

МЕДІАКУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

У статті розглядається проблема медіакультури в контексті сучасної системи масової комунікації. Медіакультура визначається як особливий тип культури інформаційного суспільства. Піднімається проблема становлення особистості в умовах глобальних змін медіапростору. Акцентується на провідній ролі медіаосвіти як фактору розвитку медіаграмотності, як засобу формування критичного мислення особистості.

Ключові слова: медіакультура, медіаосвіта, медіаграмотність, інформаційний простір.

Проблема і її зв'язок з науковими та практичними завданнями. Сьогодні медіакультура стає потужним інформаційним засобом, направленим на комплексне засвоєння людиною інтелектуального, морального, художнього, психологічного, соціального досвіду. Медіакультура є свідком формування «глобального», «планетарного» мислення. У цей процес втягнуті класичні види художньої культури: література, музика, живопис, театр, а також ті медіа, які стали феноменами технічного прогресу епохи Модерну і постмодерну: преса, радіо, кіно, телеграф, мультиплікація, фотографія, супутникові телебачення, відео, Інтернет тощо.

«Термін «медіакультура» вживається також у соціетальному плані: і як складова загальноцивілізаційної культури, і як механізм її розвитку, механізм духовного поступу людської спільноти. Отже, медіакультура суспільства відіграє свою роль, займає своє місце в системі його духовних цінностей, а медіакультура особистості — у її загальній культурі поряд із професійною, політичною та іншими різновидами культури особистості» [5, с. 78]. Інформаційний простір у планетарному масштабі стає ареною, на якій відбувається зміна масової свідомості, уявлень, цінностей соціальних груп і окремих людей. Аналізуючи сучасну соціокультурну ситуацію в суспільстві, вчені виокремлюють особливу проблему, яка потребує детального вивчення — вплив глобалізаційних змін інформаційного простору на становлення особистості.

Аналіз досліджень і публікацій. Комплексним дослідженням феномену медіа (в історичному, культурологічному, філософському, соціологічному, мистецтвознавчому, педагогічному аспектах) займалися провідні вчені ХХ століття: А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, М. Маклюен, Ч. Пірс, Д. Сосюр, Л. Мастерман, Ю. Крістева, К. Леві-Стросс, М. Бахтін, Ю. Тиньянов, Л. Виготський, Ю. Лотман, В. Біблер та ін. Естафету досліджень продовжили вчені ХХІ ст.: А. Якимович, О. Федоров, Г. Мельник, Н. Кириллова, В. Савчук, О. Мацяк, О. Баришполець, Л. Найдьонова, Г. Мироненко, О. Голубева, В. Різун та ін. У працях К. Абульханової-Славської, Т. Мальковської, В. Петровського, А. Реана, М. Ціпро, Е. Юріка акцентується на ролі засобів масової інформації у формуванні окремих структурних компонентів соціального становлення особистості. На потужні комунікативні можливості комп'ютерної комунікації вказують Н. Волкова, Е. Бондаренко, О. Федоров, Г. Максимова та ін.

Сучасна людина в інформаційному середовищі стає учасником медіапроцесу, в якому відбувається засвоєння культурних, правових, морально-етичних, екологічних та інших норм. «В особистісному розумінні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі» [5, с. 71]. Психолого-педагогічну науку хвилює вплив (конструктивний і деструктивний) засобів масової інформації на підростаючу особистість, тому **мета** роботи зумовлена

потребою у розгляді медіакультури як фактору розвитку особистості та необхідності формування медіаграмотності в умовах глобалізації інформаційного простору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нинішній активний споживач інформації перебуває у постійному діалозі з медіатекстом: «вичитує» різні смисли, аналізує, синтезує, зіставляє, порівнює, інтерпретує їх. Розповсюдження на каналах масової комунікації різнорідних медіатекстів призводить до гострої необхідності формування й розвитку в учнів критичного мислення, творчого підходу в осягненні різних явищ і феноменів. Виникає потреба в медіаосвіті, головним завданням якої є підготовка молодого покоління до життя в сучасних інформаційних умовах. Об'єктом медіаосвіти стає опис змісту, асоціацій, паралелей, особливостей медіатексту, а також вивчення «метамови» та пошук шляхів переходу з однієї семантичної системи в іншу за визначеними правилами декодування. Важливим є творення образу засобами різних медіа, що яскраво виявляє специфіку його розгортання. Наприклад, творення аудіального образу схематично можна окреслити так: почуття-образ-ідея; візуального: образ-почуття-ідея. Очевидно, що аудіовізуальний образ, який виникатиме на інтермедіальній основі, буде якісно новим явищем і володітиме складною, багатоплановою структурою.

