

3. Мирзоян В.А. Управление как предмет философского анализа / В.А. Мирзоян // Вопросы философии. – 2010. – № 4. – С.35–47.

4. Диев В.С. Философия управления: область исследований и учебная дисциплина / В.С. Диев // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2012. – №2. – С.59–66.

5. Рябков О.А. Маркетинговое управление и управление маркетингом в образовательном учреждении / О.А. Рябков // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – №43(7). – С.22–27.

6. Чертыковцев В.К. Дуалистический подход в маркетинге / В.К. Чертыковцев // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – №13(132). – С.512–515.

7. Шуклина З.Н. Особенности инновационного управления маркетингом / З.Н. Шуклина, И.В. Юдина // Наука и экономика. – 2011. – №4. – С.54–57.

References

1. Bratanich B.V. Marketing v osviti jak predmet filosofskogo analiza: avtoref. dys... d-ra filos. nauk: 09.00.10 / Bratanich B.V. – K., 2006. – 35 s.

2. Korotkov Je.M. Issledovanie sistem upravlenija / Je.M. Korotkov. – M.: DeKA, 2003. – 336 s.

3. Mirzozjan V.A. Upravlenie kak predmet filosofskogo analiza / V.A. Mirzozjan // Voprosy filosofii. – 2010. – №4. – С.35–47.

4. Diev V.S. Filosofija upravlenija: oblast' issledovanij i uchebnaja disciplina / V.S. Diev // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofija. Sociologija. Politologija. – 2012. – №2. – С.59–66.

5. Rjabkov O.A. Marketingovoe upravlenie i upravlenie marketingom v obrazovatel'nom uchrezhdenii / O.A. Rjabkov // Upravlenie jekonomicheskimi sistemami: jelektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2012. – №43 (7). – С.22–27.

6. Chertykovcev V.K. Dualisticheskij podhod v marketinge / V.K. Chertykovcev // Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2011. – №13 (132). – С.512–515.

7. Shuklina Z.N. Osobennosti innovacionnogo upravlenija marketingom / Z.N. Shuklina, I.V. Judina // Nauka i jekonomika. – 2011. – №4. – С.54–57.

Litvinenko N. V., applicant of Dnipropetrovsk Regional Institute of Postgraduate Education (Ukraine, Dnipropetrovsk), yu_h@inbox.ru

Marketing management in educational research methodologies as an object of philosophical analysis

Analyzes the philosophical and educational aspect of the research of marketing management. Based on an interdisciplinary methodology of philosophy of education, management philosophy, philosophy of marketing it is grounded the necessity of analysis of marketing management in education with in the philosophical-educational knowledge. It is shown that marketing management is one of the most effective mechanisms in the formation of postmodern educational practices. The main components and features of the research methodology of marketing management in education are defined. Reveals the interdisciplinary nature of the methodology of analysis of the object. Grounded innovative nature of marketing management in education as an object of philosophy analysis.

Keywords: *philosophy of education, philosophy of marketing, marketing management, education management, methodology.*

Литвиненко Н. В., соискатель, Днепропетровский областной институт последипломного педагогического образования (Украина, Днепропетровск), yu_h@inbox.ru

Методология исследования маркетингового управления в образовании как объекта философского анализа

Анализируется философско-образовательный аспект исследования маркетингового управления. На основе междисциплинарной методологии философии образования, философии управления, философии маркетинга обоснована необходимость анализа маркетингового управления в образовании в рамках философско-образовательного знания. Показано, что маркетинговое управление является одним из наиболее эффективных механизмов становления постсовременных образовательных практик. Определены основные составляющие и особенности методологии исследования маркетингового управления в образовании. Раскрыто междисциплинарный характер методологии анализа исследуемого объекта. Обосновано инновационную природу маркетингового управления в образовании как объекта философского анализа.

Ключевые слова: *философия образования, философия маркетинга, маркетинговое управление, управление образованием, методология.*

* * *

УДК 130.1+141.2

Карпець Л. А.

кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української та іноземних мов, Харківська державна академія фізичної культури (Україна, Харків), lubov.karpec@mail.ru

ДИНАМІКА КУЛЬТУРНО–ОСВІТНЬОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Розглядається культурно–освітня реальність та її вплив на світогляд особистості. Телевізійні технології щоденно формують світобачення мільйонів людей. Саме тому питання культурно–освітньої реальності є на сьогодні актуальним. Аналізуються особливості медіа–культури та її різноманітні форми. Практично у всіх сучасних серіалах, фільмах, і навіть мультфільмах існує відеоінформація розбою, так зване “телевізійне насилля”, яке об’єднує в собі демонстрацію нанесення шкоди або збитків персонажам телевізійних програм, фільмів. Показано, що функція і сенс mass–media в цілому реалізуються за трьома концепціями: авторитарною, лібертаріанською та теорією соціальної відповідальності.

Ключові слова: *культурно–освітня реальність, медіа–культура, інформаційне суспільство, телекомунікаційні технології, “телевізійне насилля”, “інформаційний голод”, телефільм, інтернет, періодика.*

Початок третього тисячоліття назвали епоєю інформації, епоєю комунікації. Нове інформаційне середовище стрімко змінює умови життя, культуру, стереотипи поведінки. Стан сучасної культурно–освітньої реальності, її динаміка у багатьох аспектах визначається технологічним мультимедійним середовищем (радіо, телебачення, комп’ютери, інтернет, стільниковий і супутниковий зв’язок тощо). У цьому контексті актуальним бачиться вивчення впливу мас–медіа на особистість. Проблема впливу культурно–освітньої реальності на світогляд особистості привертає увагу багатьох учених. До перебігу таких процесів, зокрема в дослідженні медіа–культури, зверталися М.Фуко, Г.Маркузе, Ж.Бодріяр та інші. Засади теорії екранних мистецтв ми знаходимо у працях С.Безклубенка, проблема діалектичних суперечностей медійної інформації стала предметом дослідження В.Беньяміна. Нетрадиційна екологія, об’єктом якої є інформаційне середовище, привертає увагу Б.Потятиника.

Процес зростання знань та інформації сьогодні носить експоненціальний характер. За останні десятиліття інформаційно–комунікативні технології, як ключовий елемент інформаційного суспільства, набули суттєвих змін у способі життя, який має “телекомунікаційну” залежність у службових та особистих взаємовідносинах. Використання “всесвітньої павутини” як провідного інформаційно–комунікативного ресурсу–інструменту перетворило комп’ютерні технології у фундаментальний компонент культурно–освітньої реальності. У новітньому техніко–технологічному полі (електронні мережі, супутникові системи, телевізійні, радіо і телефонні мережі) спостерігається колосальне різноманіття культурно–освітніх форм, пов’язаних з тим, що інформаційне суспільство є культурно–освітньою системою, яка сформована не в соціокультурному вакуумі і не є герметично закритою. Телекомунікаційні технології (телевізор, інтернет, стільниковий зв’язок) щоденно формують і підтримують сталу повсякденну культуру у мільйонів людей як з допомогою власне рекламної продукції, так і з допомогою різноманітних ток–шоу, серіалів і навіть таких традиційних засобів, як кіно і мультфільми. У стандартизованій, гранично

раціональний культурно–освітній реальності альтернативні контр–культурні практики створили віртуальний світ ірраціональності, який сповідує нові цінності та ідеали, що з часом стали основою інтернет–культури, хакер–культури, кібер–культури і кібер–панка. Медіа–культура розширила межі свідомості, принесла в життя соціум і функціонування культурно–освітньої реальності, плюралізм і толерантність до проявів “інакшості”. Нове інформаційне середовище, як і природне середовище, забезпечує необхідні засоби й ресурси як для управління соціальним життям, так і для основ самої її можливості, формування простору, який одночасно є і простором референцій, і простором примусу. Різноманітні просторо–часові континууми, взаємодіючи один з одним, об’єднані одним глобальним комунікативним медіа – середовищем. З появою цього медіа – середовища відбувається перехід від власне комп’ютерної культурно–освітньої реальності, культури незалежних даних – до мереженої культури, тобто до культури об’єднаних гіпертекстових даних. Такого роду інформаційний простір – це простір границь, які легко проникливі, часто невидимі, здатні змінювати положення і контури. У новому комунікаційному медіа–середовищі, яке базується на інтеграції комп’ютерів і мереж, місцевість позбавляється свого культурного, історичного, географічного значення і реінтегрується у функціональну мережу, або в образні колажі, спонукаючи до життя “простір потоків” [3], замінюючи простір місць. Такий багаточасовий медіа–простір змінює уявлення про темпоральність буття. Час людини в культурі інформаційного суспільства здається “гнучким” і безструктурним, використання інформаційно–комп’ютерних технологій ускладнюють завдання щодо розподілу часу між працею і дозволяям.

