

psychological readiness of the convict to social support; the level of social knowledge and skills; educational level; the level of professional training. And the main criteria of external (adaptive) resource sociality of the convicted are: the presence of social relations of the convicted person; presence of the documents confirming the personality of the convict, made her status in society, certain social guarantees to the state before it; the availability of housing after the liberation; the possibility of employment (existence of a current in society profession).

Key words: social support, socio-pedagogical support, support, socio-pedagogical support of the juveniles released from punishment to the test.

Стаття надійшла до редакції 12.09.2013 р.

Прийнято до друку 25.10.2013 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Харченко С. Я.

УДК 37:316.774:654.1

Л. В. Рень

СУТНІСТЬ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ТА ПЕДАГОГІЧНОГО ФЕНОМЕНА МЕДІАКУЛЬТУРИ

Сучасну епоху постіндустріального розвитку дослідники визначають по-різному – як інформаційну, постмодерністську, період глобалізації. Проте незаперечним є той факт, що ми живемо у світі медіа – системи масових комунікацій, що розширюються, «інформаційного вибуху», основними ознаками якого є безмежність, інтерактивність, мобільність та хаотичність. А також досі триває процес створення єдиного інформаційного простору світу. Невипадково соціолог Е. Тоффлер [11] виділив пріоритет нової влади – влади інформації.

Глобалізація засобів масової інформації, поза сумнівом, сприяє подоланню географічних, економічних, духовних та інших кордонів для поширення текстової, аудіо, візуальної, аудіовізуальної інформації за допомогою технологічних інновацій: комп'ютерних мереж, мобільного зв'язку, каналів кабельного та супутникового телебачення, цифрового кіно та фотографії.

За роки незалежності України очевидним є зростання ролі медіа як каталізатора багатьох соціальних процесів, що вплинули на політичний та економічний розвиток країни. Результатом цього стало формування нового українського медіасередовища, більш відкритого та демократичного, що дозволяє нашому суспільству увійти в інформаційний простір світу. Розширилися міжкультурні контакти, зокрема можна брати участь у міжнародних форумах та конференціях, обмінюватися досвідом у професійній сфері, спілкуватися через Інтернет,

мандрувати, підвищувати кваліфікацію за кордоном. Розширення можливостей медіа, а також доступу як дорослого населення, та і дітей до ЗМІ актуалізує наукові пошуки щодо аналізу сутності соціокультурного та педагогічного феномена медіакультури у контексті соціальної педагогіки, що і стало метою нашої статті.

Оскільки поняття «медіакультура» є запозиченим для соціальної педагогіки, ми звернулися до соціологічних досліджень як першоджерел з даної проблеми. Керуючись науковими розвідками Н. Кирилової [5], медіакультуру можна розглядати як соціокультурний та педагогічний феномен, особливий тип культури інформаційного суспільства, об'єктом якої є принципи духовної регуляції різноманітних сфер буття (зміна технологій влади та соціально-економічних структур, політичних систем; а також міфологію, революції, реформи, війни, у тому числі інформаційні). Важливою стороною медіакультури є її плюралізм, різноманіття та взаємодія різних культур на етнічному, національному та цивілізаційному рівнях. Ці рівні складаються у процесі адаптації суспільства до умов медіасередовища. А воно, у свою чергу, змінюється під впливом єдиного інформаційного простору, спілкування та взаємодії між різними народами завдяки віртуальним технологіям.

Виникнення медіакультури є результатом розвитку сучасної культурологічної теорії, що є особливим типом культури інформаційної епохи, посередником між суспільством та державою, соціумом та владою. Медіакультуру можна визначити як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості та соціалізації особистості. Сучасна медіакультура – це сукупність книжкової (друкованої), аудіальної, візуальної та аудіовізуальної культур; а в останні роки поширеними стали і такі поняття, як «екранна культура», «кіберкультура», «медійні мистецтва». Комп'ютер та інтернет надає можливість індивідуального спілкування з екраном в інтерактивному режимі як задля реалізації власних творчих ідей, так і для пізнання інших, використовуючи переваги віртуального простору. «Інфосфера», «кібесередовище» формують і новий тип особистості [6].

