

## ■ УДК. 316.722

**М. А. Хлібко**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

**ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ КОМПЛЕКС ЦИФРОВОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ**

Визначено поняття цифрової медіакультури як невід'ємної складової культурно-комунікаційної системи. На основі аналізу вже відомих класифікацій функцій культури формується функціональний комплекс цифрової медіакультури. Розглянуто особливості функціонування цифрової медіакультури в сучасному просторі, її поліфункціональність та вплив на всі сфери життєдіяльності. Акцентовано на ролі цифрової медіакультури в інформаційному суспільстві, яка поступово стає основним засобом пізнання світу.

**Ключові слова:** медіакультура, цифрова медіакультура, функції медіакультури, функціональний комплекс цифрової медіакультури, масова культура, засоби масових комунікацій, медіа, засоби масової інформації.

**М. А. Хлебко**, аспирант, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС ЦИФРОВОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ**

Определяется понятие цифровой медиакультуры как неотъемлемой части культурно-коммуникационной системы. На основе анализа уже известных классификаций функций культуры формируется функциональный комплекс цифровой медиакультуры. Рассматриваются особенности функционирования цифровой медиакультуры в современном пространстве, ее полифункциональность и влияние на все сферы жизнедеятельности. Акцентируется на роли цифровой медиакультуры в информационном обществе, которая становится основным средством познания мира.

**Ключевые слова:** медиакультура, цифровая медиакультура, функции медиакультуры, функциональный комплекс цифровой медиакультуры, массовая культура, средства массовых коммуникаций, медиа, средства массовой информации.

**М. А. Khlibko**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

**A FUNCTIONAL COMPLEX OF DIGITAL MEDIA CULTURE**

This article is concerned with defining the concept of digital media culture as an integral part of cultural and communication system. On the basis of the known classifications of cultural features a functional complex is formed by digital media culture. Particular attention is paid to the specific features of digital media culture in the modern society, its

polyfunctionality and impact on all spheres of life. The paper emphasizes an increasing role of digital media culture in the information society, which is gradually becoming the primary means of knowing the world.

**Key words:** Media culture, digital media culture, functions of media culture, a functional complex of digital media culture, mass culture, mass communication, media, mass media.

**Постановка проблеми.** Нині медіакультуру вчені вважають домінуючою культурою інформаційного суспільства, способом існування якої є діяльність традиційних і електронних засобів масової інформації, які відтворюють соціокультурну картину світу словесними, звуковими й візуальними образами. Саме тому слід акцентувати на наслідках впливу цифрової медіакультури та її культурної колонізації. Це актуалізує дослідження природи ефектів, шляхів, технологізації цифрової медіакультури, яка потужно впливає на аспекти повсякденного життя. Значення цифрової медіакультури в житті людини й суспільства виявляється через її функції, а багатогранність феномену визначає їх розмаїття. Цим зумовлена актуальність дослідження функціонального комплексу цифрової медіакультури.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Медіакультуру досліджували Р. Барт, Ж. Бодрійяр, Г. Дебор, Ж. Делез, У. Еко, Д. Лалл, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Ф. Уебстер, М. Фуко та ін. Західні вчені по-різному тлумачать медіакультуру, але всі сходяться на думці, що вона нині є дотичною стосовно інших видів культур. Вітчизняна теорія медіакультури сьогодні базується на головних дослідженнях у галузі медіаетики (О. Гриценко, Б. Потятиник), медіаосвіти (Г. Онкович), медіакритики (Н. Габор, В. Іванов, С. Квіт, В. Різун). Новітні концепції теорії соціальних комунікацій, дотичні до цього дослідження, викладені в працях російських учених Н. Кирилової (культурологія), В. Возчикова (філософія освіти), С. Шайхїтдінової (лінгвістика), О. Вартанової (медіаекономіка).

**Мета статті** — сформуванати функціональний комплекс цифрової медіакультури як феномен культурного простору.

Завдання: узагальнити досягнення сучасних досліджень в області медіакультури та визначити основні функції цифрової медіакультури, проаналізувавши особливості кожної з них.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасну епоху постіндустріального розвитку дослідники визначають по-різному — як інформаційну, постмодерністську, період глобалізації. Проте незаперечним є той факт, що людство живе у світі медіа — систем масових комунікацій, що поширюються, у світі «інформаційного вибуху» (за визначенням канадського соціолога М. Маклюена), основними характеристиками якого є хаотичність, безмежність і надмірність. У зв'язку

із цим ускладнюються соціальні зв'язки й моделі постсучасної ідентичності, змушуючи ще раз звернутися до «розуміння медіа», його ролі в суспільстві та передісторії [10].

