

*Зайцева А. В.,**кандидат культурології,**декан юридичного факультету**Київського національного університету культури і мистецтва*

МЕДІАКУЛЬТУРА ТА ПРАВО: МЕЖІ Й АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню аспектів взаємодії таких складних феноменів сучасного суспільства, як медіакультура та право. Автор звертається до вивчення форм і меж взаємодії означених феноменів на основі аналізу їхніх складових. Досліджуючи феномен медіакультури, автор статті особливу увагу приділяє вивченню визначення, що характеризує зазначене явище. Порівняння різноманітних точок зору з цього приводу дає змогу зробити висновок про те, що медіакультуру можна подати як особливий тип культури інформаційного суспільства, як частину загальної культури, що охоплює книги, газети, журнали, кіно й телебачення, радіомовлення та Інтернет-ресурси.

Ключові слова: культура, медіакультура, право, інформаційна культура, інформаційне суспільство, культура інформаційного суспільства, медіасередовище.

Постановка проблеми. На сьогодні важливу роль у функціонуванні інформаційного суспільства відіграють засоби масової комунікації (преса, радіо, телебачення, Інтернет, інформаційні агентства, прес-служби тощо). Зазначені інститути беруть активну участь у формуванні національної свідомості, самосвідомості й інших духовних цінностей, впливають на суспільну ситуацію та громадську думку. Саме через мас-медіа відбувається трансляція знань між суспільством і державою. Необхідність дослідження підкреслюється тим, що саме через медіакультуру, яка є посередником між суспільством і владою реалізується роз'яснення сутності державної політики, зокрема її правових аспектів.

Проблема сприйняття медіакультури в сучасному інформаційному суспільстві посідає одне з центральних місць. Зазначене зумовлює наявність різноманітних точок зору на медіакультуру. Аналізом її специфіки та впливу на соціум у ХХ столітті займалися такі зарубіжні дослідники, як Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Ж. Дельоз, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Ч. Пірс, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева та ін. Серед сучасних російських учених слід назвати праці Н.Б. Кирилової, Я.І. Засурського, А.І. Черних та ін.

Але водночас проблема взаємодії феноменів права й медіакультури в сучасному суспільстві поки що достатньо не висвітлено в науковій літературі.

Метою статті є висвітлення особливостей взаємодії медіакультури та права на основі вивчення складових, з'ясування чинників, що впливають на їх формування й взаємодію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Медіакультура являє собою доволі складне й неоднозначне поняття, що зумовлюється бурхливим розвитком сучасного світу «медіа», який становить систему масових комунікацій, що швидко поширюються в умовах «інформаційного вибуху» [1]. Визначальними характеристиками останнього є безмежність і хаотичність. Зазначені явища суттєво ускладнюють соціальні зв'язки, що змушує звернутися до визначення «медіа» та його ролі в суспільстві.

Цей термін (медіа) одним із перших ввів у науковий світ М. Маклюен, який застосував його в дослідженнях на позна-

чення різноманітних засобів комунікації [1, с. 267]. Спочатку зазначений термін використовувався для позначення масових комунікацій, бурхливий розвиток різноманіття яких зумовив надалі певну неоднозначність у трактуванні. Адже ще в 1967 році було здійснено спробу уточнити визначення «масові комунікації». Пропонувалось визначити цим терміном соціальний процес поділу суспільної інформації між засобами преси, телебачення й радіо. Для позначення сутності комунікацій було запропоновано використання терміна «соціальна інформація», а інститути розповсюдження комунікацій визначити за допомогою такої конструкції, як «засоби масової інформації» [2, с. 141].

Також доволі поширеним як у науковому, так і в повсякденному обігу є на сьогодні визначення медіа як засобів масової комунікації. До них зараховують розгалужену систему, що охоплює друковані, візуальні й аудіовізуальні засоби. Небачені темпи розвитку цієї системи пояснюються використанням таких досягнень інформаційного суспільства, як комп'ютери та мережа Інтернет. Глобальна мережа, яка охопила весь світ, робить можливим миттєвий доступ до будь-якого джерела інформації.

Поняття медіакультури традиційно зараховують до надбань сучасної культурології, його призначення полягає у визначенні особливого типу культури інформаційного суспільства, що виступає посередником між соціумом і владою. Така трансляційна функція покладає велику відповідальність на зазначений феномен, оскільки саме з його допомогою відбувається формування та розвиток багатьох впливових інститутів сучасного суспільства.