Сьогодні потоки інформації в медіа насиченому середовищі стають одним із важливих засобів впливу на суспільну свідомість і суспільну поведінку, тобто інструментом управління. Від ефективного використання інформації залежить розвиток освіти і культури. У сучасному суспільстві інформація – це не другорядний атрибут соціального розвитку, використання якого змінює спосіб життя. Інформація може здійснювати як стабілізуючий і мобілізуючий вплив, створювати сприятливе, соціально однорідне, толерантне середовище існування, стимулювати соціально–економічну активність, так може і, навпаки, мати прямо протилежний вплив – створювати середовище агресивне і конфліктне. Не все вирішує інформація, але багато залежить від самостійної оцінки членів спільноти, від їх соціального налаштування, а також багато залежить від інформаційної політики мас–медіа. Процеси, які сьогодні відбуваються в інформаційному просторі, досить неоднозначні і в багатьох аспектах стихійні. З одного боку, обмежень на доступ до інформації стало менше, але з другого – відсутність контролю призвела до зниження професійної культури і появи на сторінках періодики, в телеэфірі, в інтернеті негативної і недостовірної інформації, “матеріалів на замовлення”, далеких від істини. Такого роду матеріали викликають дестабілізований вплив, наслідки якого часто не передбачувани.

Значні зміни у суспільній свідомості та світогляді пов’язані з переходом від сприйняття реальності, яка базується на безпосередньому спостереженні до сприйняття, опосередкованого носієм інформації спочатку паперовим, а сьогодні навіть відбувається перехід до аудіо–відео сприйняття. Соціокультурні наслідки такого переходу різноманітні й неоднозначні. Вони пов’язані з формуванням медіа–культури, вплив якої на свідомість і поведінку людей, особливо позначається на підростаючому поколінні. Сучасні діти і підлітки проводять перед телевизором і комп’ютером занадто багато часу. Зміст програм, фільмів, передач і комп’ютерних ігор має величезне значення в процесі соціалізації і соціальної ідентифікації. Пошук близьких по духу людей, ідей, певних груп, зразків для наслідування дуже важливі протягом усього життя людини, але особливо значущим він стає для підлітків. У соціалізації і соціальній ідентифікації сучасного підлітка значну роль відіграє відеопродукція, яку вони споживають: телепередачі, ігрові та анімаційні фільми, комп’ютерні ігри. Носіями цієї інформації стали такі види мас–медіа, як телебачення, комп’ютерні програми, відео. Щодня людина знайомиться в пресі з новинами та інформацією, яка на сімдесят відсотків не підлягає перевірці, а просто сприймається на віру. Молодь формує свої думки і смаки практично цілком завдяки журналам, розважальному телебаченню та інтернету; дорослі люди, читаючи газети і переглядаючи щоденні телевізійні новини. Завдяки ЗМІ й комунікації формується практично вісімдесят відсотків особистої і суспільної думки.

