

СОЦІОКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ

Наталя Глебова

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Анотація:

Розглянуто чинники соціалізації та її соціокультурні комунікаційні аспекти. Досліджено соціальну та масову комунікації. Проаналізовано теоретичний і методологічний контексти соціокультурної комунікації з різнопланових соціокультурних позицій. Доведено, що розвиток інформаційних процесів у сучасному суспільстві детермінує ускладнення типологічної структури соціокультурної комунікації, а розуміння свободи в сучасному суспільстві повинно будуватися на соціокультурній комунікації кожного індивіда. Прілюстровано вплив соціокультурної масової комунікації на ступінь відкритості суспільства та свободи особистості.

Глебова Наталья. Социокультурный коммуникационный аспект социализации: теоретико-методологический контекст

Рассмотрены факторы социализации и её социокультурные коммуникационные аспекты. Исследованы социальная и массовая коммуникации. Проанализированы теоретический и методологический контексты социокультурной коммуникации, которая характеризуется с разнообразных социокультурных позиций. Доказано, что развитие информационных процессов в современном обществе ведёт к усложнению типологической структуры социокультурной коммуникации и что понимание свободы в современной обществе должно строиться на социокультурной коммуникации каждого индивида. Проиллюстрировано влияние социокультурной массовой коммуникации на степень открытости общества и свободы личности.

Glebova Natalya. Socio-cultural communication aspect of socialization: theoretic and methodological context

The article deals with factors of socialization and its socio-cultural communication aspects. The author explores social and mass communication. She analyses theoretical and methodological context of socio-cultural communication which is characterized from various socio-cultural stances. It proves that development of informational processes in modern society leads to the complication of typological structure of socio-cultural communication, and understanding of freedom in modern society must be built on the socio-cultural communication of every person. The attention is paid to the influence of socio-cultural mass communication on expanding the degree of the society openness and personal freedom.

Ключові слова:

соціалізація, комунікація, соціокультурна комунікація.

социализация, коммуникация, социокультурная коммуникация.

socialization, communication, social and cultural communication.

Культурне оточення, в якому ми народжуємося й досягаємо зрілості, настільки впливає на нашу поведінку, що ми позбавлені будь-якого права на індивідуальність чи вільний вибір. Може скластися враження, що нас просто «вкладають» у наперед задані форми, які суспільство приготувало для нас. Від народження до смерті ми «втягнуті» у спілкування з іншими, а це, безперечно, формує наші цінності, нашу поведінку, а головне – саму особистість. А формуванню нашої індивідуальності й свободи сприяє саме соціалізація.

Як відомо, соціалізація є процесом і результатом засвоєння індивідом соціального досвіду та його подальшого активного використання. У процесі спільної діяльності й спілкування формується соціальність індивіда – культура мислення й культура почуттів, культура духовного життя й культура поведінки. Поза людським суспільством духовний, соціальний, психічний розвиток відбуватися не може.

Відповідно до окресленої проблематики метою нашого дослідження є з'ясування ролі й специфіки соціокультурної комунікації в аспекті соціалізації вільної особистості. Досягнення поставленої мети зумовило виконання ряду завдань:

- проаналізувати наявні наукові здобутки процесу соціалізації;
- сформулювати понятійно-категоріальну основу соціокультурної комунікації;

– теоретично обґрунтувати вплив соціокультурної комунікації на соціалізацію особистості.

Зміст поняття «соціалізація» не є однозначним. Представники структурно-функціонального напряму американської соціології (Т. Парсонс, Р. Мертон) під соціалізацією розуміють процес повного входження особистості в соціальну систему через пристосування до неї. Останнє традиційно пояснюється за допомогою поняття «адаптація». Отже, «соціалізацію» можна тлумачити як процес входження людини в соціальне середовище та її пристосування до культурних, психологічних і соціологічних факторів. Представники гуманістичної психології (Г. Олпорт, К. Роджерс та ін.) під соціалізацією розуміють процес самоактуалізації «Я-концепції», самореалізації особистістю своїх потенцій і творчих здібностей, процес подолання негативних впливів середовища, які заважають саморозвитку й самоствердженню особистості.