На думку Ф. Джеймсона, Ж. Бодрійяра та П. Вірлію медіакультура являє собою галузь культури, пов'язану з трансляцією динамічних образів, що набули широкого розповсюдження завдяки сучасним технічним засобам запису й передачі зображення і звуку (кіно, телебачення, відео, системи мультимедіа) [2].

Н. Кирилова визначає досліджуваний феномен як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, вироблених людством під час культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості та соціалізації особистості [3, с. 327]. Російська дослідниця виділяє найважливіші функції медіакультури, що характеризують її як важливий фактор соціальної модернізації суспільства.

О. Козлова визначає медіакультуру як особливий тип культури інформаційного суспільства, як частину загальної культури: світу книг, газет і журналів, кінематографа, радіомовлення й телебачення, Інтернет-ресурсів, CD-ROMів, DVD [4]. Усе те, що пов'язує людину з навколишнім світом, інформує, розважає, пропагує, впливає на оцінки, думки й поведінку людей.

Деякі дослідники вважають медіакультуру частиною загальної культури, пов'язану із засобами масової комунікації [5, с. 32], з одного боку, у соціальному плані (культура суспільства – медіакультура суспільства), з іншого – в особистісному (культура людини – медіакультура людини), коли акцентується взаємодія людини зі світом медіа, його сприйняття і творче самовираження через засоби масової комунікації, які в кінцевому

підсумку забезпечують повноцінне включення людини в життя суспільства [5]. Слід погодитися з автором і звернути увагу на складне поліфункціональне поняття загальної культури як джере-ла медіакультури.

Насамперед необхідно відмітити різноманітний зміст, який різні дослідники вкладають у поняття «культура». Так, найбільш широке значення має поняття «культура» тоді, коли трактується як деяка історично мінлива конструкція світу, у межах якої живе і творить людина, розвивається суспільство. Крім того, при широкому трактуванні цього поняття розуміється історично визначений рівень розвитку суспільства й людини, виражений у типах і формах організації життєдіяльності людей, у створюваних ними матеріальних та духовних цінностях. Таке саме широке значення має поняття «культура», коли розглядається як спосіб духовного освоєння дійсності. Культура в цьому розумінні є специфічним і винятковим продуктом життєдіяльності людей, що включає все, що в навколишній дійсності створено людиною, на відміну від створеного природою.

За вузького розуміння поняття «культура» до неї зараховують лише сферу духовного життя людей або специфічні сфери життєдіяльності, виключаючи при цьому саме матеріальні аспекти [6, с. 14].

Визначні українські вчені-культурологи визначають культуру як складне поняття, що означає результат, процес, спосіб, ставлення, норму, систему діяльності, єдиним суб'єктом та об'єктом якої є людина [7, с. 57].

Велика радянська енциклопедія дає таке визначення такої категорії, як культура: це історично визначений рівень розвитку суспільства й людини, виражений у типах і формах організації життя й діяльності людей, а також створюваних ними матеріальних та духовних цінностей [8, с. 608].

Д. Ольшанський вважає, що культура – це масова діяльність людей у певній системі із виробництва, зберігання, розповсюдження і споживання цінностей, що пропонують прийняті в суспільстві системи соціальних інститутів [9, с. 29–36].

Аналізуючи поняття «культура», американський соціолог Талкотт Парсон виділяв три його основні складові: по-перше, культура передається, вона становить соціальну традицію; по-друге, це те, чого навчаються, що не закладено в генетичну природу людини; по-третє, вона є загальноприйнятою [10, с. 87].

Отже, можна констатувати, що феномен культури надзвичайно складний. Крім вище наведених, останнім часом виникло два нових підходи до розуміння сутності поняття «культура». Перший підхід визначає культуру як процес творчої діяльності, а другий – розглядає її як специфічний спосіб людської діяльності (як універсальну властивість суспільного життя). Українські вчені вважають, що зазначені підходи слід використовувати при трактуванні поняття «інформаційна культура», оскільки вона є складовою культури суспільства, як і медіакультура [2, с. 142]. Слід зазначити, що названі поняття певним чином співвідносяться, оскільки торкаються різних сторони одного феномена – інформації. Але водночас вони разом підкреслюють тезу про те, що на сьогодні інформаційний вплив на особу, державу й суспільство набагато сильніший та ефективніший, ніж економічний, військовий і політичний. Інформація стала реальною, відчутною силою [11].

Отже, термін «медіакультура» може розумітися так: 1) сукупність матеріальних та інтелектуальних цінностей у сфері медіа, а також історично визначена система їх відтворення й функціонування в соціумі; 2) відносно аудиторії медіакультура може бути системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатексти, займатися медіатворчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа.