Формування особистості – багатогранний, тривалий і суперечливий процес. У ньому поєднуються неповторність, “єдність”, з одного боку, а з іншого – включення в ціле, в сім’ю, в групу, соціум. Кожна людина унікальна, але також вона є часткою своєї культури, традицій та історичного досвіду народу, до якого належить. Філософські основи засобів масової інформації базуються на уяві про сутність людини, природи, знань та істини, розуміння феноменів суспільства і держави, принципів їх взаємодії. За даними соціологічних досліджень телебачення посідає одне із провідних місць за силою виховного впливу, після сім’ї і школи, є каналом інтенсивної соціалізації. Сутнісною особливістю сприйняття дитини є перевага емоційного ставлення до об’єктів дійсності при відсутності глибоких знань про них. Немає сенсу дискутувати про користь і шкоду телебачення. Наразі особливої гостроти набула проблема телевізійного насилля. Практично у всіх сучасних серіалах, фільмах, і навіть мультфільмах існує відеоінформація розбою. Термін “телевізійне насилля” давно використовується в науковому лексиконі й об’єднує в собі демонстрацію нанесення шкоди або збитків персонажам телевізійних програм або фільмів. Існує багато досліджень, результати яких свідчать, що перегляд сцен насилля в телепрограмах і фільмах орієнтує молодь до подальшої агресії. Було доведено, що телевізійне насилля може стати причиною збудження агресивної поведінки. Після виходу в прокат відомого фільму Олівера Стоуна “Природжені вбивці”, світом прокотилася хвиля грабежів, розбоїв, вбивств, скоєних молодими людьми,

які після арешту стверджували, що наслідували героїв цього фільму.

Окрім негативного впливу ЗМІ на молодіжну поведінку, можна виділити декілька позитивних моментів. ЗМІ тримає молодь в курсі всіх подій, які відбуваються, таким чином, позбавляючи “інформаційного голоду”; ЗМІ підвищує загальну, в тому числі й політичну культуру населення; слугує для взаємного інформування властей і населення, знімаючи соціальну напругу.

ЗМІ задає характерні для сучасної масової культури ідеальні особистісні зразки і норми поведінки, які проєктуються на молодіжну субкультуру і тим самим, формуючи у підлітків ціннісні орієнтації і культуру поведінки. У зв'язку з цим особливий інтерес складає аналіз як позитивних, так і негативних моделей соціальної поведінки, які розповсюджуються через канали ЗМІ, оскільки це безпосередньо стосується розуміння змістовного контексту й механізмів соціалізації підлітків. У зв'язку зі зростанням впливу засобів масової інформації, в тому числі телебачення, на соціалізацію підлітків, актуальними стають проблеми визначення позиції педагогів у роботі з дітьми, можливого ступеню впливу дорослих професіоналів у процесі освоєння дітьми довкілля засобами телевізійної інформації. У педагогічному досвіді уже є окремі спроби їх вирішення, зокрема, аналіз телевізійних програм на наступний тиждень і робота з ними в класі; обговорення телепередач у класному колективі і в бесідах наодинці з учнем; використання телепередач у навчальному процесі.

Сьогодні поряд із відеоіграми популярною є комп'ютерна мережа інтернет, де користувач сприймає себе та інших як невід'ємний компонент єдиної інформаційної спільноти. Одним із негативних ефектів глобальної комп'ютерної мережі є широке розповсюдження різноманітної інформації сумнівного змісту. Сучасний інформаційний вплив прямо загрожує психічному і фізичному здоров'ю людини. Можна навіть сказати, що саме це формує морально-психологічну атмосферу в суспільстві, живить кримінальне середовище і сприяє росту психічних захворювань.

На сьогодні вважається загальноприйнятим, що функція і сенс mass-media в цілому реалізуються за трьома концепціями: авторитарною, лібертаріанською та теорією соціальної відповідальності. Авторитарна доктрина визначила модель масової комунікації, в основі якої покладено філософські припущення про людські можливості реалізувати свій потенціал лише в державі, за допомогою держави. Форми впливу (способи контролю) держави за засобами масової інформації в контексті авторитарної системи різноманітні. Згідно з авторитарною концепцією зміст засобів масової інформації розглядається й оцінюється завдяки внеску останніх у вирішення завдань, поставлених державою. Цей підхід не означає, що діє пряма заборона на широке філософське обговорення, наприклад, політичних систем або проєктів. Висловлення сумнівів тих чи тих теоретичних концепцій визначається можливим, не допускається лише пряма критика чинної влади.

