

не приносить почуття інтелектуального прояснення, не завершується катарсисом [1, с. 81].

Виходячи з положення про універсальність масової культури для масового суспільства, слід розмежовувати низькопробний маскульт (з 50-х років ХХ століття за ним закріпилась назва «кітч») та масову культуру в позитивному розумінні цього терміна, яка «набуває масового характеру не тому, що ширококомвні канали охоплюють щоразу більш масову аудиторію, а тому, що умови життя широких мас людей набувають усе більш масового характеру» [2, с. 125].

Засоби масової комунікації увиразнюють модель реальності, а сама комунікація є одним з визначальних складових сучасного суспільства. Особливого значення набувають засоби масової інформації. Формуючи інформаційний простір, саме ЗМІ в наш час є найбільш ефективним інструментом формування ціннісних орієнтацій суспільства.

У наш час «на зміну п'ятисотлітньому пануванню гутенбергівської Галактики як домінанти інформаційних потоків і комунікативних відносин індустріального суспільства прийшла Всесвітня павутина, яка радикально змінила архітектоніку, основні закономірності й регулятори соціального життя попередніх епох.

Для багатьох користувачів «Інтернет перетворюється з царства знань у царство інформації, іншими словами, в «другу реальність», яка поступово витісняє зі свідомості конкретне людське життя, перетворюючись на подобу fast-food – fastthinking – готову «їжу» для роздумів. При цьому інформація як підступно-оманливий віртуальний «двійник» знання здебільшого не стає, на відміну від реальної матриці когнітивного процесу, стимулом до дії. Більше того, її циркуляція все частіше є фантомом, самоціллю, відірваною від критерії користі, а тим більше – від вдосконалення внутрішнього світу людини.

Список використаних джерел

1. Князева М. Л. Человек в информационном пространстве: культурный модус личности // Библиотечковедение. – 1996. – №6. – С.79–86.
2. Кукаркин В. Буржуазная массовая культура. – М.: Политиздат, 1985. – 399 с.
3. Мак-Люэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М.: Гиперборей, Кучково поле, 2007. – 464 с.
4. Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития // XXI век: информация и общество / Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 1999. – 208 с.
5. Моль А. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Под ред. Б. В. Бирюковой. – М.: Наука, 1973. – 410 с.
6. Райт Э., Костелло С., Хейчен Д., Спрэйг Д. Классовая структура американского общества // Социологические исследования. – 1984. – №1. – С.151–158.
7. Разлогов К. По ту сторону наслаждения // Свободная мысль. – 1994. – №12. – С.57–64.
8. Филиппенков В. М. Коммуникативные традиции в философии и культуре // Коммуникации в культуре: Мат. науч.-теоретич. семинара (14–16 марта 1996 г.) / Отв. ред. А. М. Сергеев. – Петрозаводск, 1996. – С.10–16.
9. Флиер А. Я. Массовая культура и ее социальные функции // Общественные науки и современность. – 1998. – №6. – С.138–148.

References

1. Knjazeva M. L. Chelovek v informacionnom prostranstve: kul'turnyj modus lichnosti // Bibliotekovedenie. – 1996. – №6. – С.79–86.
2. Kukarkin V. Burzhuznaja massovaja kul'tura. – М.: Politizdat, 1985. – 399 s.
3. Mak-Ljujen M. Pонимание медиа: Vneshnie rasshirenija cheloveka. – М.: Giperboreja, Kuchkovo pole, 2007. – 464 s.

4. Meljuhin I. S. Informacionnoe obshhestvo: istoki, problemy, tendencii razvitiija // XXI vek: informacija i obshhestvo / Pod red. Ja. N. Zасurskogo. – М.: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 1999. – 208 с.
5. Mol' A. Sociodinamika kul'tury: Per. s fr. / Pod red. B. V. Birjukovoj. – М.: Nauka, 1973. – 410 s.
6. Rajt Je., Kostello S., Hejchen D., Sprjeig D. Klassovaja struktura amerikanskogo obshhestva // Sociologicheskie issledovanija. – 1984. – №1. – С.151–158.
7. Razlogov K. Po tu storonu naslazhdenija // Svobodnaja mysl'. – 1994. – №12. – С.57–64.
8. Filippenkov V. M. Kommunikativnye tradicii v filosofii i kul'ture // Kommunikacii v kul'ture: Mat. nauch.-teoretich. seminar (14–16 marta 1996 g.) / Отв. ред. А. М. Сергеев. – Петрозаводск, 1996. – С.10–16.
9. Flier A. Ja. Massovaja kul'tura i ee social'nye funkcii // Obshhestvennye nauki i sovremennost'. – 1998. – №6. – С.138–148.

