавчих, судових та ін. органів тощо; зростає та посилюється рівень міграційних потоків, що суттєво позначається на міжкультурній взаємодії індивідів, груп, суспільств. Культура одного народу отримує можливість взаємодіяти з іншими, що обумовлює синтез різноманітних культур, звичаїв, традицій, цінностей тощо. Результатом таких взаємодій культур є зміни у формах спільної діяльності індивідів щодо використання суспільних ресурсів, а також засобів задоволення соціальних потреб; загострюється проблема ідентичності особистості та суспільства.

Інтеграційні процеси між цивілізаціями, як результат глобалізації, обумовлюють зміни в структурі та функціонуванні соціальних інститутів, змушуючи

учасників соціальних відносин адаптуватися до мінливих умов, щоб зберегти свої соціальні статуси і ролі відповідно до пропонованих світових вимог. Зважаючи на взаємопроникнення цінностей, норм, звичаїв, традицій, ідеалів різних культур, зазнають структурно-функціональних перетворень, у першу чергу, такі соціальні інститути як економіка, політика, сім'я, релігія, система освіти і виховання, дозвілля тощо.

Важливим чинником, що обумовлює зміни в процесі інституціалізації суспільного життя в контексті глобалізації, є західна культура. В умовах розвитку сучасного суспільства вона формує світоглядні переконання, змінює ціннісні орієнтації, впливає на вибір моделей та правил поведінки, часто визначаючи спосіб життя членів суспільства. Можливість здійснення такого впливу в сучасному світі обумовлена розвитком засобів масової інформації як головного інтеграційного інструмента між культурами. На особливу увагу заслуговує пропаганда культу масового споживання, що за допомогою ЗМІ перетворює західну культуру на еталон в усьому світі. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології проникають в усі сфери суспільного життя, а методи впливу інформаційних засобів повсякчасно модернізуються, що сприяє становленню ЗМІ як особливого, важливого інституту формування глобальної свідомості.

Важливо зауважити, що на початку XXI ст. користувачі різноманітних інформаційних ресурсів орієнтовані на отримання інформації завдяки Інтернету або мобільному зв'язку, що поступово витісняють традиційні ЗМІ. Можливості сучасних інформаційно-комунікаційних технологій справляють вплив на соціальні практики індивідів, дозволяючи проявляти активність, обираючи джерело задоволення інформаційно-комунікативних потреб. Становлення глобального інформаційно-комунікаційного середовища сприяє розширенню можливостей системи комунікацій соціальних інститутів, охоплюючи все більшу кількість транснаціональних акторів. Досліджуючи інформаційно-комунікаційні основи інституційних змін у сучасному суспільстві, В.Зотов справедливо зауважує, що формування інформаційно-комунікаційного середовища призводить до зростання ролі інформаційно-комунікаційної основи соціального інституту, яка є рушійною силою інституційних змін, під час яких змінюється статусно-рольова структура, функції, об'єкти інституційної діяльності, а також інституційні практики, зразки, правила, норми тощо [5, с.11-12]. У даному контексті глобалізація виступає як певна стадія суспільного розвитку, що базується на можливостях сучасних технологій, передусім, у сфері комунікації.

Прозорість кордонів завдяки глобалізаційним процесам інформаційно-комунікаційного простору підриває стійкість сучасних національно-державних та інших соціальних інститутів, сприяє формуванню як транснаціональних, так і локальних соціальних інститутів. На думку В.Зотова, глобалізація інформаційно-комунікаційного середовища призводить до процесів розкладу влади інститутів, які втрачають владний координуючий центр, що уособлює в собі держава. Внаслідок цього виникають процеси по-

лаблення сучасних національно-державних інститутів та зростання впливу мережевих структур. Тобто із зростанням рівня впливу сфери доступного інформаційно-комунікаційного простору, старі інституційні структури вже не витримують у повному обсязі навантаження зовнішніх чинників впливу, а нові – ще не сформувались [5, с.38]. Внаслідок глобалізації «чужорідні» цінності, норми і традиції проникають практично в усі сфери суспільного життя, що обумовлює їхню поступову трансформацію.

Досліджуючи процеси інституціалізації суспільного життя в умовах глобалізації, доцільно звернути увагу на вивчення особливостей трансформації і функціонування традиційних соціальних інститутів. Так, наприклад, інститут сім'ї останніми роками зазнає низки серйозних змін: змінюються уявлення людей щодо традиційної ролі та функції сім'ї, знижується рівень народжуваності, утворюються нові форми сімейних відносин, послаблюються традиції гетеросексуальних відносин, зростає кількість міжтнічних шлюбів, поширюється явище міжнародного всиновлення.