Філософія лібералізму XVIII століття суттєво похитнула позиції авторитарної теорії, яка домінувала в західному світі часів розповсюдження книгодрукування. Лібертаризм (фр. *libertarisme*) – політична ідеологія, в основі якої лежить заборона на “агресивне насильство”, тобто заборона на застосування сили або загрози до іншої особи, або її майна, всупереч волі цієї особи. Заборона на агресивне насильство є правовою, а не етичною. Інакше кажучи, лібертаріанство має на увазі, що порушення даної заборони повинні переслідуватися в судовому порядку. При цьому воно не дає вказівок для конкретних вчинків людей. У зв'язку із зазначеним, лібертаріанство не є етичною системою. Воно подібне за різними поглядами на мораль: від консерватизму, який підтримує численні самообмеження, до лібертаризму, що відкидає будь-які моральні обмеження. Лібертаріанський світогляд сприймає особистість як мету суспільства і стверджує, що людина як духовний організм здатна організувати світ навколо себе й приймати рішення, які відповідають її інтересам; людина постала основою цивілізації та руйнівною силою [8, с. 67]. Лібертаріанська концепція відводить засобам масової інформації три основні функції: інформувати, розважати, обнародувати всі відомі факти й думки, забезпечуючи інформаційну багатоголосість як умову пошуку істини і вирішення різних політичних і соціальних проблем. Державі відводиться переважно лише роль адресата медіа повідомлень як об'єктивних, так і помилкових. Наявність останніх в інформаційному потоці вважається неминучою і адміністративно втручаючись у медіа діяльність визнавалося допустимим лише в аспекті захисту прав особистості, порушених засобами масової інформації.

Теоретично держава завжди має механізми впливу на пресу: як правило, в її віданні знаходиться поштова служба, яка, розповсюджуючи засоби масової інформації, телефон і телеграф, забезпечує оперативну передачу новин і держава контролює імпорту і експорту, нарешті, установлює податки. Проте лібертаріанська концепція допускає контроль не державний, а досить неформального типу”, який здійснюється “через вільну конкуренцію на ринку інформації, думок і розваг”; держава зобов'язана обов'язково забезпечувати “вільним силам індивідуалізму” взаємодію між собою [8, с. 68]. З другого боку, преса вільна здійснювати позасудовий контроль над керівництвом з метою забезпечення демократії. Розвиток демократії забезпечив у XX ст. поступову відмову від лібертаріанської концепції. Справа в тому, що лібертаріанство не постулює право спільноти на інформацію і не вимагає від видавця (редакції) певних моральних зобов'язань, тоді як сучасне розуміння свободи передбачає, що остання несе з собою відповідні обов'язки. Так з'явилася теорія соціальної відповідальності, в рамках якої перед засобами масової інформації ставляться такі завдання:

- обслуговування політичної системи за допомогою забезпечення інформації; обговорення і полеміка з соціальних питань;
- освідчення публіки з метою підвищення її здатності до управління;
- дотримання прав особистості;

– обслуговування економічної системи (пріоритетна роль відводиться рекламі);

– надання розваг;

– підтримка власної фінансової самодостатності, яка заважає сторонньому зацікавленому тиску [8, с. 113].

У сучасних міжнародних документах підкреслюється “подвійна функція друку”, яка полягає у тому, щоб, з одного боку, розповсюджувати інформацію та ідеї питань, які викликають суспільний інтерес, а з другого – здійснювати нагляд за діяльністю держави. Концепція соціальної відповідальності висуває п’ять вимог щодо діяльності преси:

– засоби масової інформації, відокремлюючи факти від думок, пропонують вичерпний звіт;

– засоби масової інформації є трибуною для обміну зауважень і думок;

– засоби масової інформації відображають позиції та інтереси всіх соціальних верств суспільства;

– засоби масової інформації надають і роз’яснюють завдання суспільства, його цінностей;

– засоби масової інформації забезпечують своїй аудиторії повний доступ до отриманої інформації.

З початку 90-х рр. ХХ ст. якісні зміни на телебаченні здійснювалися в напрямку розвитку регіонального мовлення, вивчення зарубіжного досвіду в аспектах ефективного програмування, зміцнення зв’язку з аудиторією, оновлення жанрів передач і прийомів роботи. Більш демократичною стає сама робота обстановки, чому сприяли вибори редакційно-художньої ради, конкурси й тарифікація творчих працівників тощо.