Ці підходи не суперечать один одному, а визначають двобічний характер соціалізації. Особистість засвоює соціальний досвід (етнічні, класові, групові, професійні та інші соціальні стереотипи та стандарти, сформовані суспільством) шляхом входження до системи наявних соціальних зв'язків. Водночас через природну активність вона зберігає й розвиває тенденцію до автономії, незалежності, свободи, формування власної позиції, неповторної індивідуальності. Саме це й за-

безпечує розвиток і перетворення не тільки особистості, а й суспільства. Отже, єдність процесів адаптації, інтеграції та самореалізації забезпечує оптимальний розвиток особистості у її взаємодії з навколишнім середовищем, а їх перетинання і є суттю соціалізації.

Процес соціалізації ніколи не завершується, він триває безперервно впродовж усього життя. Йому властива внутрішня динаміка здобутків і втрат (Г. Костюк), безмежність саморозкриття особистості. Видатний американський учений Е. Гіденс так розтлумачив поняття «соціалізація»: це процес, завдяки якому безпорадне маля поступово перетворюється на особу, що розуміє й саму себе, і навколишній світ, набуває знань і звичок, притаманних культурі, в якій вона народилася. Соціалізація – це не той вид «культурного програмування», коли дитина пасивно засвоює впливи, яких вона зазнає. Навіть щойно народжений малюк має потреби й вимоги, які впливають на поведінку тих, хто за нього відповідає: дитина від свого народження є створінням активним.

Соціалізація поєднує між собою різні покоління. Народження дитини змінює життя тих, хто відповідальний за її виховання, – і вони самі багато чого навчаються, набувають нового досвіду. Батьківство звичайно прив'язує діяльність дорослих до своїх дітей на все подальше життя й тих, і тих. Старші люди залишаються батьками, безперечно, й тоді, коли в них з'являються онуки, і, таким чином, виникає нова система споріднених зв'язків, поєднуючи між собою різні покоління. І хоча процес засвоєння елементів своєї культури відбувається набагато інтенсивніше в ранньому дитячому віці, аніж пізніше, процес навчання й пристосування до середовища триває впродовж усього життя [4, с. 42–43]. Також соціалізація розглядалася як процес оволодіння новими поколіннями знаннями, віруваннями, нормами й настановами конкретного суспільства, що відповідають їх соціальним ролям і забезпечують збереження й розвиток суспільства.

Залежно від того, на чому ґрунтувалися погляди дослідники цієї проблеми (на сім'ї, школі, культурі, мас-медіа), з'являлися відповідні тлумачення терміна «соціалізація» [2]. Розглянемо деякі з них. Соціалізація – процес розвитку особистого контролю (базується на теорії класичного психоаналізу З. Фрейда): індивід перебуває в конфлікті з суспільством, яке пригнічує його біологічні (соціальні) інстинкти. Тому особистості треба контролювати себе, аби позбутися страху та знервованості. Соціалізація – результат міжособистісного спілкування (ґрунтується на теорії символічного інтеракціонізму Ч. Кулі і Дж. Міда): особистість формується на основі взаємодії з навколишнім світом, що впливає на неї. Зрілість індивіда визначається ступенем його добровільного підко-

рення настановам і цілям системи. Соціалізація – включення індивіда через рольове навчання (базується на теорії структурного функціоналізму Т. Парсонса та праць Р. Доусона й К. Превіта): індивід взаємодіє з іншими на основі засвоєних ним соціальних ролей (учителя, дитини, пасажира, водія, чоловіка та ін.). Соціалізація в цьому контексті є процесом постійної адаптації до визначених цінностей і стандартів поведінки. Соціалізація – поведінка під впливом «батога та пряника», що розглядається в контексті біхевіоризму [1, с. 60–61].

У сучасній науці є дві моделі процесу соціалізації: модель «підкорення» й модель «інтересу». Модель «підкорення» розробляли біхевіористи (Ч. Меррієм, Г. Лассуелл) і прихильники системного підходу (Д. Істон, Дж. Денніс, Г. Алмонд, С. Верба, К. Дойч). Вони розглядають соціалізацію як процес впливу політичної системи на індивіда з метою вкорінення в його свідомості позитивних настанов щодо оцінювання системи [7].