Глобалізаційні процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві, стають каталізатором трансформації традиційного інституту освіти. Світова система освіти і виховання отримує нове завдання виховання людини в умовах глобалізації культури, ринку, політики тощо. За таких умов змінюються основні підходи в навчально-виховному процесі в різних закладах освіти і виховання. Такі процеси особливо позначаються на системному реформуванні вищої освіти: створюється єдиний освітній простір, що передбачає низку принципів і підходів, єдиних стандартів, спрямованих на розширення доступу і покращення якості освіти. Одним із головних завдань сучасної вищої освіти є сприяння адаптації індивідів до умов всезростаючої конкуренції та формування висококваліфікованих кадрів, розвиваючи лідерські здібності, заповзятливість тощо. Єдиний освітній простір сприяє створенню сприятливих умов для спільної роботи і обміну між університетами в усьому світі.

На слушну думку І.Кардонової, саме освіта, як елемент структурно-інституційної основи суспільства, все більше піддається впливу глобалізаційних процесів, головними тенденціями яких є комерціалізація та уніфікація. Комерціалізація освіти передбачає збільшення частки платних послуг та рівня платності до масштабів, що дозволяють отримувати прибуток засновникам навчальних закладів та їх працівникам. У міжнародній практиці ці заклади розглядаються як прибуткові організації, що безоплатно фінансуються з національного та місцевого бюджету, а також із бюджету їхніх засновників. Заклади освіти, отже, перетворюються на такі собі підприємства або корпорації з виробництва та реалізації освітніх послуг. Дослідниця в своїх роботах відмічає, що комерціалізація освіти – це результат, перш за все, ліберальної моделі соціально-економічних відносин, що глобалізується. Уніфікація освіти передбачає зведення до системи єдиних знаменників освітніх стандартів, норм, змісту спеціальностей, систем оцінки знань тощо [1, с.17-18]. Процес уніфікації системи освіти на світовому рівні

сприяє і значно спрощує мобільність студентів між різними вузами. Такі сучасні прояви глобалізації зробили інтернаціоналізацію освіти більш значимою і явною, визначили залежність інтернаціоналізації вищої освіти від глобальних економічних процесів. Так, однією з головних тенденцій інтернаціоналізації є посилення міжнародної складової вищої освіти [6, с.778]. Інтеграційні процеси в різноманітних формах і напрямках створили можливість для розвитку систем вищої освіти в глобальних масштабах, задовольняючи національні інтереси входження в світову систему вищої освіти.

Отже, глобалізація у галузі освіти передбачає: інтеграцію і координацію національних освітніх систем; формування єдиного освітнього простору і світового ринку освітніх послуг; використання нових інформаційних технологій у процесі поширення знань; зростання академічної мобільності, а також уніфікацію навчальних планів і методів навчання; досягнення міжнародного рівня якості вищої освіти; підготовку конкурентоспроможних спеціалістів на світовому ринку праці; поширення дистанційного навчання; використання нових форм навчання тощо. Трансформація системи освіти як соціального інституту в умовах глобалізації призводить до відкритості і гнучкості національних систем вищої освіти, що значно покращує здатність до адаптації в нових умовах сьогодення.

Ще однією важливою сферою суспільного життя, що зазнає суттєвого впливу глобалізаційних процесів, є інститут релігії, основними функціями якого є встановлення і трансляція соціокультурних та моральних цінностей між поколіннями. Релігія, що тісно пов'язана з функціонуванням інших традиційних інститутів, цінностями, традиціями, світосприйняттям, вимушена реагувати на процеси глобалізації, які відбуваються в сучасному суспільстві. Глобалізація впливає на релігію, релігійну поведінку і мислення людей, пропонуючи нові стандарти й способи життя; відбуваються зміни у формах релігійного впливу; спостерігаються явища взаємодії релігій на основі екуменізму тощо.