У результаті зіставлення медіатекстів, які ввійшли у семіосферу культури як репрезентанти різних часопросторових пластів, в уяві реципієнта відбувається їх синхронізація. На новому історико-культурному витку ці тексти виявляють приховані резерви сенсів, набувають нових значень, беруть участь у творенні нових текстів. «Семіотичний простір постає перед нами як багатопланове пересічення різних текстів, що складаються в певний пласт, зі складними внутрішніми відношеннями, різного ступеня перехідності і просторами неперехідності» [3, с. 30].

Багатогранність осягнення світу в медіапросторі (де поєднуються свідомий і позасвідомий рівні сприйняття) часто виявляється у метафоричному образі. Завдяки метафориці, що будується на зіткненні різнорідних моментів дійсності в єдиному художньому цілому, виникає ефект одночасності, створений, наприклад, формою і кольором, формою і звуком. «Всі засоби комунікації — це діючі метафори. Як будь-яка метафора, вони переписують світ. Бути художником — означає керувати метафорами» — такий маніфест канадського вченого Г.М. Маклюєна — першого медіатеоретика, який досліджував існування людини в інформаційному світі, вплив комунікативних каналів на людину і культуру в цілому.

До засобів комунікації (медіа) вчений відносить найрізноманітніші речі: електричне світло, одяг, будинки, дороги, книги, авто, рекламу, кіно, комікси, фотографії, радіо, телебачення, гру тощо. Об'єднує все це розмаїття «технологія», яка набуває статусу посередника між людиною і оточуючим світом та реорганізує спосіб світосприймання особистості. Медіа намагається заволодіти свідомістю людини, занурюючи її в ілюзорний світ, у якому відбувається її зовнішнє розширення як безпосереднє технічне продовження тіла, органів чуття і здібностей. Внаслідок споживання продуктів медіакультури здібності людини інколи виносяться за межі самої людини [4].

Сьогодні величезна кількість художників, дизайнерів, кінорежисерів, мультиплікаторів працюють у сфері медіамистецтва. Крокуючи в ногу з часом, вони вносять свої ідеї та проекти в загальну «базу» цього прогресивного напрямку. Однією з таких постатей є італійський художник-графік, мультиплікатор, ілюстратор Блу (знаний як Blu у медіапросторі). Художник самостійно розробив весь дизайн свого сайту. Форма зошита із закладками, які відповідають підрозділам, оригінальний писаний шрифт, візуальні зображення характерні його творчій манері та світобаченню. Під час подорожей Блу часто знімав на відео процес малювання графіті на стінах будинків. У 2007 році він зняв відеоролик, який нагадує анімацію, але замість аркуша паперу та олівця використав стіну та фарби. Це була перша візитна картка Блу. Відеоролик отримав шалену

популярність на Ютубі (youtube.com), і глядачі з нетерпінням чекали нових надходжень від художника. Наступне творіння майстра перевершило попереднє в декілька разів. Анімація під назвою Muto (Перевтілення) принесла його творцю численну кількість нагород на різноманітних фестивалях та світове визнання [8]. Останнім творінням на сьогодні є сумісний проект Блу з Девідом Елісом (2009 р.) під назвою «Комбо». У ньому художники задіяли не лише стіни, а й простір в цілому, надавши статичним предметам (стіни, будівельне сміття, подвір'я) рухомості [9]. Творчість Блу демонструє дивовижні перетворення, які можливі у медіапросторі, змушуючи глядача вірити баченому. Саме це і є основою медіаарту. Підсилює візуальну картину специфічний аудіоряд, в якому використані шуми і звуки оточуючого світу. Блу з майстерністю змінює зображення так, що під час перегляду відео глядач переживає зміну різноманітних настроїв. Емоції чергуються, з'єднуються, конфліктують, автор змушує глядача розуміти і відчувати стан його героїв, «проживати» ситуацію разом. Блу працює в техніці лінійного рисунку, не надаючи предметам об'ємів, але використовує об'єми навколишнього світу (природні об'єкти, будівлі тощо). Такі поєднання викликають у реципієнта подив, захват, хвилювання, радість, сум, відчуженість, що неодмінно вводить його у стан очікування надзвичайного.

