

Я.Н. Кунденко

Харьковский национальный университет радиоэлектроники,
к. филос. н., доц. каф. философии

МЕДИАКУЛЬТУРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Статья посвящена исследованию воздействия медиакультуры и медиаобразования на общественное сознание и индивидуальное мировоззрение человека информационного общества. Особое внимание уделено предпосылкам нового подхода к медиакультуре в сфере образования и науки, а также определению понятия «медиакультура» и «мифо-логическое мышление».

Ключевые слова: медиакультура, медиаобразование, информационное общество, «мифо-логическое мышление», средства массовой коммуникации, мультимедийные технологии, гипертекст, интерсубъективность.

Я.М. Кунденко

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО – МЕДІАКУЛЬТУРА – МЕДІАОСВІТА

Стаття присвячена дослідженню вплива медіакультури та медіаосвіти на суспільну свідомість та індивідуальний світогляд людини інформаційного суспільства. Особлива увага приділена передумовам нового підходу до медіакультури у сфері освіти та науки, а також визначенню поняття «медіакультура» та «міфо-логічне мислення».

Ключові слова: медіакультура, медіаосвіта, інформаційне суспільство, «міфо-логічне мислення», засоби масової комунікації, мультимедійні технології, гіпертекст, інтерсуб'єктивність.

J. Kundenko

MEDIACULTURE AND MEDIAEDUCATION IN THE INFORMATION SOCIETY

The article is devoted to investigation of the influences of mediaculture and mediaeducation to the society conscious and personal world-conception the human of the information society. Especially attention is allotted to the reasons of the new mode to the mediaculture in the sphere of education and science and also to definition of conception "mediaculture" and "mytho-logical minding".

Key words: mediaculture, mediaeducation, information society, "mytho-logical minding", means of mass communication, multimedia technology, hypertext, intersubjectivness.

Актуальность исследования понятий «медиакультура» и «медиаобразование» определяется современным состоянием изучения информационного общества и соответствующей ему культурной действительности. Исследование понятия и реалий культуры сменяется интересом к ее современной медиаформе, традиционно определяемой как «совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности» [1].

На смену критике или апологетике воздействия средств массовой информации на человека и общество приходит понимание необходимости социокультурного исследования и философского определения сложившегося феномена. Тем более, что воздействие медиасредств с появлением их мультимедийной модификации становится всеобъемлющим и глобальным, определяя не только массовое сознание, но активно внедряясь в сферу образования и науки.

Необходимо отметить, что анализом специфики медиакультуры и ее воздействия на социум в XX веке активно занимались такие зарубежные исследователи как Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Х. Ортега-и-Гассет, Ч. Пирс, Д. Соссюр, Э. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леви-Стросс, Д. Рашкофф и др. В России, где сам термин появился относительно недавно, на протяжении многих лет эту проблему исследовали представители семиотики, языкознания, психологии (М. Бахтин, Ю. Тынянов, Л. Выготский, Ю. Лотман, В. Библер, В. Михалкович, М. Ямпольский, А. Якимович и др.).

Основной аспект отечественных исследований советской эпохи (искусствоведов, культурологов, социологов) был связан с анализом «элитарной» и «массовой» культур, спецификой их функционирования в обществе (см.: труды В. Баскакова, Е. Вейцмана, Б. Ерасова, А. Еремеева, М. Кагана, Л. Когана, А. Кармина, Г. Капралова, Е. Карцевой, А. Кукаркина, К. Разлогова, Р. Соболева, С. Фрейлиха, Ю. Фохта-Бабушкина, Н. Хренова и др.).

В последнее десятилетие в условиях постсоветской демократической России появилось немало интересных работ (А. Андреева, О. Астафьевой, Е. Баразговой, А. Грабельникова, Е. Дьяковой, Л. Закса, Я. Засурского, М. Жабского, С. Кара-Мурзы, Н. Кирилловой, М. Ковалевой, А. Короченского, С. Кропотова, Б. Лозовского, Г. Мельника, А. Мухина, А. Панарина, С. Пензина, Н. Петровой, Г. Поличко, Г. Почепцова, К. Разлогова, В. Савчука, Д. Стровского, А. Федорова, А. Шарикова и др.), которые исследуют пути информатизации общества, взаимоотношения медиа и власти, влияние медиакультуры на личность.

Вследствие этого, оформляется новое отношение к медиакультуре в науке и сфере образования. Оно заключается не только в использовании медиа как средства для

хранения и передачи информации, но как предмета для самостоятельного изучения, предполагающего применение основных принципов медиакультуры относительно всех направлений и видов обучения и научного творчества [2, 3, 4].

Обращаясь к историческим предпосылкам данного процесса, необходимо отметить что выявляя законы природы и социума, научное познание обнаруживает специфическую «ментальную реальность», которая имеет «медийный» характер и объединяет культуру и природу, человека и общество. Она сопоставима с понятием «ноосфера», которое было введено философами-космистами в начале XX века. Кроме того, она является чувственно-данном воплощением общечеловеческой когнитивной способности обнаруживать само-сознание в определении реальности, а также «создавать» «сферу сущностей», «мир идей», имеющий действительный характер и претендующий на объективность значения в мироздании. В современной культурной действительности она представлена как «виртуальная реальность», органично существующая в физическом пространстве и историческом времени. Такая обобщенная форма реальности, предполагающая интеллектуальную «возможность», обретающую действительный характер в физической и социальной реальности оформляется как новое проблемное поле для научного исследования как в естествознании, так и в гуманитарных науках).

Таким образом, появляется возможность продолжить определение познавательной способности человека и перейти от философского исследования понятия к исследованию феномена мышления, которое реализуется в «галактике Интернет» и представляет собой идеальное основание, обобщающее реальность природы и социума.