Слід зазначити, що простір медіакультури не обмежується лише виробництвом і розповсюдженням образів, він також розвивається на основі циклу «повідомлення – залучення до комунікації» [2, с. 142]. Останнє є умовою та результатом споживання повідомлення, а його виробництво – результатом такого залучення. Іншими словами, такий цикл можна відобразити як взаємний обмін інформацією й інтересами. З одного боку, люди (аудиторія) сприймають як цікаві або корисні насамперед ті повідомлення, які вважають або відчують такими, тобто ті, що мають стосунок до них особисто, і на них вони «виявляють попит». А з іншого боку, виробництво медіапродукції не тільки орієнтується на інтерес публіки, а й спонукається реальними інтересами, передусім політичними й економічними інтересами спільнот, груп, інстанцій та особистостей, особливо з середини ХХ століття, коли екранне мистецтво сформувало в людях потребу в ілюзії іншої реальності й заволоділо увагою величезних аудиторій.

Сучасні події дають змогу стверджувати, що на сьогодні медіакультура являє собою, з одного боку, доволі інтенсивний інформаційний потік, а з іншого – певні засоби комплексного освоєння людиною навколишнього світу в його соціальних, моральних, психологічних, художніх, інтелектуальних аспектах.

Поряд з медіакультурою в сучасному суспільстві існує та розвивається такий феномен, як право. Слід зазначити, що право й культура є взаємопов'язаними, взаємодіючими між собою категоріями. Це зумовлено тим, що право є елементом культури суспільства, його соціальною цінністю. Цей зв'язок і взаємодія простежуються по багатьох напрямках. Виявлення й усвідомлення цих напрямів має важливе значення для побудови правової держави, зазначає академік Ю. Шемшученко [12, с. 4–5]. Визначаючи поняття «культура», він підкреслює, що воно походить від латинського слова «культиваре», яке означає «обробляти землю». Пізніше це поняття набуло нових відтінків і стало означати систему цінностей, створених людиною. Тут ідеться як про цінності матеріальної, так і духовної культури.

Право належить до елементів духовної культури, саме ним зумовлене поняття правової культури як явище ідеологічного порядку. Вона зорієнтована державою й суспільством на формування та розвиток політико-правової свідомості людей, а отже, і їх поведінку в правовій сфері. Такий вплив, як правило, здійснюється, по-перше, шляхом закріплення правових поглядів і духовних цінностей у законах та інших нормативних актах; по-друге, шляхом розвитку і трансформації правової ідеології, уведення до правової свідомості особи, соціальних груп, суспільства загалом нових поглядів і цінностей, характерних для обновлюваної системи права.

Право, власне, як і культура, являє собою продукт людської діяльності, метою якого є впорядкування відносин у суспільстві. Взаємодія означених феноменів відбувається через визначення правил поведінки в соціумі на основі права, формування якого зазнає істотного впливу медіакультури. Зазначене підтверджується тим фактом, що кожному історичному періоду, що характеризується своєрідністю культури, було притаманне властиве лише тому періоду право. Саме тому сучасний період, який представлений надбаннями медіакультури, також має властиве тільки йому право.

Враховуючи вище зазначене, засвідчимо, що право, будучи елементом культури, є також і елементом медіакультури. Повсякденне звернення до об'єктивного права стало можливим саме за допомогою елементів медіакультури. Остання сприяє масштабній генерації права, даючи змогу виробляти більшу кількість різноманітних правил поведінки. Кількісне зростання правових приписів супроводжується появою нових галузей

права, що, у свою чергу, зумовлює появу «правового масиву» замість реального права. Комп'ютеризація правової інформації прирівнює право до рівня звичайного інформаційного потоку. У цьому випадку право значною мірою втрачає свій ціннісно-правовий зміст. Можна стверджувати, що медіакультура охопила право й певним чином сприяла його нівеляції.

На сьогодні медіакультура як соціальний посередник внаглаголює зв'язки між структурами суспільства, тобто медіакультуру можна розглядати як певний інструмент управління суспільством. Власне, цю можливість впливу підкреслював Е. Тоффлер [13]. Про неї свідчить відома концепція журналістики про ЗМІ як «четверту владу», що володіє певними владними функціями.