Обставини, умови, що спонукають людину до активних дій, називають чинниками соціалізації. У вітчизняній і західній науці їх класифікують по-різному. Найбільш логічною та переконливою нам видається класифікація, запропонована А. Мудриком. Основні чинники соціалізації вчений об'єднав у три групи: макрочинники (гр. *makros* – великий, великих розмірів) – космос, планета, світ, країна, суспільство, держава – впливають на соціалізацію всіх жителів планети або дуже великих груп людей, які проживають у певних країнах; мезочинники (гр. *mesos* – середній, проміжний) – умови соціалізації великих груп людей, які виділяються за національною ознакою (етнос як фактор соціалізації); за місцем і типом поселення, в якому вони проживають (регіон, село, місто, селище); за належністю до аудиторії тих чи тих засобів масової комунікації (радіо, телебачення, кіно тощо); мікрочинники (гр. *mikros* – малий) – соціальні групи, що безпосередньо впливають на конкретних людей (сім'я, група ровесників, мікросоціум, організації, в яких здійснюється соціальне виховання – навчальні, професійні, громадські та ін.).

Мікрочинники, як зазначають соціологи, впливають на розвиток людини через так званих агентів соціалізації – осіб, у безпосередній взаємодії з якими проходить її життя. Головними трансляторами соціальних і культурних цінностей були й залишаються батьки дитини. Сила виховного впливу сім'ї зумовлена характером процесу засвоєння морального досвіду в ній. Цей процес має ряд особливостей: вплив батьків є найпершим впливом дорослих на формування особистості дитини, а перше сприйняття, як відомо, є найсильнішим і має тенденцію до збереження; воно відбувається передусім шляхом наслідування прик-

ладу життя батьків, стосується багатьох сторін життя дитини, зокрема й найпотаємніших, що створює особливу психологічну й емоційну атмосферу в сім'ї; спирається на традиції слухняності, що панують у стосунках із батьком і матір'ю. У підлітковому та юнацькому віці зростає та стає найбільш дієвим вплив груп ровесників, у зрілому віці – членів сім'ї, трудового чи професійного колективу, окремих особистостей. Проте саме у спілкуванні відбувається засвоєння певних норм взаємодії.

У другій половині ХХ ст. у світовій науці значного розвитку набув процес вивчення соціальної комунікації, на який вирішально вплинули праці Ч. Кулі, Д. Міда, Г. Ласвелла, Дж. Корнера, Дж. Хатхорна, Д. Макквейла, Дж. Клапера та ін. Соціальна комунікація починає розглядатися як осмислене повідомлення в знаковій формі, на відміну від спілкування, що є специфічною міжособистісною взаємодією, персоніфікованою формою прояву соціальних відносин. Принцип комунікаційної, знакової регуляції соціальної дійсності й поведінки в сучасних умовах стає фундаментом для виникнення й закріплення форм соціальної взаємодії та культури. Передача й сприйняття осмислених повідомлень у знаковій формі створили великі можливості передавати людям те чи інше знання, викликати у них те чи інше ставлення до різних об'єктів, що стосуються їх інтересів, формувати їх оцінки й думки з приводу чогось, впливати на вироблення й прийняття рішень, викликати емоційне переживання фактів дійсності й проявляти волю, а також орієнтувати на певну поведінку в межах конкретної соціальної структури [5, с. 10]. Українські дослідники Д. Шидловський і А. Тащенко зазначають, що соціальна комунікація, будучи способом організації спільної праці й буття людей, із розшаруванням суспільства в ході подальшого його історичного розвитку перетворилася на один з інструментів збереження чи зміни політичного устрою та соціальної структури. Вони наголошують, що знакова, словесна й образна комунікація є тією основою, на якій утворюються та функціонують різні форми суспільної свідомості. У зв'язку з цим одним із найефективніших способів налагодження соціальної комунікації є соціалізація [8, с. 219, 220].

Відомо, що спілкування (комунікація) – це обмін повідомленнями, інформацією, що подається у вигляді усних чи письмових текстів мовою, якою володіють співрозмовники, і здійснюється у мовленнєвих актах, різних за формою (діалог, полілог, монолог). Неодмінним учасником спілкування, крім мовця, є слухач, реальний чи уявний. Мовлення, таким чином, – це конкретне говоріння, усне чи писемне, а також сприйняття (слухання або читання). Метою комунікації є досягнення взаєморозуміння чи забезпечення взаємодії.

З'ясування позиції співрозмовника, досягнення взаєморозуміння, забезпечення взаємодії є глибинною схемою стратегії спілкування.

