

УДК 130.122: 37.013

### Проблеми духовного здоров'я особистості в освітньому просторі медіа-культури

Є.М. ВЕЛИКОДНА

Дніпропетровський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти, м.Дніпропетровськ, Україна, E-mail: ippoj@mail.ru

#### Авторське резюме

У представленій статті автором аналізується специфіка розвитку культури і трансляції духовних цінностей в умовах формування медійно-інформаційного простору, яка знайшла відображення у формуванні концепту медіа-культури. На соціальному рівні сама по собі медіа-культура не може вважатися загрозою людині та її духовному здоров'ю. Багато фахівців доводять наявність позитивного потенціалу медіа-культури як середовища розвитку особистості. Разом з тим потрібно мати на увазі, що на сьогодні культурно-креативні можливості медіа-культури, що опирається на електронні мережі, досить обмежені у своїх аксіологічній і семіотичній сутностях. Що стосується ризиків, пов'язаних з розвитком медіа-культури, то вони лежать у площині соціокультурної детермінації її змісту та характеру впливу на людину. Технологічно оснащена масова інформація поглинає саму людську здатність самостійно осмислити, що надзвичайно негативно відображається на духовному світі людини. Маніпулятивність - це одна із ключових властивостей сучасного медійно-інформаційного простору і взагалі виробництва продукції масової культури. Процеси симулякризації проникають в усі сфери суспільного життя і впливають на соціальну структуру, тим самим задаючи новий базис матеріальних і духовних цінностей. Сьогодні можна констатувати гносеологічне відчуження особистості від дійсного пізнання соціуму, світу, себе. Між тим тільки у випадку трансформації людини у реального суб'єкта дії у неї з'являється можливість розвідченого буття у медіа-культурі. Для адекватного, самостійного розуміння світу у медіа-культурі потрібна розумова здатність до реконструкції і реконструкції ідей, культурних мемів, тобто здатність до критичного, діалектичного мислення.

**Ключові слова:** філософія освіти, медіа-культура, маніпуляція.

### The problem of spiritual health of individuals in the educational space media culture

YE.M. VELYKODNA

Dnepropetrovsk regional Institute of postgraduate pedagogical education, Dnepropetrovsk, Ukraine, E-mail: ippoj@mail.ru

#### Abstract

In the article, the author analyzes the specificity of culture and translation of spiritual values in the emerging media and information space is reflected in the formation of the concept of culture media. At the social level alone media culture can not be considered a threat to man and his spiritual health. Many experts argue the presence of the positive potential of media culture as a medium of personal development. However, one should bear in mind that today cultural and creative possibilities of media culture that relies on electronic networks are very limited in their axiological and semiotic entities. With regard to the risks associated with the development of media culture, they lie in the plane of the sociocultural determination of the content and nature of human exposure. Equipped with a massive information technology absorbs a human's ability to comprehend its own, which is extremely negative impact on the spiritual world. Manipulation - is one of the key features of modern media and information space, and in general the production of mass culture. Processes of simulyakrisation penetrate into all areas of social life and affect the social structure, thereby setting a new

© Є.М. Великодна, 2013

base material and spiritual values. Today we can say epistemological alienation of the individual from the actual knowledge of the society, the world, themselves. Meanwhile, just in case the transformation of man into the real subject of the action it is possible true being in media culture. For adequate, self-understanding of the world of media culture needs mental ability in the rehabilitation and reconstruction of ideas, cultural memes, i.e. the ability to critical, dialectical thinking.