Виртуальная реальность, создаваемая как интерсубъективный гипертекст в рамках современных мультимедийных средств передачи и хранения информации, не только объединяет социум, имеющий планетарный масштаб, непосредственно и очевидно воздействующий на реальность природы, но создает специфический «жизненный мир» современной культуры, все чаще обозначаемый исследователями как медиакультура.

Данное понятие оформилось на рубеже XX – XXI ст. и стремительно вытесняет предшествующее ему – «средства массовой информации» или «средства массовой коммуникации». То есть от буквального «средства» или отрефлексированного «посредник» оно оформляется в значении «среды» и занимает ключевое место в культуре.

Если исходить из определения культурной действительности как «жизненного мира» или сферы жизнедеятельности человека как существа разумного, то реализацией этого духовного основания является чувственно-данная предметная реальность культурных артефактов, имеющих знаковый характер. Социальная реальность предполагает специфический аксиологический контекст, объединяющий социум в процессе создания и существования культурного пространства и времени, опирающийся на предельно абстрактный и идеальный уровень индивидуального и общественного сознания, содержащий систему взаимодействующих и взаимообусловленных понятий, связанных в законы и закономерности.

Медиакультура, понятая как современный этап развития культурной действительности, имеет массовый по «охвату» и всеобщий по содержанию, характер и специфична в своем назначении адаптировать достижения элитарной культуры для каждого человека. В силу этого, современный человек является не только «объектом» воздействия социума и его духовного основания, но полноценным субъектом культурной деятельности, имеющей креативный характер.

В качестве духовного основания и мировоззренческого содержания медиакультуры выступает современное «мифо-логическое» мировоззрение, как синтез

противоположных ментальных форм: мифа и философии, предполагающий творческое единство образа и понятия в экзистенциальном «переживании» достижений современного искусства, религии и науки в отличие от синкретического целого мысли-действия в мифе и абстрактности понятийного мышления в философии.

Специфическим проявлением медиаккультуры является «текстуальная реальность» информационного поля, представляющего действительную экономическую, политическую и идеологическую силу в современном обществе и государстве. Кроме того, на основе этой «информационной реальности» активно формируется система ценностей, предполагающая противоречивое единство intersубъективно разработанных правил и законов глобального и планетарного «общезития», имеющих внутренне-необходимый и объективный характер.

Различие форм данного содержания связано со спецификой основных историко-логических видов медиаккультуры: печать и радио; фотография и кинематограф; телевидение и мультимедийные технологии. Каждая из них имеет собственные средства для передачи и хранения информации: печать и радио – в вербально-текстовой форме; фотография и кино – в художественно-образной, а мультимедийные технологии синтезируют образ и понятие как виртуальную реальность гипертекста, имеющего интерактивный и intersубъективный характер.

Понимание специфики различных видов медиареальности дает возможность оптимизировать не только исследовательский и образовательный процесс, но и столь важный для развития общества и человека процесс воспитания и социализации.

Применение в учебном процессе основного принципа медиаккультуры – различного единства образа и понятия, свойственного современному «мифологическому» мировоззрению – позволит достичь максимального освоения учащимися материала любой сложности и абстрактности, включая уровень философских категорий и всеобщих закономерностей. Что достигается визуальной зримостью медиатекста и медиаобраза, его эмоциональной нагруженностью и включенностью «обучаемого» зрителя-пользователя в познавательный процесс наряду и во взаимодействии с обучающим и создающим медиапродукт. «Со-бытие» ученика и учителя в «гипертекстуальном» формате занятия даст не только возможность обучения, но и воспитания, а также развития и творчества взаимодействующих в диалоге участников, превратив его в творческое экзистенциальное «при-сутствие».

Кроме того, понятийная форма изложения учебного материала, сопровождаемая его образным воплощением, соответственного вида и формата дает представление учащимся о закономерностях существования информационного поля виртуальной реальности, что обеспечивает свободу доступа и ориентации в ней. Что важно, при постоянном «расширении» горизонта и «ризомном», а вследствие этого хаотичном построении «галактики Интернет».

Отсутствие внешней рассудочной упорядоченности и последовательности не отменяет, а предполагает самодостаточный и знаковый характер гипертекстуальной виртуальной реальности, скрывающей и в то же время «открывающей» разумную организацию мироздания в целом: различное тождество единичного бытия и всеобщности необходимой сути в особенности его индивидуального существования и развития. Что соответствует мифологической установке на синкретическое единство знака-значения-означаемого в целостности непосредственного ритуального переживания. Чувственноданный образ обогащается пониманием, а абстрактное понятие становится зримым и непосредственно переживаемым.

Таким образом, разъяснение метода определения понятия, предполагающего развивающееся тождество противоположностей и его современное мифо-логическое преломление есть основная задача для философии как науки о методе и гуманитарного знания как его практического применения на материале социокультурной реальности.

Применение основного принципа медиакультуры – единства образа и понятия как интересубъективного гипертекста – в системе медиаобразования дает возможность упорядочения информационного основания постиндустриального общества в процессе мифо-логической адаптации научного и философского мировоззрения, эстетических и этических ценностей, общественного и индивидуального сознания.

Перечень ссылок

1. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну [Текст] / Н.В. Кириллова.– М.: Академический проект, 2005. – С. 2. А
2. Борзенко, А., Федоров, А. Мультимедиа для всех [Текст] / А Борзенко, А.Федоров.– М.: Фирма ТОО Фирма «Компьютер»– Пресс, 1996.– 252с.
3. Каптерев, А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен [Текст] / А.И Каптерев .– М.: Прогресс, 2002.– 224с.
4. Черных, А. Мир современных медиа [Текст] / М.Черных – М: Издательский дом «Территория будущего», 2007.– 312с.