

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ОСОБИСТОСТІ

Соціалізація людини є складним багатоаспектним процесом, в якому одну з головних ролей відіграє рівень існуючої у суспільстві культури (політичної, правової, духовної, інформаційної). Розвиток інформаційного суспільства в Україні, продукує певний тип культури, а саме інформаційну культуру. Даний тип культури здійснює перманентний вплив на соціалізацію індивіда, який постійно вступає в різноманітні інформаційно-комунікаційні взаємодії.

Всі суб'єкти комунікації "відчувають" соціалізуючий вплив цього процесу, але якісні показники соціалізації залежать, перш за все, від типу комунікації. Типи комунікації виділяються за складом комунікантів і можуть бути наступні:

- інтраперсональна комунікація, яка є розмовою з самим собою, людина діалогізує зі своїм внутрішнім внутрішнім голосом, совістю;
- міжособистісна комунікація як правило пов'язана з ідеальною моделлю комунікації й багато в чому є первинною, в ній беруть участь двоє комунікантів, але є варіанти спостерігача, включеного спостерігача і стороннього спостерігача;
- групова комунікація: всередині групи, між групами, індивід-група; відповідно є відмінності не стільки кількісні, скільки якісні - різні цілі комунікації в малих і у великих групах (наприклад, чати і форуми в мережі Інтернет);
- масова комунікація відбувається в тому випадку, якщо повідомлення отримує або ним користується велика кількість людей, яка найчастіше складається з різних за своїми інтересами і комунікативним досвідом груп (телебачення, радіо; виробництво компакт-дисків та касет; Інтернет-комунікація розрізняється за ступенем охоплення, тут може спрацьовувати індивідуально-групова вибірковість; телефон і пошта підходять під дану рубрику тільки кількісно, за винятком масової або цільової групи).

Отже, типи комунікації обумовлюють рівень соціалізуючого впливу на людину шляхом обміну інформацією між комунікантами та набуттям індивідом певних ролей,

сутність і виконання яких напряду залежить від домінуючого типу інформаційної культури.

Комунікаційна система властива будь-якому об'єднанню людей, але саме у інформаційному суспільстві вона починає відігравати ключову роль у соціалізації індивіда. В той же час інформаційна культура становить ціннісне підґрунтя комунікаційної системи і разом з нею сприяє вирішенню наступних завдань:

- формує "картину світу" - повідомлення про події та їх значення у зовнішньому для соціуму середовищі;
- формує "картину соціуму" - зміни і соціальні орієнтації всередині соціуму й спільноти в цілому; створення такої картини є не що інше, як процес соціальної регуляції;
 - » трансляція сучасної культури та культурної спадщини;
- залучення й утримання аудиторії в межах певного інформаційно-культурного простору.

З усіх вищеперерахованих типів комунікації, особливу роль у соціалізації індивіда відіграє масова комунікація, яка відтворює зразки культурного простору в тому числі й інформаційної культури. Зазначимо, що масова комунікація - це відносно одночасний вплив на великі гетерогенні аудиторії певних символів, що передаються безособовими засобами з організованого джерела, для яких члени аудиторії анонімні. Розвиток засобів масової комунікації (радіо, кіно, телебачення, газети, Інтернет) відображає суттєві зрушення в механізмі дії сучасної інформаційної культури. Впровадження нових інформаційних зв'язків і комп'ютеризованих мереж яскраво показує, що друкована та електронна продукція з кожним днем охоплює все більші й більші верстви суспільства. Але це електронне різноманіття виникло не на порожньому місці - основи закладалися століттями, зусиллями багатьох народів.

Вочевидь, розвиток інформаційної культури напряду пов'язаний з прогресом інформаційно-комунікативних технологій. В даний час в США і в Західній Європі інформація та інформаційні технології стали головним товарним продуктом економіки. Нова техніка комунікацій чимало сприяла формуванню сучасного уявлення про "масове суспільство": територіально необмежене суспільство, зі значною кількістю населення з високим ступенем урбанізованості та освіти. Особливістю

соціалізації індивіда у "масовому суспільстві" є висока варіативність набуття можливих ролей та засобів самовираження.

Можна констатувати, що інформаційна культура у сучасному соціумі передбачає прискорення взаємодії індивідів один з одним, можливість анонімності під час спілкування. В свою чергу соціалізація особистості обумовлена тотожністю значень актів взаємодії, що дозволяє кожному з його учасників брати на себе роль "іншого", в тому числі й "узагальненого іншого", коли накопичений досвід постає редукованим таким чином, що виступає по відношенню до "іншого" в якості загальнозначущого і загальнодоступного. Продовжуючи цю логіку варто розуміти "комунікацію", або спілкування комунікатора і аудиторії, як взаємодію "соціальних акторів", яких об'єднує однаковий зміст, вкладений ними в повідомлення, що поширюються засобами масової комунікації. Відповідно формулювання та особливості цих повідомлень обумовлені рівнем інформаційної культури комунікантів, які під час кожного комунікативного акту відтворюють певні значення та символи інформаційно-культурного простору.

Таким чином інформаційна культура суспільства у сучасних умовах є важливим чинником соціалізації індивіда, який у повсякденному житті, навчанні чи професійній діяльності відіграє різноманітні ролі у комунікаційних взаємодіях. Зазначимо, що соціалізація в полі інформаційної культури може мати наднаціональний, наддержавний характер.