Рівень розвитку сучасних засобів масової комунікації (ЗМК) та специфіка їх різнобічного впливу на особистість доводять, що медіа – один із факторів практичної реалізації теорії «діалогу культур», яку розпочав М. Бахтін, а продовжили Ю. Лотман, В. Біблер. Як відомо, М. Бахтін прийшов до теорії «діалогу культур» шляхом аналізу проблеми «іншого». Ю. Лотман, один із засновників вітчизняної семіотики, процес пізнання реальності, як і процес пізнання «інших», пояснював як перетворення медіатексту до рівня «абстрактної мови». Слід зауважити, що за В. Біблером, розум культури актуалізується саме як діалог логік, діалог культур [2; 3].

Поняття «медіа» (від латинського «media», «medium» – засіб, посередник) було введено насамперед для позначення явища «масової культури». Значну роль у дослідженні феномена медіакультури на Заході відіграли такі теоретики, як Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямін, Ж. Бодрійяр, Б. Гройс, Ж. Дерріда, Ж. Делез, Г. Маклюен, Г. Маркузе, Т. Дж. Мітчелл, С. Жижек, М. Кастельс, Н. Луман, К. Сілверман.

В. Беньямін почесно вважається однією з ключових фігур ХХ ст., одним із творців відповідної концептуальної мови. Ще у середині 1930-х років він визначив сутність проблем, з якими зіткнулись сучасна культурологія та семіотика, з одного боку, а з іншого – сучасне мистецтво та художня критика. Для останніх найбільш відчутним стали необмежені можливості технічного репродукування, зникнення онтологічних та соціальних меж між копією та оригіналом, знищення «аури» витвору мистецтва. Все це швидко знецінило такі поняття, як творчість та геніальність, вічна цінність і таїнство мистецтва. Більше того, репродукційна техніка вивела репродукційний предмет зі сфери традиції, замінила його унікальне існування масовим: на місце індивідуальної необхідності та насолоди сучасна культура пропонує все більш різноманітні та вишукані форми масового користування (створення відео і телебачення, особливо кабельного, як не дивно, не знищило кіно – навпаки, після введення системи Долбі-системи та цифрування кіносеанси стали ще більш масовими) [1].

Не менш важливими є досягнення вченого та публіциста Г. Маклюена, якого вважають одним із перших медіатеоретиків, що повному передивився всю історію культури. Він присвятив свою роботу аналізу комунікативних каналів у культурі, вивчав повсякденне життя людини в інформаційному суспільстві та світі, створеному найновішими ЗМІ. Саме Г. Маклюен одним із перших вжив поняття «медіа», що в контексті дослідження використовувалося для позначення різноманітних засобів комунікації [9].

Для виявлення феномена медіакультури важливим є визначення спектру функцій, які вона виконує. Медіакультура – явище поліфункціональне. Це доводить, що вона наділена унікальною роллю у соціальній системі. Аналіз класифікацій функцій культури, що розкриті у працях філософів, соціологів, культурологів, дозволяє виділити такі основні функції медіакультури:

1. Інформативна функція. Медіакультура є сукупністю інформаційно-комунікативних засобів, а тому завдяки їй стає можливим накопичення та примноження інформації, тобто відбувається збереження попереднього досвіду, а медіакультура виступає гарантом інформаційного забезпечення суспільства. Відповідно у даному контексті медіакультура – це соціальна інформація, що зберігається і накопичується у суспільстві завдяки створеним людьми знаковим засобам.

2. Комунікативна функція. Медіакультура – це акт спілкування між владою та суспільством, різними країнами, народами, соціальними групами, індивідами; медіакультура виступає потужним каталізатором діалогу культур, завдяки чому відбувається обмін культурною інформацією в історико-філософському й історико-літературному контексті, тим самим поживляючи соціальний процес. Разом з тим, парадоксом є величезна маса контактів через медіа і паралельно з цим дефіцит спілкування як соціокультурна і психологічна проблема.