На прем'єрному фестивальному показі сучасних світових комп'ютерних анімацій, що відбувся 19–20 березня 2010 р. у місті Києві митці-мультиплікатори демонстрували медіапроекти на різні теми у найрізноманітніших варіаціях, пропагуючи створення, виробництво і масове поширення анімованих робіт як форми мистецтва та сучасного засобу вираження. Роботи групувалися за темами: «Візерунки» — фільми, що граються з перспективою та сприйняттям. Відтворений дизайн зображень — це живопис ХХІ-го століття. «Анімована душа» — ментальний стан критичної ситуації душі проявляються у цих фільмах через терапевтичні діалоги і трансформацію тіл. «Наратив» — це історії реального життя. Або могли б ними бути. Або могли трапитися лише в мріях. Вони оповідають про любов, прагнення втечі, захист і допомогу, шахрайства і обмани. «Позиція і послання» — в одному пакеті думки, комюніке, заяви і критика — все, що можуть сказати найрізноманітніші люди на найрізноманітніші теми. «Стисло» — про це можна було нарозказувати набагато більше, але й так — теж непогано: коротко, кольорово і розважально. Саме так, як написано — стисло! «Похмурі історії» — нічні жахи ховаються за ожилими масками. Заплутані шляхи ведуть у невідомість. Позіх безодні... На поверхню виринають погані передчуття, тривога і темні фантазії. «Внутрішні та зовнішні світи» — утопічні ландшафти — солончакові пустелі та чужоземні землі, рухомі архітектура і простір — постають і перетворюються в постійно змінюваних перспективах. Простір і час дещо викривлюються. «Звук і образ» — взаємна гра образу і звуку має вже довгу традицію у комп'ютерній анімації. Ця програма висвітлює найновіші приклади візуальної музики — нерозривної, чуттєвої, ліричної...

Серед десятків кращих проектів (було подано більше тисячі заявок) вирізнялися роботи Лукаса Мартела («Голуб: місія неможлива»), Мілена Вітанова («Мій щасливий кінець»), Дерека Роджера («Ведмежа наречена»), Куні Чіко («Одна пара»), Гвідо Полкмана («Гра в черв'яка»), Тоні Носта («Не плануй момент») та ін.

«Специфіка медіакультури визначається її семіотичною природою і технічними можливостями засобів її реалізації. Висока інформаційна ємкість, легкість і переконливість чуттєвого (образного) сприйняття, домінування продуктивних можливостей над репродуктивними, швидкість і широта трансляції та аранжування, масовість і доступність формують соціокультурні функції медіакультури» [2, с. 26].

Дослідження соціокультурної ситуації показують, що інтенсивний розвиток медіакультури, зокрема аудіовізуальної все активніше впливає на суспільному свідомість як могутній засіб інформації, як фактор впливу на розвиток творчих здібностей

особистості. Комп'ютер, CD-Rom, DVD, Інтернет надають людині можливість індивідуального спілкування з екраном в інтерактивному режимі з метою реалізації власних творчих ідей, використовуючи переваги віртуального світу, а також з метою розуміння Іншого. Комп'ютерні комунікації мають потужні комунікативні можливості:

1) мультимедійний зв'язок, що поєднує голос, текст і відеозображення, які передаються по одній фізичній лінії зв'язку;

2) гіпермедіасистеми, що стимулюють внутрішній діалог користувача за умови, коли гіпертекст поєднує у собі завдання на розуміння і предметні мікрозадачі;

3) телекомунікаційні технології, які ґрунтуються на спілкуванні, зближенні, стиранні кордонів між окремими соціумами, вільному обміні думками, ідеями, інформацією учасників спільного проекту [1, с. 176].

Сьогодні завдяки комп'ютерним системам, Інтернету змінюється не лише інформаційний простір (інформація стає зовні доступною, легко сприймається, що різко збільшує швидкість її накопичення і обробку), але й духовно-культурний простір життя. «Адже комп'ютер, який втілює в себе всю систему новітніх комунікаційних технологій, вже став не просто технічним засобом, а своєрідним продовженням людини, доповнюючи її можливості і допомагаючи їй реалізувати різні завдання, від суто побутових до високотворчих у сфері науки, мистецтва, освіти, техніки, політики» [7, с.27-28].

Інтенсивний розвиток медіакультури закономірно приводить до необхідності виникнення спеціальної професійної освіти, яка б допомагала споживачам збагачувати знання, уміння, сприйняття. Виникає потреба у медіаосвіті, важливим аспектом якої є не стільки формування навичок «вчитування» величезної кількості інформації, скільки уміння критично осмислювати та переосмислювати, інтерпретувати її. Н. Кириллова зазначає: «Аудиторії потрібно дати орієнтир в умовах переповнення різномірної інформації, навчити грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, дати уявлення про механізми і наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів. Одностороння чи спотворена інформація (яка передається, наприклад, телебаченням, що володіє великою силою пропагандистського впливу), безперечно, потребує осмислення. Тому надзвичайно корисним є визначення різниці між заданими і загальновідомими фактами, які потребують перевірки; надійності джерела інформації; пристрастності суджень; нечітких чи двозначних аргументів; логічних невідповідностей у ланцюгу міркувань і т. п.» [2, с. 404]. Згідно з цими завданнями окреслюється головні цілі медіа освіти:

— підготовка учнівської/студентської аудиторії до життя в демократичному суспільстві в сучасних інформаційних умовах;

— навчання теорії медіа та медіакультури;

— аналіз механізмів впливу і визначення цінності тієї чи іншої інформації;

— вияв маніпуляційних впливів медіа;

— орієнтація учнів/студентів на розвиток «критичного мислення»;

— вироблення стійкого імунітету до неправдивої, спотвореної інформації;

— оцінка естетичних якостей медіатекстів;

— формування медіаграмотності.