З розвитком нових інформаційних технологій і єдиного світового ринку товарів та послуг глобалізація посилює свій вплив і стає одним із головних джерел швидкого поширення нових релігійних рухів, течій у сучасному світі. Вивчаючи зв'язок між релігією та глобалізацією, О.Нурулаєв відзначає, що остання формує певний глобальний ринок релігій або «релігійний глобал-маркет», що діє за принципом вільної пропозиції і вільного вибору. Індивід в епоху глобалізації отримує можливість і право формувати свою ідентичність на основі власного рішення, незалежно від релігійної, культурної, територіальної приналежності. Вчений справедливо зауважує, що сенс глобальної релігійності зводиться до індивідуальної самореалізації. В епоху глобалізації релігія стає транснаціональною, вона починає функціонувати поза традиційними конфесійними, політичними, культурними та цивілізаційними межами [7]. Загалом релігія є ключовим аспектом глобалізації культури, що передбачає поширення традицій, розширення транснаціональних мереж,

змішування національних культур і появи нового світосприйняття.

Важливо зауважити, що під впливом глобалізації релігійні практики і вірування стають надбанням публічної сфери, а поняття сакрального в сучасному суспільстві трансформується. Переосмислення ролі та місця релігії в суспільному житті, зокрема завдяки збільшенню міграційних потоків, є характерним і для достатньо секуляризованих західних країн, де релігійні практики прийнято вважати сферою приватного, індивідуального. Релігійним символам і практикам починають приділяти активну увагу в масовій культурі, сфері споживання, бізнесі, культурі тощо.

Висновки

Соціокультурний, політичний та економічний простори України розвиваються під впливом цілої низки внутрішніх та зовнішніх чинників, серед яких важливе місце займає явище глобалізації, ступінь впливу якої на процеси інституціалізації залежить, з одного боку, від стійкості соціальних інститутів до різноспрямованих дій зовнішнього середовища, а з іншого – їхньої здатності до змін, оновлення та ефективного використання всезростаючих можливостей соціокультурної інтеграції, високих досягнень світової культури, науки і техніки.

Особливості інституціалізації суспільного життя в умовах глобалізації кінця ХХ початку ХХІ століть пов'язані з розвитком процесу інформатизації. Відбуваються докорінні зміни у функціонуванні базових, традиційних соціальних інститутів суспільства, що призводить до змін ціннісних орієнтацій, норм, традицій індивідів і соціальних груп. Наприклад, функції трансляції цінностей і соціального досвіду поступово втрачає інститут освіти, а набуває ЗМІ, вплив якого в сучасному суспільстві є очевидним і беззаперечним.

Розвиток і трансформація соціокультурного простору України під впливом глобалізаційних змін певною мірою характеризується диференціацією національних культур, поширенням педагогічних і наукових шкіл, а також інновацій у сфері освіти, зародженням нових релігійних течій та переконань; на різних соціокультурних рівнях виникають нові зв'язки, відносини, взаємодії і залежності, сприяючи одночасно єдності та диференціації соціокультурного простору. Розвиток і проникнення в усі сфери суспільного життя засобів телекомунікації, Інтернету сприяють новим тенденціям уніфікації і стандартизації в соціокультурній та духовній сферах, змінюючи традиційні уявлення щодо функціонування соціальних інститутів: сім'ї, освіти, релігії тощо.

Список літератури

1. Кардонова, И. А. Глобализация как социокультурная трансформация: институциональная перспектива : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.11 "Социальная философия" / Кардонова, Ирина Александровна. – Иркутск, 2007. – 22 с.
2. Робертс Д. Крах модернизации: глобализация и культура [Електронний ресурс] / Джон Робертс // Художественный журнал. – 2004. – №4. – Режим доступу до ресурсу: <http://xz.gif.ru/numbers/56/3/>.
3. Иноземцев В. Л. Вестернизация как глобализация и "глобализация" как американизация [Електронний ресурс] / В. Л. Иноземцев // Вопросы философии. – 2004. – №4. – Режим доступу до ресурсу: <http://ec-dejavu.ru/g/Globalization.html>.

4. Деррида Ж. Глобализация, мир и космополитизм [Электронный ресурс] / Жак Деррида // Космополис. – 2004. – №2 (8). – Режим доступа до ресурсу: <http://www.risa.ru/cosmopolis>.

5. Зотов В. В. Информационно-коммуникативные основы институциональных изменений современного российского общества: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. соц. наук : спец. 22.00.04 "Социальная структура, социальные институты и процессы" / Зотов Виталий Владимирович – Москва, 2009. – 48 с.

И.В. Литовченко

ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ
В статье осуществляется социально-философское исследование особенностей институциализации общественной жизни в условиях глобализации. Проанализировано сущность трансформации традиционных социальных институтов под влиянием глобализационных процессов.