3. Нормативна (ідеологічна) функція. Медіакультура несе відповідальність за процес соціалізації особистості, засвоєння нею соціального досвіду, знань, норм, ідеалів, характерних для даного суспільства, даної соціальної групи. Сюди включено звичаї і традиції, етикет, закони і конституційні акти – словом, все те, що в сукупності утворює складніші комплекси, такі як право, мораль, ідеологія. Ідеалізація ролі медіакультури є оберненою до її недооцінювання, адже причинами різних негативних явищ (проституція, наркобізнес, кримінальна поведінка, безглузда жорстокість, аморальність та маргіналізація особистості) є не лише економіко-політична ситуація у країні. Мова йде про ідеологічні причини: знецінення етичних традицій та ідеалів, комерціалізацію ЗМК, що призводить до пропаганди антикультури, негативного соціокультурного досвіду. Звідси актуальність і значущість нормативної функції медіакультури [4].

4. Релаксаційна (розважальна) функція. Медіакультура виступає засобом задоволення потреби людини у фізичному та психічному розслабленні, розрядці. На думку голландського культуролога Й. Хейзенга, сама культура містить у собі ігровий елемент. Гра – це не лише форма походження культури, але й обов'язковий елемент будь-якої культурної діяльності, рушійна сила розвитку культури [13; 14]. Цікавою є точка зору М. Бахтіна про «сміхову культуру» як антитезу пануючій, офіційній культурі, коли піддаються висміюванню божества, політичні кумири та стереотипи. Трактуювання М. Бахтіним «сміхової культури» близьке до мистецтва релаксації, про що йшла мова вище [8]. Окрім того, сучасна індустрія розваг є складовою частиною медіакультури та пропонує широкий спектр спеціальних засобів релаксації – від фільмів певних жанрів (детектив, трилер, еротична мелодрама, фантастика) до інтерактивних ігор по телебаченню або подорожей у віртуальних комп'ютерних світах. Релаксаційну функцію було виділено М. Бахтіним згідно з вченням Артїстотеля про катарсис – очищення духу за допомогою співчуття, страху або сміху, звільнення його від метушливого побуту.

5. Креативна функція. Через медіакультуру відбувається розширення знань про світ, осмислюючи його з різних точок зору – філософської, етичної, економічної, естетичної, правової; розширення кордонів «безпосереднього досвіду» індивіда, тим самим, впливаючи на світоглядні установки, на процес формування особистості.

6. Інтеграційна функція полягає в об'єднанні культурою людей, соціальних груп, народів, держав, у той же час збереження їхньої культурної самобутності.

7. Посередницька функція. Медіакультура виступає як соціальний посередник, що сприяє налагодженню зв'язків між структурами суспільства, дає можливість різним соціальним групам спілкуватися один з одним. Окрім того, медіакультура виступає як інструмент управління суспільством, адже за Е. Тоффлером, інформація впливає на людей у всіх куточках земної кулі [11]. Медіакультура, на відміну від інших видів культури, реально виконує політичну, управлінську функції. Її не даремно називають «четвертою владою», враховуючи потужну, різнобічну і масштабну владу медіа над почуттями і свідомістю людей. Більше того, дана функція мас-медіа посилюється у період становлення цивільного суспільства, заснованого на принципах демократії і плюралізму, політичної свободи і гласності [1; 4].

Акцент на ЗМК проблематизує визначення типології медіакультури. Однак залежно від засобу комунікації, виділено такі типи медіакультури, як книжкова, екранна, цифрова. Використання цих понять підкреслює ті характеристики трансляції культурних текстів, що показують специфіку соціально-історичного побуту культури. Починаючи з другої половини ХХ ст., стандарти книжкової культури (високий статус книжкової грамотності, використання книги як основного інструменту в отриманні знань, пріоритет екстенсивного читання, ставлення до книги вдома як показник залученості до культури) витіснено стандартами, що обумовлені появою новітніх ЗМК. Поточний конфлікт книжкової та цифрової медіакультури проявляється в умовах підтримки домашніх бібліотек, що можна розділити на книгоцентристські та утилітарні. Книгоцентристське ставлення є доказом збереження стандартів книжкової культури, утилітарне – доказ переважання екранних та цифрових стандартів [10].