**Key words:** philosophy of education, media-culture, manipulation.

**Постановка проблеми.** Виходячи з категорій діяльності й комунікації як антропологічних домінант особистості, можна констатувати, що нові електронні медіа мають власну культуру, тобто являють собою спосіб людської життєдіяльності з перетворення природи, суспільства й самої людини, виражений у продуктах матеріальної й духовної творчості. Специфіка розвитку культури і трансляції духовних цінностей в умовах формування медійно-інформаційного простору знайшла відображення у формуванні концепту медіа-культури. Переставши бути просто посередницькою ланкою, медіа стають основним засобом культурного виробництва, а найбільший вплив на сучасну культуру виявляє спосіб і форма передачі інформації.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Проблеми духовності в умовах становлення медіа-культури досліджуються у роботах В.Касторнової, В.Савчука, А.Шалімова, О.Шора та інших вітчизняних і зарубіжних авторів. Загальноприйнятною є думка про негативний характер стихійного впливу медіа-культури на людину та необхідність адаптації медіа-культурних добутоків для їх використання в освітньо-соціалізаційних цілях. Однак взаємозв'язок цієї проблеми з завданням забезпечення духовного здоров'я особистості залишається поза увагою переважної більшості фахівців.

**Метою дослідження** є визначення природи проблем духовного здоров'я людини у просторі медіа-культури у контексті завдань освітньої діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** Медіа-культура - це особливий тип культури, що формує середовище буття людини інформаційної епохи. Поняття медіа-культура виникло в полі культурологічної теорії, введеної для позначення особливого типу культури інформаційного суспільства, що є посередником між суспільством і державою, соціумом і владою. Відповідно медіа-культура визначається як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних і інтелектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості й соціалізації особистості. Медіа-культура - особливий тип культури інформаційного суспільства і частина загальної культури: світу книг, газет і журналів, кінематографа, радіо- і телемовлення, Інтернет-ресурсів, CD-ROM, DVD - усього того, що зв'язує людину з навколишнім світом, інформує, розважає, пропагує, впливає на оцінки, думки й поведінку людей. При цьому

слід мати на увазі, що розвиток медіа-культури — процес історично обумовлений, закономірний з погляду еволюції цивілізації.

Медіа-культура аналізується у контексті глобальних соціальних процесів епохи постіндустріалізму як їх активна складова та чинник. Коли мова йде про глобалізацію, то мається на увазі передусім єдиний інформаційний простір, мова йде про нову інформаційну цивілізацію, пов'язану з колосальним і небаченим раніше впливом сучасної «індустрії інформації» буквально на всі сторони суспільного життя. У зв'язку з цим Бодріяр Ж., Вірільо П., Джеймсон Ф. медіа-культуру визначають як сферу культури, пов'язану із трансляцією динамічних образів, що одержали широке поширення сучасними технічними способами запису й передачі зображення та звуку (кіно, телебачення, відео, системи мультимедіа).

Для нашого дослідження найбільш адекватним є узагальнююче, соціокультурне визначення медіа-культури, яке вказує на її соціальну детермінованість. «Сам термін «медіа-культура» або «медійна культура» (media culture) - це сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей в сфері медіа, а також історично визначена система їх відтворення і функціонування у соціумі» [7, с.12]. Відтак медіа-культуру можна визначити не лише як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних і інтелектуальних цінностей у сфері медіа, історично сформована система їх виробництва й функціонування. Медіа-культура - це і знакова система, зі своїми «мовою», «кодами» передачі реалій дійсності, що виконує поліфункціональну роль у процесі репрезентації.

За допомогою все більш досконалої техніки сучасна людина переміщується зі світу повсякденної реальності у світ реальності медійної, постійно прискорюючи темп свого переміщення, і доводить його до таких коротких за часом проміжків, що їй самій буває важко зрозуміти, в якій з реальностей вона перебуває. Прикладом тут може служити подорож у віртуальний світ, якому властиві атрибути особливого ігрового поля.

На соціальному рівні сама по собі медіа-культура не може вважатися загрозою людині та її духовному здоров'ю. Багато фахівців доводять наявність позитивного потенціалу медіа-культури як середовища розвитку особистості. Потенційні можливості медіа-культури у сучасному освітньому і виховному процесі визна-

чаються її широким спектром можливостей для розвитку людської індивідуальності: емоцій, інтелекту, самостійного творчого мислення, світогляду, активізації знань, отриманих студентами в процесі вивчення дисциплін гуманітарного циклу, естетичної свідомості (сприйняття, умінь художнього аналізу та ін.). Специфіка контакту аудиторії з аудіовізуальними медіа визначається синтетичною аудіовізуальною, просторово-часовою природою кінематографа, телебачення, відео, що поєднує характерні риси практично всіх традиційних мистецтв.

