

відуальність інших людей сприймає переважно вже спотворено, він не вмiє прощати помилки, незручності, ненавмисно завдані неприємності, не йде на компроміси.

Отже, розроблення й упровадження планової конструктивної програми з діагностики особистості та психокорекції інтолерантності засуджених позитивно впливатиме на особистість засуджених, їх ресоціалізацію й подальшу реабілітацію в соціумі.

Шевченко Д.
ХНУРЭ

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

Актуальность исследования понятия *медиакультура* определяется современной ситуацией и состоянием изучения информационного общества. С появлением мультимедийной модификации воздействие медиасредств становится всеобъемлющим и глобальным, не только определяя массовое сознание, но и активно внедряясь в сферу образования и науки. Виртуальная реальность, создаваемая как интерсубъективный гипертекст в рамках современных мультимедийных средств передачи и хранения информации, не только объединяет социум, имеющий планетарный масштаб, но и создаёт специфический «жизненный мир» современной культуры, всё чаще обозначаемый исследователями как медиакультура.

Медиа (от латинского «*media*», «*medium*» – средство, посредник) – это термин XX века, введенный канадским социологом М. Маклюэном для обозначения феномена «массовой культуры» («*mass-media*»). Что касается понятия «медиакультура», то это детище современной культурологической теории, обозначающее особый тип культуры информационной эпохи, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью. Медиакультуру можно определить как совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе

культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Анализом специфики медиакультуры и её воздействия на общество и личность в XX веке активно занимались многие зарубежные исследователи: Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямин и др.

Как известно, феноменами эпохи модерна стали массовая печать, фотография, телеграф, телефон, радио, кино, позже телевидение. Составляющими постмодернистской (информационной) цивилизации стали кабельное и спутниковое ТВ, видео, компьютерные каналы, Интернет, цифровое кино, электронная почта, сотовая связь, CD-Rom, DVD. На наших глазах идет формирование «планетарного», «глобального» мышления. Активной участницей этого процесса является медиакультура. Однако в условиях массового внедрения информационных и компьютерных технологий расширились не только позитивные, но и негативные методы воздействия средств медиа как на отдельного человека, так и на общество в целом. Размывание границ между «массовым» и «элитарным» стало отличительной чертой культурной парадигмы информационного общества, ориентированного на всеядность идей и компромисс эстетических позиций. В этом причины неприятия многими учёными и деятелями культуры постмодернистской философии и эпохи глобализма в целом. Да и называют их по-разному: «новый Вавилон» (А. Генис), «власть плутократии» (В. Лисичкин и Л. Шелепин) и т. д. Поэтому актуальным становится вопрос о роли *медиакультуры* как уникального явления информационной эпохи, как знаковой системы, «кода», с помощью которого передаётся информация об окружающем мире и формируется новое мышление. Это формирует новые задачи перед теорией и практикой медиаобразования как фактора социализации личности. Канадский социолог М. Маклюэн отметил: «Чтобы быть по-настоящему грамотным, надо быть грамотным в мире медиа...» Время подтвердило его правоту.

Новые условия работы порождают зависимость информированности одного человека от информации, приобретённой другими людьми. Поэтому уже недостаточно уметь самостоятельно осваивать и накапливать

інформацію, а надо навчитися такої технології роботи з інформацією, кожда підготавлюваються і приймаються рішення на основе колективно-го знання. Человек должен иметь определённый уровень культуры обращения с информацией. Для отражения этого факта введен термин *информационная культура*. По отношению к аудитории медиакультура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиа-творчеством, усваивать новые знания в области медиа.

Шморгун О.

Центр гуманітарної освіти НАНУ

**«УКРАЇНСЬКИЙ ЗАРАТУСТРА»:
РЕЦЕПЦІЯ ФІЛОСОФСЬКИХ ІДЕЙ Ф. НІЦШЕ
У ТВОРЧОСТІ В. ВИННИЧЕНКА**

Небаченими в історії катастрофами розпочало людство ХХ століття: технократичні утопії зазнали повне фіаско, що, напевно, спричинило тотальне й остаточне розчарування в етико-ціннісних мотиваціях релігійної (передусім християнської) моралі, яка через ідеал «божого провидіння» підживлювала раціоналістично-прогресистські ілюзії. На тлі глобальної світоглядної кризи, породженою Першою та Другою світовими війнами та повоєнним періодом, проголошена Ф. Ніцше ще 1885 р. ідея «смерті Бога» почала панувати в широких колах європейської інтелігенції. Справді, чого можна очікувати від людини, для якої Бог уже постає абсолютним добром і незаперечним авторитетом, на яку «не діють» біблійні заповіді Декалогу? Чи не чатує тут на людство небезпека потонути в злочинах, бо Ф. Достоевський казав: «Якщо Бога нема, то все дозволено»?

Згідно з філософією Ф. Ніцше після тривалого критичного періоду морально-етичний ідеал утілено в суперечливому й неоднозначному напівхудожньому образі, напівфілософському концепті «НАДЛЮДИНА». Тому логічним видається факт, що на межі століть європейську літературу переповнили численні «Заратустри», більш чи менш вдало вписані в національний колорит і соціальні реалії. Творцем «українського Заратустри» традиційно вважають В. Винниченка, перу якого належить один із