Oleksenko R. I., Doctor of Philosophy, Professor, Associate Professor, Department of Philosophy, Melitopol State Bohdan Khmelnytsky Pedagogical University (Ukraine, Melitopol), roman.xdsl@rambler.ru

The philosophy of the information society development in the era of globalization

Problems and history of the Information Society are revealed. The influence of media on society through globalization and the information revolution are researched. The historical aspects of the relationship between ideology and culture in the era of dominance of mass consciousness are analyzed. The ideological function of mass culture is investigated.

Keywords: philosophy, information society, globalization, «mass culture», «mosaic culture», Internet.

Oleksenko R. I., доктор философских наук, профессор, доцент кафедры философии, Мелитопольский государственный педагогический университет им. Богдана Хмельницкого (Украина, Мелитополь), roman.xdsl@rambler.ru

Філософія розвитку інформаційного общества в епоху глобалізації

Раскрываются проблемы и история развития информационного общества. Проанализировано влияние информации на общество в период глобализации и информационной революции. Рассмотрены исторические аспекты проблемы соотношения идеологии и культуры в эпоху доминирования массового сознания. Исследована идеологическую функцию массовой культуры.

Ключевые слова: философия, информационное общество, глобализация, «массовая культура», «мозаичная культура», Интернет.

* * *

УДК 130.122+316.77

Стецюра К. О.,
викладач кафедри філософії, Національний
технічний університет України «Київський політехнічний
інститут» (Україна, Київ), katernyina.stetsura@gmail.com

МЕДІА КАРТИНА СВІТУ ЯК МАТРИЦЯ КОНСТРУВАННЯ 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. Розогіна 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» [6, с. 13]. Отже, у контексті сьогоденної 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 [3], І. А. Рогозіна [14]), публіцистична картина світу (Г. Я. Солганік [23]), журналістська картина світу (В. Д. Мансурова [10]), медіа-рекламна картина світу (О. М. Єжова [7]), телевізійна картина світу (М. В. Луков [21], А. О. Новікова [24]) 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 сьогоденних 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 сьогоденного 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 сучасного як такого.

В антропології Л. Вайсбергер трактує поняття картини світу як «систему інтуїтивних уявлень про реальність». У М. Гайдеггера картина світу – «зображення світу ... світооснова незалежно від того, як мислиться її ставлення до світу» [18, с. 49]. У російській філософії у А. П. Валицького картина світу – «це спосіб систематизації сучасного знання, інструмент вивчення історії культур, інструмент моделювання реальності» [4, 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» [13, 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» [21] 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» [21, 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» [21, 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 сценою буття, стає суб'єктом. Як зазначає Гайдеггер М., «Перетворення світу у картину є тим самим процесом, що і перетворення людини всередині сущого у *subiectum*» [21, 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» [15, 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 сущого, 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» [8, 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, здійсненої 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 [16; 17]) – перетвореній (медіа реальність) та ментальній (модель медіа реальності). 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» [17]. Схожі думки звучать і у В. Д. Мансурової: «Відображаючи мовно–подієву 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» [11, 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» [5, 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–смыслову структуру його свідомості» [22, 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–роуму, як людина медіакультури. Медіа–комунікація поглинула окремо взятую людину, повідомлення стало значимим за умови його «вписування» у загальний медіа контекст, стало помітним за умови доцільності для медіа–системи в цілому. В інакшому 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 медіа реальність 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 політехнологів, рекламістів, 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» [19, 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 багатовимірності 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» [20, 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 контекстом етосу, 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» [6, 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» [7, 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» [16] 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» [16, 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 необов'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 смислово 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...» [23, 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 всюдоступності 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 новацій і підвели до нової стадії розвитку людини ... З кожним новим відкриттям у галузі медіа створюється нова картина світу, в якій інакше структується простір і час, конституюється суб'єкт і актуальні способи самоідентифікації людини» [12, с. 7].