Така властивість медіакультури відрізняє її від інших видів культури й підкреслює її багатосторонню, потужну та масштабну владу над почуттями і свідомістю людей у всьому світі. Проте можна погодитися з С. Гуревичем, який стверджує: «Засоби масової інформації – не влада, але сила, іноді дуже значна, що виражає громадську думку та впливає на реальну владу, часом навіть обмежує її можливості» [14]. А звідси висновок: медіакультура – це посередник між суспільством і державою, між соціумом і владою.

Висновки. Отже, у статті проведено дослідження таких складних феноменів сучасного світу, як медіакультура та право, кожен з яких став невід'ємною частиною культурно-комунікаційної системи й виконує свої функції, зазнаючи взаємного впливу. З'ясовано, що медіакультура на сьогодні суттєво впливає на процес суспільного життя та всі його сфери, зокрема й на право. Зазначений вплив має як позитивні, так і негативні сторони. Дослідження репрезентованої проблематики є досить актуальним і становить значний науковий інтерес для подальшого вивчення фахівцями різних галузей суспільних наук.

Література:

1. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М. : Кучково поле, 2007. – 464 с.
2. Лазарева Л.М. Медіакультура та її функції / Л.М. Лазарева // Культура і сучасність : альманах. – К. : Міленіум, 2010. – № 2. – 222 с. ; Кириллова Н.Б. Медіакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. – М. : Академический проект, 2005. – 448 с.
3. Козлова Е.А. Новая территория: особенности формирования медиакультуры у пользователей с ограничениями в жизнедеятельности / Е.А. Козлова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rgbs.ru/ru/std/info/kozl>.
4. Кашкина М.Г. Медіакультура и ее место в контексте философского знания / М.Г. Кашкина // Культурная жизнь Юга России. – 2011. – № 1. – С. 32.
5. История мировой культуры. Наследие запада / отв. ред. С.Д. Серебряный. – М., 1998. – С. 14.
6. Вохрышева М.Г. Формирование науки об информационной культуре / М.Г. Вохрышева // Проблемы информационной культуры : сборник статей / науч. ред. Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. – М. : Магнитогорск, 1997. – Вып. 6. – С. 57.

7. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А.М. Прохоров. – М. : Советская энциклопедия, 1973. – Т. 13. – С. 608.
8. Ольшанский Д.В. О социально-психологическом подходе к исследованию культуры / Д.В. Ольшанский // Проблемы системного анализа развития культуры : сборник трудов ВНИИСИ. – 1984. – Вып. 4. – С. 29–36.
9. Парсон Т. О социальных системах / под ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Беленовского. – М. : Академический проект, 2002. – С. 87.
10. Черешкин Д.С. Оружие, которое может быть опаснее ядерного / Д.С. Черешкин // Независимая газета. – 2005. – № 123. – С. 9.
11. Шемшученко Ю. Теоретичні засади взаємодії права і культури / Ю. Шемшученко // Право та культура: теорія і практика / Міжнародна науково-практична конференція. – К. : МП «Леся», 2007. – С. 4–5.
12. Тоффлер Э. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2003. – 669 с.
13. Гуревич П.С. Культурология / П.С. Гуревич. – М. : ВЛАДОС, 1996. – 336 с.

Зайцева А. В. Медіакультура и право: границы и аспекты взаимодействия

Аннотация. Статья посвящена исследованию аспектов взаимодействия таких сложных феноменов современного общества, как медиакультура и право. Автор обращается к изучению форм и границ взаимовлияния указанных феноменов на основе анализа их составляющих. Исследования феномен медиакультуры, автор статьи особое внимание уделяет изучению определения, характеризующего данное явление. Сравнение различных точек зрения по этому поводу позволяет сделать вывод о том, что медиакультуру можно представить как особый тип культуры информационного общества, как часть общей культуры, которая охватывает книги, газеты, журналы, кино и телевидение, радио вещание и Интернет-ресурсы.

Ключевые слова: культура, медиакультура, право, информационная культура, средства массовой информации, Интернет, средства массовой коммуникации, медиасреда.

Zaytceva A. Media culture and law: limits and aspects of interaction

Summary. The article is devoted of research aspects interaction such complex phenomena modern society as media culture and law. Author refers to the study of forms and limits of interplay mutual influence of signification phenomena on based by analyzing of their components. Referring to exploration of the phenomenon of media culture, the author pays special attention to the study of the definition that characterizes those facts. Comparison of different points of view on this subject suggests that media culture can be represented as a special type of cultural information society, as part of general culture, covering books, newspapers, magazines, film and television, radio and Internet resources.

Key words: culture, media culture, law, information culture, information society, culture, information society, media sphere.