Разом з тим потрібно мати на увазі, що на сьогодні культурно-креативні можливості медіа-культури, що опирається на електронні мережі, досить обмежені у своїх аксіологічній і семіотичній сутностях. Світ електронних медіа з погляду доступу до духовно-культурних цінностей поки що значно поступається реальній дійсності. Так, наприклад, здійснення естетичної програми як можливості зустрічі із прекрасним або зовсім неможливе, або значно утруднене для користувача в соціальних медіа. Аналогічні висновки можна зробити й про пізнавальну діяльність як зустріч зі знанням; і про ознайомлення з унікальними практиками. Таку ситуацію можна пояснити відсутністю або нерозвиненістю в соціальних мережах театрів, галерей, музеїв, бібліотек, університетів, шкіл у силу повного домінування тут споживацького відношення до світу, зародкового характеру веб-мистецтва та переваги розважальної функції в сервісах соціальних медіа.

На даний момент переважаюча кількість користувачів заходять у соціальні мережі не для того, щоб зустрітися із прекрасним чи духовним, одержати нове знання, працювати і т.д., а просто, щоб «убити час», що навряд чи можна вважати способом формування духовно здорової особистості. І саме при цьому електронні медіа стають творцями нового світу, нової форми особистої екзистенції, нового способу пізнання світу, який відрізняється від існуючих раніше, головним чином, способом поширення культурної інформації.

Що стосується ризиків, пов'язаних з розвитком медіа-культури, то вони лежать у площині соціокультурної детермінації її змісту та характеру впливу на людину. Медіа-техніка пропонує такий режим подачі інформації у медійно-інформаційному освітньому просторі, який не дозволяє повноцінно її осмислити, який здатний придушити природні психологічні механізми самостійного мислення. Освітній суб'єкт перестає виступати рівноцінним суб'єктом комунікативної взаємодії і виявляється об'єктом впливу. У свою чергу, цей вплив втрачає висхідний імпульс приведення діалогу до істини й узагальнюючої, долаючої частковості цілісності змісту, виростаючий значеннєвий мотив. Цей вплив починає апелювати до несвідомих власти-

востей людини-об'єкта, тобто неминуче знижує рівень апеляції до змісту, починає зводитися до експлуатації інстинктів. Абсолютно правильно фахівці, характеризуючи негативний вплив на духовне здоров'я особистості сучасної медіа-культури, підкреслюють, що «екран - це м'ясорубка культурного дискурсу». Вони відверто виступають проти хаосу й агресивності медіа-інформації, пропонуючи її «переробку» у конструктивно-ціннісну форму, зокрема, за рахунок адаптації в межах освітнього простору і розвитку медіа-освіти [3, с. 26].

Щоб зрозуміти механізм негативного впливу медіа-культури на духовне здоров'я особистості, доцільно для опису способу передачі інформації в медіа-культури використати введений в 1976 році американським ученим Р.Докінзом термін «мем». З погляду меметичного підходу, мем - це ідея, чиста інформація, але їх функціонування має помітні фізичні й поведінкові наслідки, приводить до соціальних змін. Мемі використовують канали комунікації, породжуючи медіа- і веб-віруси, що миттєво поширюються по всьому світу через пряму передачу від людини до людини. Поява Інтернету й особливо соціальних мереж як унікального способу комунікації привела до надзвичайного поширення культури інтернет-мемів і веб-вірусів.

Інтернет-мем, на відміну від більш загально-го поняття мема, завжди як одиниця інформації являє собою мем-комплекс, тобто цілу сукупність мемів, переданих і сприйнятих людиною цілісно, а не окремо. Проте, складність, заплутаність соціальних феноменів у їхньому сприйнятті через призму мемів зовсім не означає повноти, істинності їх відображення чи доступності для адекватного розуміння. Навпаки, складний мем починає сприйматися людиною цілісно, як стереотип, і тому не підлягає рефлексії, осмисленню. «Людина не осягає причин і наслідків соціальних явищ, а сприймає їх як даність, а світ як їхня сукупність, тобто розвиток суспільних відносин бачиться через мемомеханіку, що значно спрощує, спотворює соціальний устрій. Користувач починає мислити реальну дійсність через своєрідний мем-фільтр, через який проходять лише інтернет-меми, що потім вибудовуються у мем-картину світу» [6, с.96].