Відомо, що комунікація стосується всіх сфер свідомої діяльності людини. На це є причини. Людина – соціальна істота, яка може нормально жити й діяти тільки в оточенні інших людей, разом з якими вона входить у суспільні структури й виконує громадські функції. Кожен із нас – особистість, що виявляє себе через соціальні ролі, – у родині, на роботі, у навчанні, на відпочинку та ін. Соціалізація індивіда, тобто його залучення до структури суспільства, – це мотив, що спонукає дітей засвоювати рідну мову, а дорослих – вивчати іноземну мову. Отже, соціалізація досягається через комунікацію. Без комунікації неможливе існування суспільства та, відповідно, життя індивіда.

Особливу роль у процесі соціалізації відіграють засоби масової комунікації, які є різновидом масового спілкування людей. Серед них перше місце за впливом на дітей посідають електронні засоби: кіно, телебачення, відео, – що витіснили друковані засоби. Масова комунікація утверджує ідеологію правлячих кіл, здійснює соціальне регулювання й управління, поширює наукові знання й культуру, організовує дозвілля тощо. Вона відіграє велику роль у формуванні відповідних соціальних уявлень, орієнтації в соціумі, виборі певної групи, самоствердженні, емоційній розрядці.

Останнім часом все більшого значення в науці набувають макрочинники соціалізації, серед яких і природно-географічні умови, оскільки встановлено, що вони прямо й опосередковано впливають на становлення особистості. Так, екологічні зміни біосфери, забруднення довкілля, порушення екологічної рівноваги в біосфері, спричинені антропогенною діяльністю людини, зумовили негативний вплив природних факторів на її здоров'я та діяльність, почали загрожувати самому існуванню людини.

Для пояснення механізмів існування й розвитку суспільства, що забезпечують можливість формування соціальних зв'язків, управління спільною життєдіяльністю людей, накопичення та трансляцію досвіду, слугує соціокультурна комунікація. Соціокультурна комунікація (лат. *communis* – повідомлення, зв'язок, спілкування) – процес взаємодії між суб'єктами соціокультурної діяльності (індивідами, групами, організаціями, націями, етносами тощо) з метою обміну інформацією, який здійснюється через посередництво прийнятих у певній культурі знакових систем (мов), прийомів і засобів їх використання. Слід зазначити, що сучасне розуміння комунікації як специфічної форми взаємодії людей ґрунтується на поєднанні діяльнісного та власне семіотич-

ного підходу до культури, що з погляду методології є досить важливим.

Бурхливий розвиток інформаційних процесів у сучасному суспільстві веде до ускладнення типологічної структури соціокультурної комунікації, до появи нових типів і видів соціокультурних процесів. Залежно від типу соціокультурного устрою можна виокремити такі типи соціокультурної комунікації: авторитарно-канонічна (характерна для традиційного або «природно закритого» суспільства), динамічно-конкурентна (характерна для західного або «відкритого» суспільства) і тоталітарно-бюрократична (характерна для «штучно закритих» суспільств). Авторитарно-канонічна соціокультурна комунікація зорієнтована на постійне відновлення головних настанов архаїчної свідомості й побудована за принципом самоцитування, підтримання цілісності наявного міфологічного простору. Культурна інновація в ній можлива шляхом запозичення або нав'язування зразків іншої культури в ході агресій, завоювань або під час торговельних контактів.

Динамічно-конкурентна комунікація характерна для демократичних постіндустріальних суспільств. Її провідними рисами є інноваційні процеси, швидкоплинність культурних стандартів поведінки, надзвичайно висока роль засобів масової інформації, принципова антиавторитарність культурного простору, конкуренція культурних зразків різних субкультур, плюралізм ціннісних орієнтацій. Для тоталітарного суспільства соціокультурна комунікація також є важливим механізмом регулювання соціальних зв'язків. Вона характеризується надмірною ідеологізацією інформації, постійним продукуванням і нав'язуванням людям міфів, жорстким контролем з боку держа-

ви за інноваційними процесами в духовній сфері, обмеженням діалогу між культурами та цензурою засобів масової інформації.