Час вимагає шукати нові інтонації, освоювати нові елементи внутрішньої структури телевізійних трансляцій. Поряд із загальнодержавною телепрограмою, якій відводиться статус загальнополітичної, інформаційної, культурно-просвітницької і художньої, покликаної здійснювати всі функції телевізійного мовлення, виділяються як регіональна, з передачами місцевих студій у мережі мовлення, навчально-освітня, науково-популярна, інформаційна з широким використанням матеріалів про міжнародне життя і події в країні, які надходять із супутникових і наземних каналів зв’язку.

Новим явищем у культурно-освітній реальності з початку 90-х років стали експериментальні молодіжні випуски та їх позаштатні редколегії, які виявилися недовговічними. Зрозуміло, що компромісне існування в рамках основного видання не може бути занадто довгим і в межах повинно розглядатись як етап на шляху виникнення нових джерел існування інформації. Молодіжні випуски, зберігаючи приналежність певним організаційним структурам, зовсім не керувалися їх завданнями і програмами, виступаючи швидше їх альтернативою і вносячи немало свого, що стосується тем, проблем, форм подачі, жанрів тощо. Врешті-решт, результати вплинули на облік програм в цілому, змусивши і їх змінюватися, шукати нові інтонації, освоювати нові елементи внутрішньої структури.

Особливої уваги в культурно-освітній реальності заслуговують дитячі телевізійні передачі, відеопродукція та періодика. Вони є дієвим фактором системи соціалізації особистості, виконують просвітницьку і виховну роботу, заповнюють

відповідним змістом матеріали і виконують свої організаційні функції, здійснюючи практичну допомогу дитячим закладам, виступаючи з ініціативами суспільно-корисних заходів з елементами творчості. Так, проблема естетичного виховання вирішується через тематичні рубрики і конкретні рекомендації (дії) щодо озеленення вулиць, вирощування овочів, охорони рік, озер, догляд за тваринами. Значна кількість матеріалів присвячується дитячій і молодіжній культурно-освітній реальності.

Сьогодні практичну спрямованість формування особистості, її ідентифікації, соціалізації і естетичного виховання здійснюють благодійні центри при редакціях і редколегіях, сприяючи розвитку пізнавального інтересу та творчих уподобань і вмінь підлітків. Також піднімаються проблеми добра, чесності, справедливості, великодушності, розповіді про православні та народні традиції. Це, зокрема, такі журнали, як “Малютко”. У ньому є традиційні рубрики “Калинове віконце”, “Прочитай сам”, “Ми – маленькі українці”. З’являються і православні видання. Зокрема, Харківська єпархія видає дитячий пізнавальний журнал “Капельки”. Він є духовним орієнтиром для дітей, допомагає корегувати їх інтереси. Дитяча періодика стає унікальним засобом для вираження власної думки юних читачів, які розмірковують про політику, суспільство, сенс життя, майбутню професію, свої права й обов’язки. У дитячих виданнях помітно збільшилася кількість матеріалів з елементами гри, які моделюють реальні проблеми дорослої практичної діяльності. Включаючись в тести, вікторини, конкурси, турніри, які проводились газетами і журналами, юні читачі тим самим брали участь в підготовці майбутніх номерів – придумували теми, рубрики, назви, нові ігрові ситуації і т.д.

Відчутним стало зближення дитячих видань з наукою. Дитячі видання використовувались як унікальний засіб популяризації серед дітей основ сучасних наукових знань. З’явилися видання, повністю присвячені розповсюдженню серед дитячої аудиторії в доступній формі основ сучасної науки, інформації про новітні досягнення і відкриття в різних сферах знання. У журналах для дітей публікується різноманітна науково-популярна інформація, приділяють увагу фундаментальним науковим питанням, дають практичні поради і методичні рекомендації юним лінгвістам, технікам, біологам і т.д.

Зокрема, привертає нашу увагу науково-популярний природничий журнал для дітей “Колосок”, заснований у 2006 році Львівським інститутом освіти. Це видання містить цікаві рубрики “Наука і техніка”, “Жива природа”, “Планета Земля”, “Про все на світі”, “Літературна сторінка”. Цей журнал знайомить дітей доступно з історією науки. Свої знання учні можуть продемонструвати, взявши участь у Міжнародному природничому інтерактивному конкурсі “Колосок”.

