

*Драпогуз В. П., кандидат філософських наук, доцент, Центр гуманітарного образования НАН України (Україна, Київ), drapohuz@gmail.com*

#### Основные формы экстраполяции как метода социального познания

*Раскрываются основные формы экстраполяции как метода социального познания: пророчество, утопия, прогноз. Отмечается ябощее для разных наук значение понятия экстраполяции. Акцентировано внимание на раскрытие значения экстраполяции в социогуманитарных науках.*

**Ключевые слова:** экстраполяция, какуниверсальный метод предсказания и прогнозирования, пророчество, утопия, прогноз, метод, социальное познание.

\* \* \*

УДК 130.122+316.77

**Стецюра К. О.**

викладач кафедри філософії, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут" (Україна, Київ), katerny.stetsura@gmail.com

#### МЕДІА КАРТИНА СВІТУ ЯК МАТРИЦЯ КОНСТРУЮВАННЯ ОСОБИСТОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*Досліджено феномен медіа картини світу у контексті його генетичного зв'язку з картиною світу та становленням медіакультури як домінуючої форми культури інформаційного суспільства. Дослідження побудовано на основі психолінгвістичного, лінгвофілософського (І.В.Анненкова, І.А.Рогозіна та ін.) та соціально-філософського підходу (К.Вульф, М.Гайдеггер, Л.Стародубцева тощо) до виявлення суті медіа картини світу як міждисциплінарного предмету наукового інтересу. Увагу сконцентровано на окресленні меж та сутності поняття медіа картина світу як нової інтерпретаційно-орієнтаційної системи особистості, визначення форм та контекстів побутування медіа картини світу у соціально-філософському дискурсі. Визначено форми буття медіа картини світу (за критерієм наближення до реальності та за критерієм актуалізованості), а також виділено контексти як значимі смислові координати її формування та вектору конструювання особистості. У висновку підкреслено інтегруючу та інтерпретаційну роль медіа картини світу у системі "людина-медіакультура".*

**Ключові слова:** медіа картина світу, картина світу, медіакультура, медіа, медіареальність.

Із розвитком інформаційних технологій відбувається все більш відчутна диверсифікація форм відображення реальності, ускладнюється характер кореляції змістовних і формальних структур відображуваних образів та схем. Вступ розвинутих країн в епоху глобальної інформаційної революції, становлення медіа-індустрії, медіакультури, заснованих на застосуванні нових інформаційних технологій у масовій та міжособистісній комунікації, призводить до накопичення специфічного продукту їх (інформаційних технологій) впровадження – глобальної картини світу, яка вільно конвертується споживачами медіакультури. Медіа не лише ретранслюють цінності, але і формують ціннісно-оціночну парадигму, що дозволяє говорити, що така діяльність медіа може бути розглянута як діяльність по створенню картини світу. "...масова комунікація, будучи складним, багатоаспектним феноменом, є не просто сферою споживання інформаційного продукту і розваги, а й одним з тих просторів, в яких люди створюють і поділяють життєві орієнтири, цінності, знання, що в сукупності зумовлює не тільки їх інформаційну обізнаність та оцінку актуальних подій, але і їх повсякденне життя і картину світу" [0,с.13]. Отже, у контексті сьогодишньої інформатизації та глобалізації актуалізується суспільний запит та відродження інтелектуальної зацікавленості до дослідження проблеми картини світу, зокрема такого явища як медіа картина світу.

Проблема медіа картини світу, будучи на сьогодні досить мало розробленою, все ж ставала центральною для досліджень цілого ряду науковців. Тож у сучасній гуманітарній теорії питання специфіки та статусу картини світу, яка формується медіа, є релевантним. На цей рахунок (статусу сутності картини світу, яка формується медіа) існують різні точки зору, які, як правило, не виключають одна одну, а дозволяють більш точно підійти до інтерпретації та опису медіакультури в цілому та її впливу на соціум. Дослідники виділяють різні типи картин світу – медіа картина світу (І. В. Анненкова[0], І. А. Рогозіна[0]), публіцистична картина світу (Г. Я. Солганік[0]), журналістська картина світу (В. Д. Мансурова[0]), медіа-рекламна картина світу (О. М. Єжова [0]), телевізійна картина світу (М. В. Луков[0], А. О. Новікова [0]) тощо. Всі вони мають пряме відношення до медіа, корелюють між собою, однак, на наш погляд, не всі з них є вичерпними та повною мірою відображають сутність сьогодишніх інноваційних процесів у медіа сфері. На думку автора, найбільш інтегруючим та універсальним поняттям слід вважати категорію "медіа картина світу", яка охоплює осмислення картини світу, яка продукується на рівні всіх видів медіа та віддзеркалює всі особливості, притаманні картині світу медіакультурної епохи.