Ключевые слова: глобализация, институциализация, социальный институт, трансформация, информационно-коммуникационные технологии, глобализационные процессы.

I. Lytovchenko

INSTIUTUALIZATION OF PUBLIC LIFE IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION: SOCIAL-PHILOSOPHICAL ANALYSIS

In the article social-philosophic research of the instiutualization features of public life are examined in the conditions of globalization. Essence of transformation of traditional social institutes is analysed under influence of globalization processes.

Keywords: globalization, instiutualization, social institute, transformation, of informative-communication technologies, globalization processes.

УДК 316.6

Л.А. Ороховська

РЕКЛАМА В КОНТЕКСТІ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ СОЦІУМУ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

Анотація. У статті здійснюється аналіз впливу реклами засобами мас-медіа на особистість з метою формування псевдопотреб, нових стандартів життя заради отримання прибутків виробниками товарів та послуг, що трансформують ціннісно-нормативні орієнтації соціуму.

Ключові слова: медіакультура, мас-медіа, реклама, маніпуляція свідомістю.

Вступ

Здатність мас-медіа виділяти окремі елементи із загальної маси культурних явищ, надаючи їм особливої ваги, підвищуючи їх цінність використовує сучасна реклама. При цьому вона часто спирається на міфи, насамперед, про свободу особистого вибору. Натомість, реклама є одним із самих буденних і непомітних видів маніпуляції свідомістю, якій піддається щоденно кожна людина. Рекламні ролики переривають телефільми, рекламою заповнені газети і журнали, рекламу нав'язує Інтернет. Комерціалізація ЗМІ посилила їхню залежність від рекламодавців. Мас-медіа, які здатні виробляти високорейтингові програми і підтримувати у цільовій аудиторії активні споживацькі настрої, отримують від реклами значні прибутки. Часто журналістські матеріали є лише формою для реклами тих чи інших товарів і послуг. Такою може бути інформація про туризм і подорожі, банківські послуги, нові біодобавки, технології у косметології тощо. Газети, радіо і телебачення, сайти в Інтернеті через рекламу втягуються у сферу ринкових відносин. Видавництва, медіахолдинги, телеканали і радіостанції стають об'єктом бізнесу, сервісними службами, які надають послуги своїм клієнтам.

Аналіз досліджень і публікацій

Одними з перших підняли проблему мас-медіа як засобу маніпуляції та поневолення особистості, виступили з критикою товарного фетишизму, споживацької ідеології М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Е. Фромм, Г. Маркузе, Ю. Хабермас. Реклама в ЗМІ

6. Налетова И. В. Процессы глобализации и интернационализации в современном высшем образовании / И. В. Налетова. // Вестник Тамбовского государственного технического университета. – 2005. – Вып. №2 – С. 777-781.

7. Нуруллаев А. А. Проблемы диалога религий в эпоху глобализации [Электронный ресурс] / А. А. Нуруллаев // Вестник российского университета дружбы народов. – 2001. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.humanities.edu.ru>.

вони розглядали як засіб формування псевдокартини світу та споживацького відношення до життя заради отримання надприбутку від продажу продукції споживачам.

Своєрідні підходи до аналізу місця і ролі мас-медійної реклами представлені в філософських концепціях постмодернізму. Дж. Ваттімо обґрунтував положення, що винайдення аудіо- та звукових технологій і систем накопичення інформації радикально змінило способи, якими історія доходить до постмодерної сучасності. Всезагальна естетизація екзистенції, починаючи від реклами й закінчуючи домінуванням символічного статусу над споживанням, пов'язана з тим, що виробництво товарів штучно створює потреби заради їхнього задоволення, і, відповідно, ці потреби все менше прив'язані до реальності. Проблему аналізу реклами піднімали в теорії симуляції Ж. Дельоз, Ф. Гваттарі та Ж. Бодрійяр. Запропонована Ж. Дельозом і Ф. Гваттарі концепція бажання визначає його як відсутність, «нестачу реального об'єкта», яка виробляє «фантазматичний об'єкт». Метою капіталістичного виробництва є отримання прибутку й тому реклама постає як симуляція реального, як є «виробництвом нестачі у великих кількостях».

Проблемі впливу реклами на сферу культури та змінну аксіологічних засад буття соціуму присвячено праці сучасних дослідників М. Дері, А. Етціоні, В. Ільїна, Ю. Запісоцького, Д. Огілві та ін.

Постановка завдання

Питання рекламної діяльності, взаємодії рекла-