Можна сказати, що технологічно оснащена масова інформація поглинає саму людську здатність її самостійно осмислити, що надзвичайно негативно відображається на духовному світі людини. Інформація у режимі комунікації - тобто передачі її від однієї людської свідомості до іншої - поглинає й і пригнічує інформацію у режимі її освоєння - тобто вільного й автентичного осмислення свідомістю. Інформація в її оманливій упаковці, що підкоряє свідомість, поглинає культуру - це вироблений код осмислення світу й усвідомленого освоєння інформації. Таким чином, на одній стороні комунікативного

процесу накопичується спокусливо підвищений суб'єктний потенціал - потенціал сенсоутворюючого домінування, навмисного впливу й технологічного оволодіння умовами процесу, а на іншій стороні цей потенціал губиться. Тут, навпаки, росте залежність від заданих комунікативних умов процесу. І це відбувається саме пропорційно розвитку технологій, що створюють комунікативні умови. Таким чином, процес комунікації перетворюється на процес маніпуляції. Маніпулятивність - це одна з ключових властивостей сучасного медійно-інформаційного простору і взагалі виробництва продукції масової культури. Інформаційна маніпуляція як форма придушення свободи виконує це своє завдання непомітно та ефективно саме тому, що не дає цій суб'єктній свободі сформуватися, заміщує автономне сенсоутворення суб'єкта-особистості нав'язаними визначеннями бажань, смаків (моди), думок тощо. Контекст агресивності даного феномена, його невідданості соціальному контролю пояснюється ще й тим, що це відносно новий феномен, адекватна соціальна реакція на який ще не відбулася.

Світ медійних маніпуляцій тісно пов'язаний з обивательським споживанням, у тому числі споживанням соціальним, культурним, духовним, при цьому реальний споживач стає споживачем ілюзій. У світі ілюзій і медійних маніпуляцій пересиченій готовими мозаїчними образами медіа-світу людині важко зрозуміти, «як можна протривати споживання інформації, яка щодня спокушає підвищенням градусу сенсації, швидкості пред'явлення події, катастроф і жахів? Цей градус підвищується до точки кипіння, тобто точки несприйняття, і ми стаємо байдужі до всього, що оточує нас безпосередньо, але залежними від того, що відбувається далеко, за гранню видимості, почуттів, переживань» [4, с. 227].

Одночасно з нагромадженням досвіду спілкування з медійною реальністю у медіа-споживача зростає і самовпевненість у повноті розуміння інформаційного медійного поля, що дозволяє, на думку М. Хайдеггера, поширювати «зростаючу непотрібність власного розуміння. Безпідставні уявлення людей, що вони підтримують і ведуть повне й справжнє «життя», вносять у присутність заспокоєність, для якої все складається «якнайкраще» і для якої відкриті всі двері» [5, с. 88]. Люди епохи електронних медіа не розуміють, навіщо намагатися осмислити що-небудь, коли всі події гранично ясно показані, вже осмислені за тебе, прокоментовані й проаналізовані.

Ілюзорна реальність, створювана медіа-культурою, дозволяє людині «марити і знати, що ти мариш» (Ф. Ніцше), але нічого не робити для того, щоб опам'ятатися від сну (або не знати, що робити у випадку пробудження). Процеси симулякризації проникають в усі сфери суспільного життя і впливають на соціальну структуру,

тим самим задаючи новий базис матеріальних і духовних цінностей. Симулякрами пронизана соціокультурна реальність, тому як ніколи стає актуальним питання про якість симулякра як форми конструювання реальності, про його ціннісно-значеннєву структуру і вплив на духовне здоров'я людини.