Останнім часом з’явилася ціла низка журналів з різних галузей науки. Це, наприклад, “Географія для допитливих”, “Біологія для допитливих”. Дивовижні факти, наукові відкриття, пригоди дослідників, загадки природи – все це відкривається у зазначених дитячих журналах. Популяризація фізики для учених, студентів, школярів висвітлюється у виданні “Світ фізики”. “Історія для допитливих” – кольоровий журнал для

школярів, які цікавляться історією. Сучасний погляд у минуле, різні точки зору, дивовижні факти, загадки історії, біографії відомих істориків – і це не весь перелік матеріалу цього видання. Цікаво, зрозуміло з різних галузей науки розповідають учені в журналах “Країна знань”, “Науковий світ” та ін.

Значний сьогоденний потік дитячих розважальних журналів несе в собі не тільки пізнавальну інформацію, але, на жаль, і багато негативу. Деякі з видань носять агресивний характер. Наприклад, на сторінках журналу “Сорміті” комікси нам відверто демонструють насилля, а вислови персонажів це підтверджують. Наведемо цитату із журналу: “Едва завидев противника, зловещий воин извергает из пальцев потоки адского пламени, сжигающее все на своем пути...”, “Дьявофеникс, владыка воздуха. Никто не устоит на пути владык зла. Будьте вы прокляты”. Автори таких сцен звертаються до образів фантастики, містики, “об’єктивного зла”. Демон, страховисько мають яскраво виражену індивідуальність. Звідси, криваві картини, відверті сцени насилля.

Теорія соціальної відповідальності, яка базується на позитивній “свободі для чогось” нині є вельми актуальною в контексті культурно-освітньої реальності інформаційного суспільства. Вона констатує ідеологічну, політичну й економічну залежність ЗМІ і преси від її власників, начебто “балансуючи” це положення твердженням необхідності соціально відповідальної діяльності ЗМІ, яка повинна здійснюватися в умовах різних форм соціального регулювання, в тому числі в контексті норм професійної етики. В останнє десятиліття ХХ століття змінився погляд на проблему взаємовідносин засобів масової інформації з аудиторією: читач і глядач визнаються суб’єктами взаємодії, взаємовпливу в процесі виховання. Думка читача і глядача впливає на форму, зміст, техніку подачі інформації і навіть на економічне благополуччя галузі.

Отже, сьогодні ми гостро відчуваємо панівний вплив медіа-культури на соціальне життя особистості, на вибір ціннісних пріоритетів, на формування свідомості багатьох людей. Саме роль освіти й культури полягає в тому, щоб спрямувати особистість щодо виокреслення культурних цінностей у медійному просторі.

Список використаних джерел

1. Браун С. “Мозаика” и “Всемирная паутина” для доступа к Internet / С.Браун / [пер. с англ.]. – М.: Мир: малип: СК Пресс, 2008. – 167 с.
2. Бурдые П. О телевидении и журналистике / П.Бурдые / Пер. с фр. Н.Шматко. – М.: Фонд научных исследований “Прагматика культуры”, 2002. – 160 с.
3. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М.Кастельс. – М.: У–факториал, 2011. – 327 с.
4. Луман Н. Реальность масс–медиа / Н.Луман. – Отечественные записки, 2003. – №4.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: внешнее расширение человека / М.Маклюэн. – М.: Канон–Пресс / Кусково поле, 2003.
6. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право. Общество и национальная идентичность / М.Прайс. – М.: Изд. Моск. ун–та, 2000.
7. Рашкофф Д. Медиа вирус! Как поп–культура тайно воздействует на ваше сознание / Д.Рашкофф. – М.: “Ультар–культура”, 2003.
8. Сиберт Фред С. Четыре теории прессы / Фред С. Сиберт, Уилбур Шрам. Теодор Питерсон. – М.: Национальный институт Пресс; Издательство “Вагрюс”, 1998. – 223 с.

