

# МЕДІАКУЛЬТУРА ЯК УНІКАЛЬНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕПОХИ

Пилюк Л.О.

Науковий керівник – ст. викладач Жидкова О.О.

Харківський національний університет радіоелектроніки

(61166, Харків, просп. Науки, 14, каф. філософії, тел. (057)702-14-65)

e-mail: larysa\_pyliuk@nure.ua

Modern society is characterized by the transformation of information into global resource of mankind, the creation of new information technologies, transformation of mass media into mass communication, globalization of the world information space. The paper considers prospects for the development of media culture of the individual, it is emphasized that the media culture is a unique social institution of the information age.

Особливим елементом культури інформаційного суспільства є медіакультура. Долучення людини до культури відбувається в процесі спілкування, обміну досвідом, необхідною інформацією. Окрема людина може бути носієм культури, може активно брати участь у її розвитку, але культура за своєю природою, як і мова, – «явище суспільне, тобто соціальне». У сучасному суспільстві роль медіа (друкованих видань, телебачення, радіомовлення, кіно, відео, джерел інформації в Інтернеті) є настільки значною, що сучасне суспільство називають не тільки інформаційним, а й медіатизованим, тобто залежним від масмедіа [1].

В оновленій редакції «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні» (2016 р.), зазначено, що майбутнє суспільство все більше спиратиметься на інформаційно-комунікаційні технології: web-технології, хмарні обчислення і bigdata, смартфони та «Інтернет розумних речей», штучний інтелек та інші гаджети. На взаємодію з різноманітними медіа припадає все вагоміша частка вільного часу громадян України, чим зумовлюється значний вплив медіа на всі верстви населення, передусім на дітей і молодь. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання, стають засобом дистанційної і джерелом неформальної освіти [2].

В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, надмірності і хаотичності потоку різноманітної інформації, доступності та широкого поширення аудіовізуальної та комп'ютерної техніки сучасне суспільство отримало можливість не тільки користуватися будь-якими Інтернет ресурсами, але і легко створювати і розмішувати у Всесвітній Мережі Інтернет власні сайти, блоги, мікроблоги, фото, аудіо та відео матеріали, утворювати Інтернет-спільноти, проводити Інтернет заходи. Простота і доступність засобів створення інформації роблять кожного суб'єкта

потенційним автором. Отже, суб'єкт, будучи одночасно і споживачем, і автором інформації, може контактувати з будь-яким іншим учасником процесу. Значення цього принципу полягає у відсутності дефіциту інформації. Якщо культура, за своєю суттю, є, з одного боку, накопичений людством досвід, а з іншого – спосіб і форми передачі цього досвіду, то Інтернет як спосіб збереження і передачі інформації входить в структуру сучасної культури як найважливішого її елемента. Але глобальне павутиння не просто ще один із способів зберігання культурного досвіду, це і спосіб організації культурного контенту, який вносить істотну зміну в саму культуру, в її зміст. Екран і гіпертекст породжують культуру, в якій ламаються перегородки між наукою, мистецтвом; культуру, в якій виникає можливість для кожної людини впливати на текст, вносячи, завдяки своєму комп'ютеру зміни в зображення на екрані. Народжується культура глобального діалогу, в якій кожен має свій голос [3].

Узагальнюючи викладене, можна констатувати, що медіакультура в сучасному світі трактується як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості і соціалізації особистості, що включає в себе культуру передачі інформації та культуру її сприйняття. Вона може виступати показником рівня розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання у галузі медіа. Медіакультура – це об'єктивна реальність, яка існує і розвивається за своїми законами, це атрибут сучасного життя, де суспільство й окрема особистість можуть виступати одночасно і споживачами, і творцями медіа-культури.

#### Перелік посилань

1. Масол Л.М. Медіакультура / Масол Людмила Михайлівна // Енциклопедія освіти /Акад. пед. наук України; гол. ред. В.Г.Кремень. – К.: Юніверс Інтер, 2008. – 1040 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдьонової, М. М. Слюсаревського. – Київ, 2016. – 16 с.
3. Новоженіна О.В. Интернет как новая реальность и феномен современной цивилизации / О.В. Новоженіна // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. – Москва: ИФ РАН, 2004. – С. 201.