Характеризуючи медіакультуру як педагогічний феномен, звернемо увагу на те, що пріоритетною галуззю культурно-педагогічного розвитку ХХ ст., за визначеннями ЮНЕСКО, є медіакультура, а отже, медіапедагогіка має великі перспективи на майбутнє. А медіакультура зі своєю історією та широкою географією стає все більш необхідною сучасному суспільству [12].

Поняття медіакультури є недостатньо дослідженим феноменом у педагогічній науці. Проте у Державній Концепції впровадження медіаосвіти в Україні *медіакультура* визначено як сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти зі ЗМІ, адекватно поводитися в інформаційному середовищі [7]. Вважаємо за

необхідне зазначити, що згідно з окресленою Концепцією, медіакультура розглядається на трьох рівнях. Це зокрема, медіаобізнаність, медіаграмотність та медіакомпетентність. *Медіаобізнаність* визначено як рівень медіакультури, який передбачає засвоєння особистістю системи знань про ЗМК, їхню історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, уміння убезпечити себе від негативних інформаційних впливів та вільно орієнтуватись у медіапросторі. *Медіаграмотність* є рівнем медіакультури, який стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, усвідомлювати міфи і типи контролю з боку ЗМК. А *медіакомпетентність* розглядається як рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм медіакультурних уподобань, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства.

Сформована медіакультура учнів виявляється в уміннях інтерпретувати та створювати власні повідомлення, обирати найбільш підходящі медіа для комунікації, впливати на планування і виробництво ненадійної продукції. Окрім цього, вона дозволяє реалізовувати своє право на свободу висловлювання та право отримання інформації, що є перевагою не лише для особистісного самовдосконалення, а й сприяє міжособистісній участі учнів у житті суспільства.

Досліджуючи соціокультурний та педагогічний феномен медіакультури, варто розглядати процес її формування як важливий напрям освітньо-виховної роботи, забезпечувати скоординований, міжгалузевий підхід до цієї проблеми, вивчати наявні практичні розробки її формування у різних країнах, інтенсивно співпрацювати з міжнародними організаціями з метою вивчення їхнього досвіду у медіакультурному напрямі, розробляти та впроваджувати медіаосвітні програми для дітей та молоді, а також програми підготовки медіапедагогів.

Підсумовуючи, зазначимо, що актуалізація проблеми медіакультури зумовлена масштабністю її впливу як на суспільство в цілому, так і на конкретних людей. Її слід вважати посередником між ЗМК, ЗМІ та соціумом, людиною чи групою людей, між світовими культурами, а також між інформацією з медіапростору та особистістю. Медіакультура є соціокультурним та педагогічним феноменом, оскільки виступає і певним каталізатором діалогу культур та народів, і результатом освітньо-виховної діяльності медіапедагогів з метою ефективного та безпечного використання інформації ЗМК.

Особливо важливим педагогічним завданням на сучасному етапі є формування медіакультури учнів, що сприятиме забезпеченню їхнього

подальшого особистісного розвитку, прагненню до самовиховання та самонавчання. Вважаємо, що виконання окресленого завдання має здійснюватися завдяки комплексній діяльності фахівців, у тому числі соціального педагога. На вивчення і розробку технологій у даній сфері і буду спрямовані наші подальші дослідження.