References

1. Braun S. “Mozaika” i “Vsemirnaja pautina” dlja dostupa k Internet: Per. s angl. / S.Braun. – M.: Mir: malip: SK Press, 2008. – 167 s.
2. Burd’e P. O televidenii i dsurnalistike / Per. s fr. N.Shmatko / P.Burd’e. – M.: Fond nauuchnyh issledovanij “Pragmatika kulturny”, 2002. – 160 s.
3. Kastels M. Galaktika Internet. Razmyshlenij ob Internetе, biznese i obshestve / M.Kastels. – M.: U–faktorial, 2011. – 327 s.
4. Luman N. Realnyst mass–media / N.Luman. – Otechestvennye zapiski, 2003. – №4.
5. Maklyen M. Ponimanie media: vneshnee rasshirenie cheloveka / M.Maklyen. – M.: Kanon–Press, Kuskovo pole, 2003.
6. Televidenie telekommunikazii i perehodnyj period: pravo. Obshestvo i nazionalnaj identichnost / M.Prays. – M.: Izd. Mosk. un–ta, 2000.
7. Rachkoff D. Media virus! Kak pop–kulturna tayno vozdeystvuet na vashe soznanie / D.Rachkoff. – M.: “Ultr–kulturna”, 2003.
8. Sibert Fred S. Chetyre teorii pressy / Fred S. Sibert, Uilbur Chram. Teodor Piterson. – M.: Nazionalny institut Press; Izdatelstvo “Vagrius”, 1998. – 223 s.

Karpets L. A., candidate of philology, professor of Ukrainian and foreign languages department, Kharkov State Academy of Physical Culture (Ukraine, Kharkov), lubov.karpec@mail.ru

Dynamics of cultural–educational reality in informative society

The article deals with cultural–educational reality and its compact on the person’s world outlook. TV technologies form the world view of millions of people every day. That is why the problems of cultural and educational reality are actual now days. Analyzed here are the features of media–culture and its diverse forms. Practically all modern films and films in several parts and even cartoons feature video–information of robbery, so called “TV–violence”, uniting demonstration of inflicting form or damage to characters of TV programs, films. It is revealed, that function and meaning of mass–media are realized as whole in three conceptions: authoritarian, libertarian and theory of social responsibility.

Keywords: cultural–educational reality, media culture, informative society, telecommunication technology, “TV–violence”, informative shortage, telebroadcasting, internet, periodicals.

Карпец Л. А., кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой украинского и иностранных языков, Харьковская государственная академия физической культуры (Украина, Харьков), lubov.karpec@mail.ru

Динамика культурно–образовательной реальности в информационном обществе

Рассматривается культурно–образовательная реальность и её влияние на мировоззрение личности. Телевизионные технологии каждый день формируют мировоззрение миллионов людей. Поэтому вопрос культурно–образовательной реальности является сегодня актуальным. Анализируются особенности медиа–культуры и её разнообразные формы. Практически во всех современных сериалах, фильмах и даже мультфильмах существует видеоинформация разбоя, так называемое “телевизионное насилие”, объединяющее в себе демонстрацию нанесения вреда или ущерба персонажам телевизионных программ, фильмов. Показано, что функция и смысл mass–media в целом реализуется по трем концепциям: авторитарной, либертарианской и теории социальной ответственности.

Ключевые слова: культурно–образовательная реальность, медиа–культура, информационное общество, телекоммуникационные технологии, “телевизионное насилие”, “информационный голод”, телеэфир, интернет, периодика.

* * *

УДК 130.122:37.013

Овчаренко Н. В.

здобувач, Дніпропетровський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти (Україна, Дніпропетровськ), yu_h@inbox.ru

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДОЛОГІЇ АНАЛІЗУ ФІЛОСОФСЬКО–ОСВІТНЬОГО ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ “САМОРЕАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ”

Аналізується філософсько–освітній зміст поняття “самореалізація особистості. На основі міждисциплінарної методології філософії освіти, психології особистості, теорії особистісного саморозвитку обґрунтовано необхідність розширення змісту даного поняття для аналізу освітнього процесу пост сучасного зразка. Показано, що самореалізація особистості є