Симулякри несуть із собою не відсутність реальності, а саме навпаки - її надлишок, граничну, якісно нову повноту. Процес симуляції починається зі штучного, техногенного характеру людського буття у світі. Термін «симулякр» увів Ж. Бодрійяр у «Системі речей», припускаючи, що симулякр являє собою сконструйований привабливий символічний за своїми характеристиками об'єкт, орієнтований на задоволення бажань споживача. Це неправильна подoba, умовний знак чого-небудь, що функціонує в суспільстві як його замітник [1].

Симуляція - поняття постмодерністської філософії, що фіксує феномен тотальної семіотизації буття аж до отримання знаковою сферою статусу єдиної і самодостатньої реальності. Відтак Ж. Бодрійяр зосереджує свою увагу на соціальних сторонах симуляції і висуває тезу про «втрату реальності» у постмодерністську еру, на зміну якій приходить «гіперреальність». Остання проявляється у процесі глобалізації інфосфери і являє собою інформаційно-технологічний аспект культури. Нову комунікаційну систему, засновану на цифровій, мережній інтеграції безлічі видів комунікації, характеризує, насамперед, включення й охоплення нею всіх проявів культури. У сучасному соціокультурному просторі термін «віртуальна реальність» став асоціюватися саме з комп'ютерними технологіями й ототожнюватися з «комп'ютерною віртуальною реальністю».

При входженні в умовний простір комп'ютерної реальності людина практично не має можливості відрізнити реальний світ від світу віртуального, оскільки останній має високий рівень вірогідності. Крім того, сама свідомість має специфіку добудовувати, конструювати зовнішній світ, структурувати даний їй предметний матеріал, вносити у нього певний порядок, логіку. Віртуальна реальність функціонує як сукупність симулякрів. Віртуальні об'єкти у межах віртуальної реальності отримують своє власне буття й детермінують соціокультурні процеси, як і духовний світ зануреної в неї людини. Гіперреальність осмислюється не тільки як комунікативна віртуальна реальність, заснована на технологіях віртуальної реальності, а як сфера симулякрів, що конструює сучасний соціокультурний простір, багато в чому визначаючи лице інформаційного суспільства.

Типовими рисами медіа-культури як культури симулякрів є заміна реальності симулятивною реальністю; поява людей, що претендують на створення й поширення симулякрів; а головне - створення все більших можливостей

для маніпуляції свідомістю, тому що симулякри відсилають до архетипових міфологічних символів і образів, створюючи тим самим ілюзію нових міфологій. Світ постіндустріального суспільства перетворюється на тотальну симуляцію, де першу скрипку відіграють електронні медіа. Сучасна дійсність виробляє цілком самостійні системи симулякрів, з яких утворюється простір буття людини. Єдине, що зв'язує світ у єдине ціле - це комунікація.

Дослідники проблеми вказують, що на сучасному етапі розвитку суспільства маніпулятивний вплив медіа здійснюється на кількох рівнях. Серед них психофізіологічний рівень впливу на найпростіші емоції, соціально-психологічний рівень (заснований багато в чому на ефекті компенсації, коли читачеві, слухачеві, глядачеві дається ілюзія здійснення своїх заповітних бажань шляхом ідентифікації з персонажем медіа-тексту); інформаційний рівень (відображення корисних для людей утилітарно-побутових відомостей), естетичний рівень (акцент на майстерність творців медіа-тексту). Маніпулятивний вплив медіа опирається також на такі широко відомі фактори, як стандартизація, мозаїчність, серійність, фольклорність (чарівна могутність персонажів, сталість метафор, символів, щасливий фінал тощо). При цьому використовуються два види механізмів роботи свідомості - ідентифікація (отождолення, наслі-

дування) і компенсація («проекція») [2, с. 242].