Список використаних джерел

1. Анненкова І. В. Медіадискурс в фокусі неориторики [Текст] / І. В. Анненкова // Журналістика і медіаобразование – 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 І. В. Об одной константе текстов СМІ: к постановке вопроса о риторической модальности [Текст] / І. В. Анненкова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2009. – С.39–42.
3. Анненкова І. В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель: лингвофилософский аспект: автореф. дис. ... д-ра филол. наук [Електронний ресурс] / Анненкова І. В. – М., 2012. – 60 с. – Режим доступу: <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. Ното рістог 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; [Ставроп. 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/

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-лы междунар. 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. Rogozina I. V. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 [Текст] / И. В. Rogozina. – Барнаул, 2003. – 430 с.

17. Rogozina I. V. Функции и структура медиа-картины мира [Электронный ресурс] / Rogozina I. V. // 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. Total Recall 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 ritoriki [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: neoriticheskaya model': lingvofilosofskiy aspekt: avtoref. dis. ... д-ра филол. наук [Электронный ресурс] / Annenkova I. V. – М., 2012. – 60 с.

– Rezhim dostupu: <http://www.dissers.ru/avtoreferati-dissertatsii-filologiya/a47.php>

4. Valitskaya A. P. Novaya shkola Rossii: kul'turovorcheskaya 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 vozniknoveniye 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 mediadiskursov (opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi). Izd. 2-ye, stereotipnoye [Текст] / T. G. Dobrosklonskaya. – М.: Yeditorial URSS, 2005. – 288 s.

7. Yezhova Ye. N. Mediya-reklamnaya kartina mira: struktura, semiotika, kanaly translyatsii: avtoref. dis. ... д-ра филол. наук: spets. 10.01.10 «Zhurnalistika» [Текст] / 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. ... д-ра филол. наук [Текст] / N. N. Kazydub. – Irkutsk, 2006. – 34 s.

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

10. Lukov M. V. Televideniye: televizionnaya kartina mira [Elektronnyy resurs] / M. V. Lukov. – Rezhim dostupu: 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 [Текст] / V. D. Mansurova. – Barnaul, 2003. – 40 s.

12. Mediafilosofiya. Osnovnyye problemy i ponyatiya: Mat-ly mezhdunar. nauch. konf. «Media kak predmet filosofii» [Текст] / Pod red. V. V. Savchuka. – SPb.: Sankt-Peterburgskoye filosofskoye obshchestvo, 2008. – 346 s.

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

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

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

16. Rogozina I. V. Mediya-kartina mira: kognitivno-semioticheskiy aspekt: Dis. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 [Текст] / I. V. Rogozina. – Barnaul, 2003. – 430 s.

17. Rogozina I. V. Funktsii i struktura mediya-kartiny mira [Elektronnyy 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 [Текст] / G. Ya. Solganik // Publitsistika i informatsiya v sovremennom obshchestve / pod obshch. red. G. Ya. Solganika. – М.: MGU, 2000. – С.14–15.

19. Starodubtseva L. V. Total Recall vs. Delete: Panoptikon tsifrovoy Giper-Pamyati [Текст] / L. V. Starodubtseva // Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury. – М.: «Eydos». – 2012. – №1 (6). – С.12–18.

20. Fofanov V. P. Sotsial'naya deyatel'nost' kak sistema [Текст] / V. P. Fofanov. – Novosibirsk: Nauka, 1981. – 304 s.

21. Khaydegger M. Vremya kartiny mira [Текст] / Khaydegger M. // Vremya i bytiye: stat' i ivystupleniya. – М.: Respublika, 1993. – С.41–62.

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

23. Eynshteyn A. Motivy nauchnogo issledovaniya [Текст] / A. Eynshteyn // Sobraniye nauchnykh trudov. Tom 4. – М.: Nauka, 1967. – 600 s.