Феномен, який сьогодні ми називаємо картиною світу, згідно тлумачення у рамках культурологічних досліджень має історію існування довжиною в історію існування людства. Формування найперших картин світу корелює у часі із процесом антропогенезу. У той же час предметом філософського дискурсу вона стає не так давно. І до сьогодишнього дня дефініція картини світу залишається у процесі становлення. У рамках соціальної філософії, філософії та філософії культури прийнято вважати, що поняття "картина світу", що означає світ, зрозумілий як картина, тобто глобальний образ світу, виникає в Новий час, в той момент історії, коли об'єктивізм вперше досягає найвищої точки, а людина починає визначати себе в якості суб'єкта, тобто центру системи, "точки відліку" для сущого як такого.

В антропології Л.Вайсбергер трактує поняття картини світу як "систему інтуїтивних уявлень про реальність". У М.Гайдегера картина світу – "зображення світу ... світооснова незалежно від того, як мислиться її ставлення до світу" [Ошибки! Источник ссылки не найден.,с.49]. У російській філософії у А. П. Валицького картина світу – "це спосіб систематизації сучасного знання, інструмент вивчення історії культур, інструмент моделювання реальності" [0,с.94]. "У багатьох роботах останніх років, – підкреслює Б. С.Мейлах, – "картина світу" трактується як результат всебічного пізнання дійсності, детермінованою рівнем розвитку культури, науки, техніки і мистецтва" [0,с. 119]. Таким чином, поняття "картина світу" виступає як універсальна категорія. Воно виражає те уявлення про світ, яке складається у свідомості людей на основі всіх досягнутих знань, на всіх рівнях і у всіх формах освоєння світу протягом усіх етапів розвитку людства.

У контексті медіакультурних трансформацій у суспільній свідомості та все більшій залежності людства від інформаційної складової його побутування актуалізується гайдеггерівське трактування картини

світу. М. Гайдеггер у роботі “Час картини світу” [0] стверджує, що картина світу як така з’являється у Європі XVII–XVIII століття і говорити про середньовічну і тим більше античну картину світу не має сенсу, так як поява картини світу пов’язана із формуванням установки на зображення, відображення світу, “розміщення світу перед собою” [0,с.43]. Картина світу, на його думку, це не копія, не дзеркальне відображення світу, це “поставленість перед собою сутнісного”: мати картину світу означає “поставити перед собою саме сутнісне так, як з ним йде справа, і так поставленим мати його перед собою постійно” [0,с.44]. Але найбільше картину світу визначає її спрямованість на людину: сутнісне стає таким, тільки знаходячись у просторі людини, її інтересів та потреб. Таким чином, картина світу стає можливою тільки у Новий час і не раніше, адже лише тоді людина стає сцену буття, стає суб’єктом. Як зазначає Гайдеггер М., “Перетворення світу у картину є тим самим процесом, що і перетворення людини всередині суцього у *subiectum*” [0,с.53]. Людина отримує особливий статус, ставлячи опредметнене суще у залежність від себе, що лягає в основу установку на підкорення оточуючого світу та формування індустріальної культури на основі науково-технічних досягнень. І. А. Режабек та А. А. Філатова узагальнюють досягнення М.Гайдеггера, зазначаючи, що відношення людини та картини світу у концепції філософа втілюються у наступному “людина зображує картину світу; людина розуміє світ як картину; світ перетворюється у картину; людина підкорює світ як картину” [0,с.249].

Отже, з факту настання “часу картини світу” (М. Гайдеггер), коли став утверджуватися пріоритет “інструментального розуму” (Гегель) в культурі, пріоритет зосередженості на “зовнішній” стороні суцього, з факту розпочатого відчуження освітянського самосвідомості від світу як “творіння Божого”, з факту протиставлення людиною себе так званій “об’єктивній реальності” був запущений механізм розвитку цивілізації, з неминучістю веде до формування суспільства, де інформація та медіа стають вирішальними факторами розвитку та існування, де починає формуватися нова картина світу.

В цілому, “у сучасній науково-теоретичній парадигмі картина світу інтерпретується в трьох основних параметрах: а) як глобальний образ світу, б) як інструмент пізнання; в) як теоретичний конструкт-модель” [0,с.5], де глобальний образ світу сформований шляхом предметної діяльності людини. Врахувавши найзагальніше визначення картини світу як системи знань та уявлень людини про світ, можна запевнитись, що і медіа картина світу – це система знань та уявлень про світ з необхідним уточненням про те, що вони продукуються в процесі не всіх видів діяльності людини, а лише внаслідок особливої безперервної комунікаційної діяльності індивідів, здійснюваної за допомогою медіа і у просторі медіа, які виступають символічною системою посередництва та моделювання.