Варто згадати в цьому контексті, наприклад, статтю Л. Виготського «Соціалістичне перероблення людини», в якій автор доводить, що з переходом до нового суспільства неминуче відбувається й зміна особистості. Основою її стає звільнення людини від кайданів, унаслідок чого можливості великого виробництва стають потужними чинниками розвитку особистості. «Нові покоління й нові форми їх виховання є тим головним шляхом, яким піде історія, створюючи новий тип людини» [3, с. 147], – твердив Л. Виготський. Отже, у тоталітарному соціалістичному суспільстві особливий акцент робився на зовнішньому впливові, проте фактично замість очікуваної «вищої свободи» [6, с. 141], яку особистість мала дістати в колективності, вона радше втрачала, сприймаючи себе передусім як члена спільноти, а не як самостійного активного творця життя.

Сучасне суспільство завдяки соціалізації індивідів забезпечує найнадійніше джерело самовідтворення й готує особистість до власного творення. Людина здатна до індивідуальної творчої активності, проте обов'язково повинна пройти соціалізацію, навчитися узгоджувати свої дії з соціальними структурами, нормами. Тобто одвічне протиріччя між бажаннями й можливостями, особистісним і суспільним актуалізує ініціативу й відповідальність. У широкому світоглядному контексті ця проблема є проблемою взаємин між людиною та світом, у соціологічному контексті вона постає як суперечливий зв'язок між особистістю й суспільством.

Список використаних джерел

1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві : психологія, технології, техніка публік релейшнз : монографія / В. Бебик. — К. : МАУП, 2005. — 440 с.
2. Бебик В. Політологія для політика і громадянина : монографія / В. Бебик. — К. : МАУП, 2003. — 424 с.
3. Выготский Л. С. Социалистическая перделка человека / Выготский Л. С. // Психологический журнал. — 1997. — Т. 18. — № 3. — С. 142—148.
4. Гіденс Е. Соціологія / Ентоні Гіденс ; пер. з англ. В. Шовкун, А. Олійник ; наук. ред. О. Іващенко. — К. : Основи, 1999. — 726 с.
5. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті : монографія / О. П. Дубас. — К. : Генеза, 2004. — 208 с.
6. Злобіна О. Особистість як суб'єкт соціальних змін : монографія / О. Злобіна. — К. : Інститут соціології НАН України, 2004. — 400 с.
7. Ольшанский Д. В. Политический PR : монография / Д. В. Ольшанский — СПб. : Питер, 2003. — 544 с.

References

1. Bebyk, V. (2005). *Informational and communicative management in the global society : psychology, technologies, public relations technique*. Kyiv : MAUP. [in Ukrainian]
2. Bebyk, V. (2003). *Politology for a politician and citizen*. Kyiv : MAUP. [in Ukrainian]
3. Vygotskiy, L. S. (1997). Socialistic recast of the man. *Journal of psychology*, 3, 142–148. [in Russian]
4. Giddens, A. (1999). *Sociology* (O. Ivanenko, Ed.). Kyiv : Osnovy. [in Ukrainian]
5. Dubas, O. P. (2004). *Informational development of modern Ukraine in the world context*. Kyiv : Genеза. [in Ukrainian]
6. Zlobina, O. (2004). *Personality as the subject of social changes*. Kyiv : Institute of sociology NAS Ukraine. [in Ukrainian]
7. Ol'shanskiy, D. V. (2003). *Political PR*. St.-Petersburg : Piter. [in Russian]
8. Shydlovs'kyi, D. O. and Tashchenko, A. K. (2003). Mechanism of social communication. *New paradigm : yearbook of scientific works*, 29, 215–

8. Шидловський Д. О. Механізм соціальної комунікації / Д. О. Шидловський, А. К. Ташенко // Нова парадигма : альманах наукових праць / Запоріж. держ. ун-т, Запоріж. наук. т-во ім. Я. Новицького, Творч. об-ня «Нова парадигма»; Голов. ред. : Бех В. П. — Вип. 29. — Запоріжжя : Нова парадигма, 2003. — С. 215—221. 221. [in Ukrainian]

Відомості про автора:

Глебова Наталя Іванівна

nat_gavrina2005@mail.ru

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького,

вул. Леніна, 20, м. Мелітополь,

Запорізька обл., 72312, Україна.

doi:10.7905/vers.v1i1.656

Надійшла до редакції: 27.03.2013 р.

Прийнята до друку: 09.04.2013 р.