

Дарина Пархомчук,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук,

доцентка кафедри журналістики та філософських студій

Державний університет «Житомирська політехніка»

МЕДІА ЯК ЧИННИК КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В КЛАСИЧНИХ І СУЧАСНИХ ТЕОРІЯХ КОМУНІКАЦІЇ

У ХХІ столітті медіа перестали бути винятково технічним засобом передавання інформації між людьми. Вони дедалі більше визначають те, як людина сприймає соціальну реальність, інтерпретує події та формує власні уявлення про світ. Постійна присутність медіа в повсякденному житті, розвиток цифрових технологій і соціальних мереж призводять до трансформації соціальних зв'язків, комунікативних практик і навіть способів мислення. Відтак, сьогодні медіа виконують значно ширшу функцію, ніж виключно поширення інформації, як це було раніше. Вони впливають на структуру сприйняття реальності, задають рамки інтерпретації подій, формують домінуючі смисли та ціннісні орієнтири. Через медіа конструюються соціальні образи, моделі поведінки, уявлення про норму й відхилення, а тому медіа постають активними чинниками формування соціальних практик і колективної свідомості.

Засоби масової комунікації також суттєво впливають на правосвідомість сучасної людини, оскільки формують уявлення про право, справедливість, законність та межі допустимої поведінки в суспільстві [1]; відіграють важливу роль у політичних комунікаціях, визначаючи порядок денний, структуру політичної дискусії та способи сприйняття політичних подій [2]. Особливої актуальності ця роль

набуває в умовах війни РФ проти України, коли медіа стають не лише інструментом інформування, а й засобом інформаційної боротьби, формування громадської думки та міжнародного іміджу держави. У цьому контексті на перший план виходять питання медіаграмотності населення та необхідності системної протидії пропаганді й дезінформації [3].

Для того, щоб дослідити феномен сучасної медіареальності доцільно проаналізувати класичні теорії комунікації та підходи. Розгляд цих позицій дозволяє

простежити еволюцію уявлень про роль медіа й комунікації в суспільстві, а також допомагає у визначенні, як вони вплинули на осмислення цих понять.

Ключовим для розуміння цієї проблематики є поняття комунікації, яке трактується як процес продуктивної взаємодії, спрямованої на спільне творення смислу між учасниками соціальної взаємодії [10]. Науковий інтерес до комунікації особливо посилюється у ХХ ст. у зв'язку з розвитком засобів масової інформації та їх впливом на індивідуальну й масову свідомість [6, с. 88].

Історичний розвиток комунікації демонструє її тісний зв'язок із соціокультурними змінами. Зокрема, виокремлюють доіндустріальний, друкований і телевізійний етапи, кожен з яких супроводжувався зміною способів взаємодії та сприйняття інформації [5, с. 47–48].

У давніх суспільствах функцію медіа виконували міфи, які забезпечували цілісність світогляду, передавали соціальні норми й формували символічну реальність. Подальший розвиток комунікації у час Античності в межах культури пов'язаний із переходом від міфологічного до раціонального мислення, що стало можливим завдяки поширенню писемності та накопиченню знань. У римській

культури медіа набувають виразного політичного характеру, стаючи інструментом впливу на громадську думку через мистецтво, літературу та інші форми культурного виробництва [8].

У Середньовіччі комунікація інтерпретується як передавання божественної істини, що зумовлює її ієрархічний характер і залежність від теологічних доктрин. Комунікативна модель цього періоду репрезентується формулою «Бог – Священне Писання – Людина» [9, с. 95]. Основними формами комунікації виступають лекції та диспути, спрямовані на тлумачення текстів і логічне обґрунтування істини [7, с. 105].

Епоха Відродження знаменує собою перехід до антропоцентричної моделі комунікації, в якій зростає роль індивідуального досвіду, творчості та самовираження. У Новий час домінує раціоналістичний підхід, що пов'язує комунікацію з діяльністю розуму та прагненням до об'єктивного знання [9, с. 95].

Класичні теорії комунікації розглядають медіа як соціальні інститути, що виконують функції інформування, інтерпретації, соціальної інтеграції. Зокрема, Д. Мак-Квейл виокремлює позитивістські та критичні підходи до аналізу медіа, Н. Стівенсон доповнює цю класифікацію, пропонуючи розрізняти критичну, аудиторну та технологічну парадигми, які акцентують відповідно на ідеологічних механізмах, активній ролі аудиторії та впливі технологій на комунікаційні процеси [4, с. 14].

Сучасні підходи, зокрема культурні дослідження, розглядають аудиторію як активного учасника процесу продукування смислів, що свідчить про зростання ролі інтерпретації у медіапросторі. Водночас теорія соціальної відповідальності наголошує на необхідності регулювання медіа з метою запобігання негативному впливу на аудиторію, підкреслюючи суперечливість між об'єктивністю та суб'єктивністю відбору інформації [там же, с. 18–20].

Отже, еволюція медіа від міфологічних форм до сучасних цифрових технологій засвідчує, що вони не лише передають інформацію, але й формують сам спосіб мислення та сприйняття реальності. Медіа постають як простір боротьби за інтерпретацію істини, визначення смислів і конструювання соціальної дійсності, що актуалізує їх як одну з ключових філософських проблем сучасності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Базаєв О. Особливості впливу засобів масової комунікації на правосвідомість сучасної людини. Проблеми законності. 2025. Випуск 170. С. 321 – 337.
2. Гордійчук О. 2025. Вплив ментальності та політичних традицій українців на зміст та ефективність політичної комунікації. Політичне життя. (Квіт 2025), 94-103. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.1.6>
3. Гордійчук О., Дідківський В. Протидія пропаганді в умовах війни. Матеріали II Міжнародної наукової конференції «Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи», м. Житомир, 16-17 травня 2024 р. / Ред. кол.: О. А. Черниш, В. М. Слюсар, Л. М. Червона [та ін.]. Житомир: Житомирська політехніка, 2024, С. 142–144.
4. Зражевська Н. Теорія медіа та суспільства: навч. посіб. К.: Київ: ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 198 с.
5. Косенко Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.
6. Лащук Ю. Особливості віртуального наукового спілкування: культурологічний контекст. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2010. Випуск 27. С. 87–93.

7. Лозниця С. Контroversійні підвалини комунікативних стратегій: історико-філософський аспект. Мультиверсум. Філософський альманах. 2020. Випуск 2 (172). Том 1. С. 100–122.
8. Ороховська Л. Мас-медіа як складова людської комунікації. Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія. 2011. Вип 1. С. 135–138.
9. Плахтій М., Сулятицька Т. Комунікативна природа людського буття. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2022. Випуск 37. С. 94–102.
10. Словник термінів у сфері штучного інтелекту / упорядники: Чумаченко Д., Мішкін Д., Андрієнко О., Краковецький О., Турута О., Дубно О., Хрущова Д., Кобрін А., Авдєєва Т., Кравець І., Герасимяк В., Шабанов О., Бистрицька А. Київ: Міністерство цифрової трансформації України, 2024. 37 с.