Медіа картина світу одночасно існує у двох формах (за роботами І. В. Рогозіної[0;0]) – перетвореній (медіа реальність) та ментальній (модель медіареальності). Тобто медіа картина завжди має дуальний характер. “Медіа картина світу – це також такий тип реальності,

який репрезентований всією безліччю медіа-текстів, сконструйованих відповідно до особливостей протікання ментальних процесів сприйняття текстової (вербально-авербальної) реальності у реципієнта. Одночасно медіа картина світу – результат діяльності з моделювання подій і явищ навколишнього світу. Діяльність такого роду пов’язана з активним перетворенням реальності і конструюванням нової реальності – медіа-реальності”[0]. Схожі думки звучать і у В. Д.Мансурові: “Відображаючи мовно-поддієву і ірраціональну реальності, картина світу, відтворена журналістикою (*це стосується і медіа картини світу – прим. автора*), створює особливий тип соціокультурної реальності. Саме в цій реальності існують знаки та інформація, текст і гіпертекст, “симулякри” культури, які опосередковують соціальні процеси в суспільстві”[0,с.4].

Так, соціальна реальність інтеріоризується індивідом і далі екстеріоризується у медіа реальність (перша форма медіа картини світу за І. В.Рогозіною),а медіа реальність знову інтеріоризується у медіа картину світу індивіда. Слідуючи за думкою німецького філософа та антрополога К.Вульфа, індивідуальна картина світу визначається “по-перше, колективним уявним його культури (*в нашому випадку – першим рівнем медіа картини світу – медіа реальністю, глобальним медіатекстом – прим. автора*), по-друге, єдиністю та неповторністю образів, які виникають у його індивідуальній історії, і, нарешті, взаємним перетинанням і взаємопроникненням колективного та індивідуального світів” [0,с.130]. У той же час істинність особистісної картини світу перевіряється на практиці після включення в систему об’єктивування знання. Індивідуальна картина світу – це ціннісне ставлення до досліджуваної дійсності. Вона не існує, якщо не оцінюється об’єкт з певних позицій, установок, особистісного розуміння. При становленні індивідуальної картини світу особлива роль відводиться розумінню. Цей процес носить контекстуальний характер. Текст як відображення законів природи, явищ, має і контекст – як міра прийняття особистістю. “Індивідуальна картина світу невіддільна від суб’єкта-індивіда, занурена в ціннісно-сміслову структуру його свідомості” [0,с.93].Отже, можна говорити про два види медіа картини світу – загальну (універсальну) медіа картину світу та особистісну (індивідуальну) медіа картину світу.

Таким чином, у найбільш загальному вигляді на основі описаних досліджень ми можемо визначити, що *медіа картина світу – це система знань, інтерпретацій та ціннісних орієнтацій людини про світ, яка має дуальний характер, існує у формі медіатекстів і формується у результаті безперервної інформаційної діяльності людини завдяки моделюючому потенціалу людського мислення, мови та медіа.*

Із всього вище зазначеного очевидним є, що суб’єктом медіа картини світу є людина, особистість як частина медіа середовища, як елемент глобального медіа-розуму, як людина медіакультури. Медіа-комунікація поглинула окремо взятую людину, повідомлення стало значимим за умови його “вписування” у загальний медіаконтекст, стало помітним за умови доцільності для медіа-системи в

цілому. В іншому випадку воно “тане” у мерехтінні безкінечних образів та повідомлень, які відходять у медіа-небуття. Особливе значення набуває увага. Все, що не привертає увагу споживача залишається “за бортом” медіа-світу. Це підштовхує нас до думки, що медіа картина світу як медіареальність існує в актуальній, неактуальній та неактуалізованій формі. Актуальна медіа картина світу – це світ “тут–і–зараз”, вона утворена повідомленнями, текстами, які концентрують на собі найбільше уваги, набувають найбільшого суспільного резонансу, набувають найбільшої популярності – вони найбільш сугестивні, пластичні, перетікаючи одне в одного, безперервно мінливої форми, безперервно тиражовані. Саме “вписування” у таку медіа картину світу є найпершим завданням політтехнологів, рекламистів, маркетологів. Неактуалізована картина світу вміщає все, що продукується у медіа-просторі “тут–і–зараз”, але не потрапляє у дискурс популярності, залишається на узбіччі порядку денного, стаючи об’єктом інтересу окремих індивідів, занурених у специфіку тематики даного тексту. І неактуальна медіа картина світу – це медіа-пам’ять, як її визначає харківська дослідниця Л. В. Стародубцева, – “імперсональний віртуальний архів електронних двійників, який відійшов у небуття реальності всесвітнього тотума”, “байдужа, неприкаяно–повсюдна, мета–історична крос–культурна пам’ять глобалізуючого світу” [0, с.13].