Провідний спеціаліст медіапедагогіки професор О. Федоров вказує на найрізноманітніші способи діяльності, використовувані у процесі медіаосвіти: дескриптивний (переказ змісту, перерахування подій медіатексту); класифікаційний (визначення місця медіатексту в історичному та соціокультурному контексті); аналітичний (аналіз структури та мови медіатексту, авторських концепцій тощо); особистісний (опис стосунків, переживань, почуттів, спогадів, асоціацій, викликаний медіатекстом); пояснювально-оцінний (формування суджень про медіатекст, про його достоїнства відповідно до естетичних, моральних і т.п. критеріїв) [6].

Методика медіаосвіти базується на реалізації різноманітних творчих завдань, які розподіляються згідно зі змістом навчального матеріалу, характером вимог, визначенням основних цілей навчальних дій, формою організації роботи тощо.

Вітчизняна модель медіаосвіти передбачає навчальний курс «Медіа культура» для старшокласників, факультативний медіапрактикум для підлітків, студійну роботу для дітей різних вікових груп, упровадження медіа клубів, організацію фестивалів медіа освітнього циклу, створення дитячо-юнацьких студій анімацій тощо.

Висновки. Упровадження сучасних інформаційних і комунікаційних технологій в усіх сферах суспільного життя призвело до формування нового типу культури — медіакультури. Сьогодні медіакультура як суспільний феномен створює нове середовище співіснування, нову реальність. Традиційні медіа та новітні мультимедійні засоби відкривають величезні можливості для споживача медіапродукції.

Сучасні комп'ютерні технології, мережеве устаткування, мультимедійні засоби дозволяють підняти рівень отримання якісної освіти, але й водночас вимагають професійної педагогічної корекції спожитої інформації, що зумовлюють потребу в медіаосвіті.

Беручи до уваги художню сферу медіа, педагоги повинні зорієнтувати аудиторію на розвиток критичного мислення, аналіз факторів і механізмів впливу та цінностей будь-якої інформації, формувати медіаграмотну особистість, адаптовану до сучасних умов в глобальному інформаційному просторі. Подальші дослідження будуть стосуватися проблеми підготовки кваліфікованих, творчих фахівців, носіїв медіакультури, здатних гнучко реагувати на зміни в інформаційно-насиченому інформаційному середовищі.

Література:

1. Волкова Н. Професійно-педагогічна комунікація: Навч. посіб. — К.: ВЦ «Академія», 2006. — 256 с.
2. Кириллова Н. Медиокультура: от модерна к постмодерну. — 2-е узд. — М.: Академический проект. 2006. — 448 с.
3. Лотман Ю.М. Семиосфера. — СПб.: Искусство, 2004. — 704 с.
4. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. — М. — Жуковский: Канон-пресс. — Ц., 2003. — 480 с.
5. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник / за ред. Л.А. Найдъоновой., О.Г. Барішпольця. — К.: Міленіум, 2009. — 440 с.
6. Федоров А. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. — 616 с.
7. Феномен інновацій: освіта, суспільство, культура: монографія / за ред. В.Г. Кременя. — К.: Педагогічна думка. — 2008. — 427 с.
8. <http://www.blublu.org/sito/video/muto.htm>
9. <http://video.com/6555161>

Надійшла до редколегії 12.02.2010

Лупак Н.М. Медіакультура как фактор развития личности в условиях глобализации информационного пространства

В статье рассматривается проблема медиакультуры в контексте современной системы массовой коммуникации. Медиакультура определяется как особенный тип культуры информационного общества. Поднимается проблема становления личности в условиях глобальных изменений медиaprостранства. Акцентируется на ведущей роли медиаобразования как фактора развития медиаграмотности, как средства формирования критического мышления личности.

Ключевые слова: медиакультура, медиаобразование, медиаграмотность, информационное пространство.

Lupak N.M. Mediaculture as factor of development of personality in the conditions of globalization of informative space

The article deals with the problem of media cultural relations in the context of the contemporary mass media communication system. Media culture is defined as a special type of the informative society culture. The author analyses the problem of a person's formation in the conditions of the global changes in the media space. The main role of media competence as a factor of the development of media understanding as well as the way of critical thinking modeling is underlined.

Key words: media culture, media education, media competence, informational space.