**Висновки.** Отже, феномени медійної культури є в сучасних умовах соціокультурним середовищем, життєвим простором буття людини. Медіа, що безупинно розширюються, стали справжнім середовищем проживання - простором. На жаль, ситуація така, що на сьогодні жодна соціальна структура, включаючи освіту і традиційну культуру, не має сил протистояти цьому натиску або компенсувати його негативний вплив. Сьогодні можна констатувати гносеологічне відчуження особистості від дійсного пізнання соціуму, світу, себе. Між тим тільки у випадку трансформації людини у реального суб'єкта дії у неї з'являється можливість розвідчуженого буття у медіа-культурі. Для адекватного, самостійного розуміння світу у медіа-культурі потрібна розумова здатність до реконструкції і реконструкції ідей, культурних мемів, тобто здатність до критичного, діалектичного мислення. А можливим це є лише завдяки соціалізації особистості, серйозним пізнавальним, гносеологічним зусиллям волі; через взаємодію з іншими соціальними інститутами, передусім сферою освіти та мистецтва як джерел формування вищих духовних цінностей. Саме напрями трансформації освітньо-соціалізаційних процесів в умовах формування медійно-інформаційного простору мають стати пріоритетним об'єктом подальших наукових досліджень проблеми.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бодрийяр Жан. Система вещей [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М.: Рудомино, 1999. – 224 с.
2. Касторнова В.А. Анализ подходов к определению образовательного пространства [Текст] / В.А.Касторнова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2012. – № 1. – С. 239-244.
3. Немирич А.А. Медиаобразование в России: на пути к медиаменталитету [Текст] / А.А. Немирич // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2011. – Т. 2. – № 8. – С. 21-27.
4. Савчук В.В. Медиареальность. Медиа субъект. Медиа философия [интервью] / В.В.Савчук // Медиа философия II. Границы дисциплины / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, – 2009. – С. 17-43.
5. Хайдеггер М. Бытие и время [Текст] / М.Хайдеггер. – М.: Ad Marginem, Genesis & Time 1997. 452 с.
6. Шалимов А.Б. Мем-театр: влияние культуры новых медиа на познание мира человеком [Текст] / А.Б. Шалимов // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2011. – № 43. – С. 94-97.
7. Шор О.Л. Взаимосвязь медиаобразования и медиакультуры в педагогических исследованиях [Текст] / О.Л. Шор // Региональное образование XXI века: проблемы и перспективы. – 2010. – № 2. – С. 11-13.

Стаття надійшла до редакції 31.10.2013

#### REFERENCES:

1. *Bodriyyar Zhan. Sistema veschey (The system of things). M.: Rudomyno, 1999. 224 p.*
2. *Kastornova V.A. Analiz podhodov k opredeleniyu obrazovatel'nogo prostranstva (Analysis approaches to definition of education space). Vektor nauky Togliattinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2012, no 1, pp. 239-244.*
3. *Nemyrych A.A. Mediaobrazovanie v Rossii: na puti k mediamentalitetu (Medyaobrazovanye in Russia: the path of medyaumentalitet) . Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya, 2011, T. 2, no. 8, pp. 21-27.*
4. *Savchuk Vladimir. Mediarealnost. Mediasubekt. Mediafilosofiya. Intervyu (Medyareality. Medyasubject. Medyaifilosofi). Mediafilosofiya II. Granitsy distsipliny. Sankt Petersburg, 2009, pp.17-43.*
5. *Haydegger M. Bytie i vremena (Genesis & Time). Moscow, 1997, 452 p.*
6. *Shalimov A.B. Mem-teatr: vliyaniye kultury novykh media na poznanie mira chelovekom (Mem-theatre: influence culture new media on cognition peace of man). Sborniki konferentsy NIC Sociosfera, 2011, no. 43, pp.94-97.*
7. *Shor O.L. Vzaimosvyaz mediaobrazovaniya i mediaculture v pedagogicheskikh issledovaniach (Correlation medyaeducation and medyaculture in pedagogical study). Regionalnoe obrazovanie XX veka: problemy i perspektivy, 2010, no. 2, pp. 11-13.*

**Великодна Євгенія Миколаївна** – науковий співробітник  
Дніпропетровський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти  
Адреса: 49006, м. Дніпропетровськ, вул. Свердлова, 70  
E-mail: iproj@mail.ru

**Velykodna Yevheniia Mykolaivna** – researcher  
Dnepropetrovsk regional institute of postgraduate pedagogical education  
Address: 70, Sverdlov Str., Dnepropetrovsk, 49006  
E-mail: iproj@mail.ru