Поглибити розуміння медіа картини світу можна через з’ясування контекстів, які детермінують формування медіа картини світу, її видів, особливих характеристик та функцій. На наш погляд, можна виділити декілька основних контекстів, які визначають існування медіа картини світу як на рівні людства в цілому, певної спільноти, так і окремого індивіда, – це соціальний, етнокультурний, історичний та медійний контексти. Вони є досить простими і зрозумілими. Так, *соціальний* контекст вказує на те, що медіа картина світу вбирає в себе та репрезентує особливості соціального життя, все різноманіття соціальних процесів у їх багатомірності та складності. Медіа картина світу є поліфункціональною системою, якості якої задаються більш широкою системою – соціальною – “процеси, що відбуваються в кожній системі соціальної діяльності, визначаються в кінцевому рахунку тим, що вона здійснює певну функцію в більш широкому цілому” [0, с.165].

Медіа картина може існувати лише у просторово–часових координатах певного *історично–культурного* виміру, тобто кожному історичному періоду властиві свої способи переживання та конструювання світу, які набувають конкретних форм у рамках діяльності конкретних народів, етносів. Даний контекст можна ще назвати контекстометосу, який включає в себе весь спектр культурних та ментальних доміант того суспільства, в якому побутує медіа дискурс в конкретний момент часу.

Медіа картина світу набуває своїх особливостей також в залежності від специфіки самої *медіа–системи*, яка її продукує. Тобто функціонування, буття медіа визначають характерні ознаки медіа картини світу, а саме її дискретність, розірваність та мозаїчність. Та не всі дослідники притримуються такої точки зору. Т.Г.

Добросклонська, основоположниця медіалінгвістики в Росії, зазначає, що ЗМІ створюють “впорядковану картину світу – щоденне оновлення новинного потоку, наповнення актуальним змістом стійких форматних осередків дозволяє, з одного боку, побачити інформаційну картину світу в динаміці, а з іншого, підкреслює стійкість, впорядкованість її внутрішніх структурно–тематичних зв’язків” [0, с.184].

Медіа картина світу формується різними медіа, які представляють її варіанти, є її функціонально–прагматичними модулями: телекартина світу, радіокартину світу, картину світу, що репрезентується пресою, а в зв’язку з розвитком системи Інтернету закладаються основи віртуальної картини світу. “Співіснування різних картин світу, формуються в процесі масової комунікації (публіцистичної, журналістської, медіа картини, телевізійної картини світу та ін.), стає реалією сучасного світу мас–медіа” [0, с.26]. Отже, медіа картина світу існує у своїх варіантах, а через них представлена в медіа–текстах.

Поняття медіа картини світу є складно формалізованим, адже має багато нюансів, винятків. Продемонструємо дану думку на роботі з одним із тлумачень даного феномену. Так, І.В. Рогозіна у своїй дисертації “Медіа картина світу: когнітивно–семіотичний аспект” [0] формулює декілька визначень поняття “медіа картина світу”. Відповідно до одного із них “медіа картина світу може розглядатись як особливий тип реальності – медіа–реальності, в якій специфічними медійними засобами соціально символізується ментальна пізнавальна діяльність індивідів–продуцентів, що виражається в екстерналізації результатів їх мислення, їх наступної мультиплікації та трансляції на масові аудиторії” [0, с.130]. Дане визначення, на наш погляд, має бути допрацьоване з урахуванням декількох нюансів. По–перше, дефініція медіа картини світу має включати тезу про детермінованість її особливостей специфікою медіакультури в цілому. По–друге, важливо розуміти, що медіа–продуцентом і медіа–рецепієнтом часто може виступати один і той самий індивід, особливо коли мова йде про нові медіа, в першу чергу, про соціальні медіа. Зокрема, це зумовлює також і те, що аудиторію медіа–продукту не завжди можна характеризувати як масову, скоріше, можна говорити про, як правило, масову, переважно масову у той же час не забуваючи про те, що важливим аспектом є переважна публічність та доступність інформації, яка продукується у медіапросторі. Отже, для подальшого формулювання дефініції та визначення особливостей медіа картини світу нам знадобляться тези про те, що медіа накладають відбиток на мислення людини і відповідно на форму, структуру, архітектуру медіа картини світу, а також про не обов’язковий масовий характер аудиторії (адже картина світу також формується і при міжособистісному спілкуванні) та потенціальну публічність поширюваної інформації.