Stetsura K. O., lecturer, Department of Philosophy, National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute» (Ukraine, Kyiv), katernya.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 media culture 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

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. Роззина и др.) и социально-философского подходов (К. Вульф, М. Хайдеггер, Л. Стародубцева т.п.) 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 актуальности), 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 101.1 : 316

Мамедова А. М.,
докторант кафедры философии Бакинского государственного университета, (Азербайджан, Баку),
matlabm@yandex.com

МЕСТО И РОЛЬ ЮРИДИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ДЕМОКРАТИЧЕСКОМ ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье с социально-философской точки зрения широко исследовано место и роль юридической ответственности в демократическом гражданском обществе. Автор анализирует сущность, признаки, виды, этапы, правосоставительные функции, ретроспективу, моральную ответственность, единство положительной ответственности с общей юридической ответственностью, их специфические особенности. Утверждается, что юридическая ответственность с одной стороны гарантирует верховенство закона, а с другой как предотвращает правонарушения, и так возникает средством, занимает важное место в демократическом гражданском обществе.

Ключевые слова: гражданское общество, юридическая ответственность, виды, признаки, этапы, юридическая собственность.

(статья друкється мовою оригіналу)

Юридическая ответственность является несколько иным видом социальной ответственности. Юридическая ответственность – это применение государством принудительных мер со стороны к правонарушителям. Юридическая ответственность тем отличается от моральной, что в первом случае, человек за свои действия отвечает перед законом, а во втором, случае оценочным критерием выступает стыд и совесть самого человека.

В современных условиях демократизации, должна расти роль моральной ответственности. Однако, при этом нельзя вытеснить юридическую ответственность. В научной литературе нет единого определения понятия «юридическая ответственность». Один из русских исследователей профессор А. С. Шабуров характеризует юридическую ответственность как применение

предусмотренных санкциями государственных принудительных мер к правонарушителям [9]. Профессор И. Н. Семякин показывает, что «Юридическая ответственность отражает в себе юридические отношения возникающие между государством в лице специальных органов и правонарушителем, подвергнувшимся соответствующим лишениям из-за нарушения права требований, которые закреплены государством в правовых нормах» [8, с. 543].

Как видно из этого определения, право ответственности состоит из принудительных мер, применяемых к правонарушителям со стороны государственных органов. Меры лишения прав возникают только при правонарушениях. Широкий философский смысл понятия правовой ответственности в том, что как отношение личности к обществу, государству и другим лицам, так и правильное понимание задач и обязанностей граждан к тому отношению, осмысление понимается как выполнение некоторых требований. Как следует из этого, главная сущность юридической ответственности заключается в государственном принуждении. В таком случае, если лицо, нарушившее право, и то, что он подвергается к юридической ответственности, проявляется как объективная особенность юридической ответственности. В таком случае, правонарушитель может лишиться свободы, быть наказан определенными санкциями, конфисковано его имущество.

Правонарушение выступает как основа юридической ответственности. При строительстве демократического гражданского общества наряду с правовой ответственностью проводятся также другие меры, государственной ответственности, принудительная, удовлетворяющий и защищающий. Защитные меры тем отличаются от правовой ответственности, что они применяются при правонарушении с минимальным уровнем общественной угрозы. Главная сущность защитных мер, в том, что когда лицо не выполняет ранее взятое им обязательство, принуждается выполнять обязательство, которое. Некоторых лиц принуждают выплачивать алименты, в случае, если они отказываются выполнять предусмотренную в семейно-брачном законодательстве обязанность – выплачивать алименты, которые предназначены для воспитания ребенка, оставшегося с матерью. Это юридическая ответственность является незащитной мерой. Профессор И. Н. Семякин указывает на то, что «юридическая ответственность отражает в себе юридические отношения между государством в лице специальных служб и подвергнувшимся соответствующим лишениям правонарушителем за нарушение права закрепленных государством в юридических нормах требований» [8, с. 543].

Как видно из этих определений, юридическая ответственность являются принудительными мерами, применяемыми компетентными государственными органами и должностными лицами к правонарушителям за правонарушение. Меры лишения возникают лишь при правонарушении. Широкий философский смысл понятия юридической ответственности, в том, что оно понимается и как отношение личности к обществу, государству, другим личностям, и как правильное понимание, осмысление задач и обязанностей, выполнение определенных требований. Из этого следует, что главная сущность юридической ответственности состоит из