Список використаної літератури

- 1. Беньямин В.** Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / [под. ред. Ю. А. Здороого]. – М. : Медиум, 1996. – С. 15 – 65.
- 2. Библер В. С.** М. М. Бахтин, или поэтика культуры / В. С. Библер. – М. : Гнозис, 1991. – 176 с.
- 3. Библер В. С.** Школа диалога культур / В. С. Библер. – Кемерово : Алеф, 1992. – 96 с.
- 4. Кириллова Н. Б.** Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический проект, 2005. – 448 с.
- 5. Кириллова Н. Б.** Медиакультура: теория, история, практика: [учебное пособие] / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект; Культура, 2008. – 496 с.
- 6. Кириллова Н. Б.** Что такое медиакультура / Н. Б. Кириллова // ТелеЦЕНТР. – 2005. – №4 (12). – С. 19 – 21.
- 7. Концепція** впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/koncepciya-vprovadzheniya-mediaosviti-v-ukrayini>
- 8. Лихачёв Д. С.** Смех в Древней Руси / Д. С. Лихачёв, А. М. Панченко, Н. В. Поньрко. – Львів : Наука, 1984. – 295 с.
- 9. Николаев В.** Понимание средств коммуникации / В. Николаев, Г. Маклюэн // Отечественные записки. – 2003. – № 4. – С. 249 – 250.
- 10. Сергеева О. В.** Медиакультура в практиках повседневности / О. В. Сергеева; [под общ. ред. В.В.Козловского]. – СПб, 2011. – 45 с.
- 11. Тоффлер Э.** Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2004. – 672 с.
- 12. Федоров А. В.** Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Фёдоров. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
- 13. Хейзенг Й.** Номо Ludens. Досвід визначення ігрового елемента культури / Й.Хейзенг; [пер. і уклад. Д. В. Сільвестрова]. – К. : «Основи», 1994. – 318 с.
- 14. Человек** играющий. Номо ludens / [сост., пер. и предисл. Д. Сильвестрова, Д. Харитонович]. – СПб. : Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. – 416 с.

Рень Л. В. Сутність соціокультурного та педагогічного феномена медіа культури

У статті порушена проблема виявлення сутності медіакультури як соціокультурного та педагогічного феномена. Автор звертається до соціологічних теорій, що трактують медіакультуру. Як педагогічний феномен медіакультура привертає увагу з точки зору впливу ЗМК на особистість, яка формується, і передбачає вироблення культури комунікації, пошуку, збирання, створення і передачі інформації, культури її сприймання.

Ключові слова: медіа, медіакультура, медіапедагогіка, медіапростір, засоби масової інформації, поліфункціональність.

Рень Л. В. Сущность социокультурного и педагогического феномена медиакультуры

В статье затронута проблема определения сущности медиакультуры как социокультурного и педагогического феномена. Автор обращается к социологическим теориям. Как педагогический феномен медиакультура рассматривается с точки зрения влияния СМК на личность, которая формируется, и предусматривает выработку культуры коммуникации, поиска, собирания, создания и передачи информации, культуры её восприятия.

Ключевые слова: медиа, медиакультура, медиапедагогика, медиакосмос, средства массовой информации, полифункциональность.

Ren L. V. The essence of sociocultural and pedagogic phenomenon mediaculture

In the article the problem of finding the essence of mediaculture as sociocultural and pedagogic phenomenon is touched. The author applies to sociological studies, which interpret mediaculture. The beginning of mediaculture is the result of development culturological theory, which is special type of culture of information epoch, the mediator between society and state, state and power. As pedagogic phenomenon mediaculture attracts attention from point of view the influence mass media the forming person. It foreknows producing the culture of communication, search, gather, creation and rendering the information and the culture of its perception. The mediaculture allows to realized person's law for liberty in saying out, law for sending information, they are advantages not only for personal self-perfection, but help to pupils' participation in society life. The author takes into consideration the State Conception introduction the mediaeducation in Ukraine. It was analyzed the functions of mediaculture, they are information, communication, normative, relax, creation, integration, interceding. The author takes into consideration the State Conception introduction the mediaeducation in Ukraine. The forming of pupils' mediaculture must be realized by complex activity of specialists including the social pedagog.

Key words: media, mediaculture, mediapedagogic, mediaspace, mass media, multifunctional.

Стаття надійшла до редакції 30.09.2013 р.

Прийнято до друку 25.10.2013 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Грищенко С. В.