У реальному процесі смислового конструювання (особистої / індивідуальної) картини світу окремою людиною всі її окремі області та рівні тісно переплітаються, іноді підтримуючи, іноді конфронтуючи між собою. Основне завдання такої картини світу – інтегрувати різноманітний людський

досвід і надати йому смислову цілісність. Як писав з цього приводу великий мислитель ХХ ст. А.Ейнштейн, “кожній людині властиво прагнення якимсь адекватним способом створити в собі просту і ясну картину світу для того, щоб відірватися від світу відчуттів, щоб до певної міри спробувати замінити цей світ створеною таким чином картиною. Цим займаються художник, поет, теоретизує філософ і природознавець, кожен по-своєму. На цю картину і її оформлення людина переносить центр ваги свого духовного життя, щоб у ній знайти спокій і впевненість...” [0, с. 1].

Набуваючи все більшої значущості у когнітивному та аксіологічному вимірі суспільства, медіа картина світу, з однієї сторони виступає як картина світу відповідна загальнокультурній картині світу (як медіакультура є складовою культури, так медіа картина світу є складовою культурної картини світу і має культурспецифічний характер), з іншої – інтерпретує та інтегрує в єдиний аксіо-когнітивний комплекс культурну та науково-філософську картини світу. Така специфіка медіа картини світу задає нові вектори розвитку соціокультурної сфери суспільства: пропонує нові когнітивні механізми освоєння та інтерпретації дійсності та створює небезпеки щодо поверховості та вседоступності всього при безпосередньому освоєнні медіа картини світу, що вказує на необхідність напрацювання відповідних захисних та адаптаційних механізмів. Тож медіа картина світу потребує все більшої уваги у контексті визначення стратегій адаптації людства до викликів епохи господарювання медіа. “Лавиноподібно наростаюча швидкість поширення “медіапохідних” – знак часу, суть якого в тому, що соціальні, культурні та екологічні наслідки, вироблені новими медіа, а також перехід ними кордонів, окреслених старими медіа (а значить і смислами), перевищили критичну масу новачів і підвели до нової стадії розвитку людини ... З кожним новим відкриттям у галузі медіа створюється нова картина світу, в якій інакше структурується простір і час, конститується суб’єкт і актуальні способи самоідентифікації людини” [0, с. 7].

#### Список використаних джерел

1. Анненкова І. В. Медиадискурс в фокусе неориторики [Текст] / И. В. Анненкова // Журналистика и медиаобразование – 2010: Сб. тр. IV Международной научно-практической конференции (Белгород, 22–24 сентября 2010 г.) [Под ред. проф. А. П. Короченского, проф. М. Ю. Казак.]. – Белгород: Изд-во “БелГУ”, 2010. – С.354–360.
2. Анненкова И. В. Об одной константе текстов СМИ: к постановке вопроса о риторической модальности [Текст] / И.В. Анненкова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2009. – С.39–42.
3. Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель: лингвофилософский аспект: автореф. дис. ... д-ра филол. наук [Электронный ресурс] / Анненкова И. В. – М., 2012. – 60 с. – Режим доступа: <http://www.dissers.ru/avtoreferati-dissertatsii-filologiya/a47.php>
4. Валицкая А. П. Новая школа России: культуротворческая модель: Монография [Текст] / А. П. Валицкая [Под ред. В. В. Макаева]. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена. – 146 с.
5. Вульф К. Homo pictor или возникновение человека из воображения [Текст] / Вульф К. // Вестник Самарской Гуманитарной академии. Серия “Философия. Филология”. – 2008. – №1 (3). – С.121–136.
6. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереотипное [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.

7. Ежова Е. Н. Медиа-рекламная картина мира: структура, семиотика, каналы трансляции: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: спец. 10.01.10 “Журналистика” [Текст] / Е. Н. Ежова; [Старов. гос. ун-т]. – Воронеж, 2010. – 57 с.

8. Казыдуб Н. Н. Дискурсивное пространство как фрагмент языковой картины мира (теоретическая модель): автореф. дис. ... д-ра филол. наук [Текст] / Н.Н. Казыдуб. – Иркутск, 2006. – 34 с.

9. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования [Текст] / Е.А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – №12. – Т.6. – С.13–21.

10. Луков М. В. Телевидение: телевизионная картина мира [Электронный ресурс] / М. В. Луков. – Режим доступа: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/4/Lukov\\_TV\\_World-view/](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/4/Lukov_TV_World-view/)

11. Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как тип социокультурной реальности: автореф. дис. док. филос. наук: 09.00.11 [Текст] / В.Д. Мансурова. – Барнаул, 2003. – 40 с.

12. Медиафилософия. Основные проблемы и понятия: Мат-льмеждународ. науч. конф. “Медиа как предмет философии” [Текст] / Под ред. В. В. Савчука. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2008. – 346 с.

13. Мейлах Б. С. Философия искусства и художественная картина мира [Текст] / Б. С. Мейлах // Вопросы философии. – 1983. – №7. – С.116–125.

14. Новикова А. А. Телевизионная картина мира как объект исследования [Текст] / А. А. Новикова // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Филологические науки. – 2012. – №13 (93). – С.217–226.

15. Режабек Е.Я. Когнитивная культурология [Текст] / Е. Я. Режабек, А. А. Филатова. – СПб.: Алетейя, 2010. – 316 с.

16. Рогозина И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 [Текст] / И. В. Рогозина. – Барнаул, 2003. – 430 с.

17. Рогозина И.В. Функции и структура медиа-картины мира [Электронный ресурс] / Рогозина И.В. // Методология современной психолингвистики: Сборник статей. – Москва; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/417871/>

18. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира [Текст] / Г. Я. Солганик // Публицистика и информация в современном обществе / под общ.ред. Г. Я. Солганика. – М.: МГУ, 2000. – С.14–15.

19. Стародубцева Л. В. TotalRecall vs. Delete: Паноптикон цифровой Гипер-Памяти [Текст] / Л.В. Стародубцева // Международный журнал исследований культуры. – М.: “Эйдос”. – 2012. – №1(6). – С.12–18.

20. Фофанов В.П. Социальная деятельность как система [Текст] / В. П. Фофанов. – Новосибирск: Наука, 1981. – 304 с.

21. Хайдеггер М. Время картины мира [Текст] / Хайдеггер М. // Время и бытие: статьи и выступления. – М.: Республика, 1993. – С.41–62.

22. Шкилева О.А. Становление личностной картины мира специалиста в области естественно-научного образования [Текст] / О. А. Шкилева // Современные проблемы науки и образования. – 2006. – №3. – С.90–95.

23. Эйнштейн А. Мотивы научного исследования [Текст] / А. Эйнштейн // Собрание научных трудов. Том 4. – М.: Наука, 1967. – 600 с.

#### References

1. Annenkova I. V. Mediadiskurs v fokuse neoritoriki [Текст] / I. V. Annenkova // Zhurnalistika i mediaobrazovaniye – 2010: Sb. tr. IV Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (Belgorod, 22–24 sentyabrya 2010 g.) [Pod red. prof. A. P. Korochenskogo, prof. M. Yu. Kazak.]. – Belgorod: Izd-vo “BelGU”, 2010. – S.354–360.
2. Annenkova I. V. Ob odnoy konstante tekstov SMI: k postanovke voprosa o ritoricheskoy modal'nosti [Текст] / I.V. Annenkova // Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya. – 2009. – S.39–42.
3. Annenkova I.V. Sovremennaya mediakartina mira: neoritoricheskaya model': lingvofilosofskiy aspekt: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk [Elektronnyj resurs] / Annenkova I. V. – M., 2012. – 60 s. – Rezhim dostupu: <http://www.dissers.ru/avtoreferati-dissertatsii-filologiya/a47.php>
4. Valitskaya A. P. Novaya shkola Rossii: kul'turotvorcheskaya model': Monografiya [Текст] / A. P. Valitskaya [Pod red. V. V. Makayeva]. – Spb.: Izd-vo RGPU im. A. I. Gertsena. – 146 s.
5. Vul'f K. Homo pictor ili vzniknoveniye cheloveka iz voobrazheniya [Текст] / Vul'f K. // Vestnik Samarskoy Gumanitarnoy

akademii. Seriya "Filosofiya. Filologiya".—2008.—№1 (3). — S.121–136.

6. Dobrosklonskaya T. G. Voprosy izucheniya mediatekstov (opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi). Izd. 2–ye, stereotipnoye [Tekst] / T.G. Dobrosklonskaya. — M.: Yeditorial URSS, 2005. — 288 s.

