

6. Goffman E. The presentation of self in everyday life. Harmondsworth: Penguin, 1959
7. Schechner R. Between Theater and Anthropology. University of Pennsylvania Press, 1985
8. Schechner R. The Future of Ritual London, Routledge, 1998
9. Schechner, R. Performance Studies: An introduction. London: Routledge, 2006

Чельшева И.В.,
г. Таганрог

ЧЕЛОВЕК В МИРЕ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Современная цивилизация, культура, общество, человек - все эти понятия неразрывно связаны с медиакультурой. В произведениях современной медиакультуры отражаются социальные, моральные, культурные процессы, происходящие в обществе. Это отражение проецирует не только происходящие события, но и чувства, мысли, эмоции, переживаемые современным человеком.

Информация, передаваемая по каналам масс-медиа, становится в современных условиях «продуктом» индустрии сознания, но, вместе с этим, далеко не всегда является всесторонней и достоверной. Односторонняя или искаженная информация, несомненно, нуждается в осмыслении. Возникновение глобальной и интерактивной системы коммуникации, широкое проникновение в жизнь человека средств массовой коммуникации и информации порождают новые проблемы, направленные на осмысление взаимоотношения общества с миром медиа.

По мнению Г.В. Грачева «основной и центральной мишенью информационного воздействия является человек, его психика. В то же время именно от отдельных личностей, их взаимосвязей и отношений зависит нормальное функционирование отдельных общностей и социальных организаций от малой группы до населения страны, государства, общества в целом» [2, с. 8].

Специфика произведений медиаккультуры заключается в том, что они несут в себе «не только объективный факт, но и субъективное его воссоздание, в процессе которого запечатлеваются чувства художника-автора, его отношение к этому факту, оценка, истолкование. В окончательном образном обобщении этого факта перед нами открываются мировосприятие художника, его идеологические, философские, эстетические взгляды. Оценивая их, мы тем самым проверяем, уточняем, формируем свое отношение к миру, а порой в эмоционально-образной форме искусства заново открываем для себя окружающий мир» [4, с. 20-21]. Таким образом, медиатексты, выполняя одновременно информационную и коммуникативную функции, являются результатом творческого осмысления его сущности субъектами, вовлеченными в процесс создания и восприятия медиаинформации. Это обусловлено тем, что произведения медиаккультуры, как и любой художественный текст в широком смысле передает «мысли о мыслях, переживания переживаний, слова о словах, тексты о текстах» [1, с. 307].

Медиатекст, как и текст художественный, по образному выражению Ю.Лотмана способен «выдавать различным читателям различную информацию – каждому в меру его понимания ... именно ту, в которой он нуждается и к восприятию которой подготовлен» [4, с. 32].

Специфика воздействия СМК на формирование ценностных ориентаций состоит в том, что аудитория посредством восприятия произведения медиаккультуры усваивает нормы, ценности определенной

социальной группы, вырабатывает установки и рассматривает медиаинформацию через призму этих ценностей и ориентаций.

Постоянно растущий поток медиаинформации требует от современного зрителя, слушателя, читателя комплексного осмысления, выявления эстетического и художественного значения произведений медиакультуры, определения их потенциальных возможностей для развития личности и т.д. В связи с этим на одно из первых мест по значимости выходит сегодня развитие умения аудитории самостоятельно, критически оценивать различные медиатексты (телепередачи, фильмы, интернетные сайты и т.д.); способностей к восприятию и аргументированной оценке информации.

Литература

1. Бахтин М.М. Проблема текста//Собр. соч.: в 7-ми томах. Т.5. М.: Русские словари, 1997.
2. Грачев Г.В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. М.: ПЕР СЭ, 2003.
3. Лотман Ю.М. Избранные статьи в 3-х томах. Т. 1. Статьи по семиотике и типологии культуры. Таллин: Александра, 1992.
4. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону: Изд-во ЦВВР, 2001.

Чушкина С.Е.,
г. Уфа

ЧИТАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В основе социально-экономического и духовного развития современного информационного общества лежат образование и культура, принятые людьми как способ ориентации в процессе жизнедеятельности посредством символов, ценностей норм, правил, обычаев. Однако в условиях