7. Yezhova Ye. N. Media–reklamnaya kartina mira: struktura, semiotika, kanaly translyatsii: avtoref. dis...d–ra filol. nauk: spets. 10.01.10 "Zhurnalistsika" [Tekst] / Ye. N. Yezhova; [Stavrop. gos. un–t]. — Voronezh, 2010. — 57 s.

8. Kazydub N. N. Diskursivnoye prostranstvo kak fragment yazykovoy kartiny mira (teoreticheskaya model'): avtoref. dis. ... d–ra filol. nauk [Tekst] / N.N. Kazydub. — Irkutsk, 2006. — 34 s.

9. Kozhemyakin Ye. A. Massovaya kommunikatsiya i mediadiskurs: k metodologii issledovaniya [Tekst] / Ye.A. Kozhemyakin // Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki. — 2010. — №12. — T.6. — S.13–21.

10. Lukov M. V. Televideniye: televizionnaya kartina mira [Elektronnyj resurs] / M. V. Lukov. — Rezhim dostupu: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/4/Lukov\\_TV\\_World-view/](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/4/Lukov_TV_World-view/)

11. Mansurova V.D. Zhurnalistskaya kartina mira kak tip sotsiokul'turnoy real'nosti: avtoref. dis. dok. filos. nauk: 09.00.11 [Tekst] / V.D. Mansurova. — Barnaul, 2003. — 40 s.

12. Mediafilosofiya. Osnovnyye problemy i ponyatiya: Mat–ly mezhdunar. nauch. konf. "Media kak predmet filosofii" [Tekst] / Pod. red. V. V. Savchuka. — Spb.: Sankt–Peterburgskoye filosofskoye obshchestvo, 2008. — 346 s.

13. Meylakh B. S. Filosofiya iskusstva i khudozhestvennaya kartina mira [Tekst] / B. S. Meylakh // Voprosy filosofii. — 1983. — №7. — S.116–125.

14. Novikova A. A. Televizionnaya kartina mira kak ob'yekt issledovaniya [Tekst] / A. A. Novikova // Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. Seriya: Filologicheskoye nauki. — 2012. — №13 (93). — S.217–226.

15. Rezhabek Ye.Ya. Kognitivnaya kul'turologiya [Tekst] / Ye. Ya. Rezhabek, A. A. Filatova. — SPb.: Aleteyya, 2010. — 316 s.

16. Rogozina I. V. Media–kartina mira: kognitivno–semioticheskyy aspekt: Dis. ... d–ra filol. nauk: 10.02.19 [Tekst] / I. V. Rogozina. — Barnaul, 2003. — 430 s.

17. Rogozina I.V. Funktsii i struktura media–kartiny mira [Elektronnyj resurs] / Rogozina I.V. // Metodologiya sovremennoy psikhologingvistiki: Sbornik statey. — Moskva; Barnaul: Izd–vo Alt. un–ta, 2003. — Rezhim dostupu: <http://www.twirpx.com/file/417871/>

18. Solganik G. Ya. Sovremennaya publitsisticheskaya kartina mira [Tekst] / G. Ya. Solganik // Publitsistika i informatsiya v sovremennom obshchestve / pod obshch. red. G. Ya. Solganika. — M.: MGU, 2000. — S.14–15.

19. Starodubtseva L.V. Total Recall vs. Delete: Panoptikon tsifrovoy Giper–Pamyati [Tekst] / L.V. Starodubtseva // Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniya kul'tury. — M.: "Eydos". — 2012. — №1(6). — S.12–18.

20. Fofanov V.P. Sotsial'naya deyatelnost' kak sistema [Tekst] / V. P. Fofanov. — Novosibirsk: Nauka, 1981. — 304 s.

21. Khaydegger M. Vremya kartiny mira [Tekst] / Khaydegger M. // Vremya i bytiye: stat' i vyvstupleniya. — M.: Respublika, 1993. — S.41–62.

22. Shkileva O.A. Stanovleniye lichnostnoy kartiny mira spetsialista v oblasti estestvenno–nauchnogo obrazovaniya [Tekst] / O. A. Shkileva // Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya. — 2006. — №3. — S.90–95.

23. Eynshhteyn A. Motivy nauchnogo issledovaniya [Tekst] / A. Eynshhteyn // Sobraniye nauchnykh trudov. Tom 4. — M.: Nauka, 1967. — 600 s.

**Stetsura K.O.**, lecturer, Department of Philosophy, National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute" (Ukraine, Kyiv), [kateryna.stetsura@gmail.com](mailto:kateryna.stetsura@gmail.com)

#### Media picture of the world as a matrix design identity in the information society

The article highlights the phenomenon of media picture of the world in the context of its genetic relationship with picture of the world and the emergence of mediaculture as the dominant cultural form of information society. The study is based on psycholinguistic, linguistic–philosophical (I. V. Annenkova, I.A. Rogozina etc.) and socio–philosophical approaches (K. Wolf, M. Heidegger, L. Starodubtseva etc.) to identify the essence of media picture of the world as an interdisciplinary subject of scientific interest. Attention is focused on delineation of boundaries and nature of the concept of media picture of the world as a new interpretational and orientational system for personality, definition of forms and contexts of existence of media picture of the world in social and philosophical discourse. The article highlights forms of

being of media picture of the world (the criterion of closer to reality and the criterion of relevance) and contexts as important semantic coordinates and as vector of personality constructing. The conclusion emphasize integrative and interpretive role of media worldview in the system "man–media culture".

**Keywords:** media worldview, worldview, media culture, media, media reality.

**Стецюра К. А.**, преподаватель кафедры философии, Национальный технический университет Украины "Киевский политехнический институт" (Украина, Киев), [kateryna.stetsura@gmail.com](mailto:kateryna.stetsura@gmail.com)

#### Медиа картина мира как матрица конструирования личности в информационном обществе

Исследован феномен медиа картины мира в контексте его генетической связи с картиной мира и становлением медиакультуры как доминантной формы культуры информационного общества. Исследование построено на основе психолингвистического, лингвофилософского (И. В. Анненкова, И. А. Rogozina и др.) и социально–философского подходов (К. Вульф, М. Хайдеггер, Л. Стародубцева и др.) к выявлению сути медиа картины мира как междисциплинарного предмета научного интереса. Внимание сконцентрировано на очерчивании границ и сущности понятия медиа картины мира как новой интерпретационно–ориентационной системы личности, на определении форм и контекстов бытования медиа картины мира в социально–философском дискурсе. Определены формы бытия медиа картины мира (по критерию приближения к реальности и по критерию актуализованности), а также выделены контексты как значимые смысловые координаты ее формирования и вектора конструирования личности. В заключении подчеркивается интегрирующая и интерпретативная роль медиа картины мира в системе "человек–медиакультура".

**Ключевые слова:** медиа картина мира, картина мира, медиакультура, медиа, медиареальность.

\* \* \*

УДК 140.8

**Капітоненко О. М.**  
пошукувач, Національний педагогічний  
університет ім. М. П. Драгоманова  
(Україна, Київ), [a321831@gmail.com](mailto:a321831@gmail.com)

#### ЕТИКО–ЕСТЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОМПАРАТИВІСТСЬКОГО ТА ПОЛІСИСТЕМНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МОДНИХ ІННОВАЦІЙ ТА КОМУНІКАЦІЙ

Проблема методологічних регулятивів, більше того, засад щодо моди не може визначитися як наскрізні настанови. Теорія моди може бути лише диференційною, тобто зазначеною в тому чи іншому культурно–історичному контексті, що відповідає тому чи іншому локусу мета–антропологічної проблематики, тобто визначення онтології людського буття як культурного феномену і, зрештою, тих культурних практик, які визначають цю онтологію. Етика та естетика це в меншій мірі можуть бути саме тими всезагальними регулятивами, які прописують на горизонті людського існування якісь мета–етичні та мета–естетичні реалії моди. Це веде до мімікрії методологічних реалій, тобто втрапи великих нарацій, як це визначається в постмодернізмі, відмови від методології як системного мислення, а також потребує ситуативного, інтерпретативного й інших підходів.

**Ключові слова:** культурні практики, мода, дизайн, етика, естетика, постмодернізм.

Мода працює на короткій дистанції, онтологія моди визначається саме в рамках різних типів реальностей, тому визначення певних горизонтів моди або як феєрії коду, або як іншої структури – це одна із предикацій, або одна із тих номінацій, які допомагають побачити, що таке мода, але не визначають цей феномен як цілісність. С. Рубінштейн в рамках тих формульних схем, які є коридором мислення, чітко розділяє мета–реалістичні та ідеалістичні детермінанти визначення сущнього і пише: "Першим своїм ходом ідеалізм стверджує примат сутності над існуванням й абстрагується від існування, пов'язаного з життям, з дією, з потребою, захопленнями, матеріальністю; він знімає існування й перетворює сутність в образи, в ідеї. Ідеалізм знаходить вираження в релігійно–етичних намаганнях піти від цього світу існування матеріальних речей – поза нами існують об'єкти наших потреб,