Медіа (від латинського «*media*», «*medium*» — засіб, посередник) — це термін ХХ ст., спочатку введений для позначення феномену «масової культури», «масової комунікації» («*mass culture*», «*mass media*», «*mass communication*»). Одним з перших його почав застосовувати М. Маклюєн у контексті досліджень для називання різних засобів комунікації. Термін «масова комунікація» використовується для позначення таких явищ, як процес передачі та поширення інформації на масову аудиторію, безпосередньо інформації, засобів масової комунікації [9].

Як відомо, основу теорії інформаційного суспільства заклали Д. Белл (постіндустріальне суспільство), З. Бзєжинський (технотронне суспільство), Е. Тоффлер (суперіндустріальна цивілізація), Й. Масуда (мережеве суспільство) [1]. Виділяючи інформацію як головний чинник існування сучасного суспільства, ці дослідники окреслили основні ознаки медіакультури — символічність, віртуальність, демасифікованість. Саме Тоффлер уперше об'єднав поняття «інформаційна технологія» і «культура» [12].

Одним з визначень цифрової медіакультури сьогодні, поширеним і в науковому, і в повсякденному спілкуванні, є поняття «ЗМК» — засоби масових комунікацій, до яких належить розгалужена система друкованих, візуальних та аудіовізуальних засобів. Найпотужнішим чинником прогресу в розвитку засобів масової комунікації нині є комп'ютери та мережа інтернет, яка охоплює весь світ і дозволяє швидко контактувати з багатьма джерелами інформації. Саме акцент на ЗМК проблематизує визначення типології медіакультури. Залежно від засобу комунікації, виокремлено такі типи медіакультури: книжкова, екранна, цифрова.

Простір медіакультури існує не тільки на основі виробництва й поширення образів, але й завдяки циклу «повідомлення — залучення до комунікації». Залучення до комунікації є умовою й результатом споживання повідомлення, а виробництво повідомлення — умовою та результатом такого залучення. У традиційних термінах — це взаємобмін «інформацією» та «інтересами»: з одного боку, люди (аудиторія) сприймають як цікаві або корисні передусім ті повідомлення, які вважають або відчують такими, що стосуються їх особисто, і на них вони «виявляють попит», з іншого боку, виробництво медіапродукції не тільки орієнтоване на інтерес публіки, його рушійною силою є реальні інтереси, перш за все, політичні й економічні інтереси спільнот, груп, інстанцій та особистостей, — особливо, із середини ХХ ст., коли

екранна медіакультура сформувала в людях потребу в ілюзії іншої реальності й заволоділа увагою величезних аудиторій [6].

Російська дослідниця Н. Кирилова так визначає феномен: «медіакультура — це сукупність інформаційно-комунікативних засобів, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості та соціалізації особистості» [7].

Термін «медіакультура» слід розуміти як:

1) галузь культури, пов'язана з трансляцією динамічних образів, що набули значного поширення завдяки сучасним технічним засобам запису й передачі зображення та звуку — кіно, телебачення, відео, системи мультимедіа (на думку науковців Ф. Джеймісона, Ж. Бодрійяра, П. Віріліо) [4];

2) сукупність матеріальних та інтелектуальних цінностей у сфері медіа, а також історично визначена система їх відтворення та функціонування в соціумі;

3) стосовно аудиторії медіакультура є системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатексти, займатися медіатворчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа [5].

Сучасна медіакультура — це сукупність книжкової (друкованої), екранної, аудіальної, візуальної та аудіовізуальної культур; в останні роки поширеними стали й такі поняття, як «цифрова культура», «цифрова медіакультура». Комп'ютер та інтернет надають можливості працювати в інтерактивному режимі задля реалізації власних творчих ідей і пізнання інших, використовуючи переваги віртуального простору. Посилюється роль цифрової медіакультури в суспільстві як комплексного засобу освоєння людиною навколишнього світу в його соціальних, інтелектуальних, моральних, художніх, психологічних аспектах.

Цифрова медіакультура — явище поліфункціональне, як і культура загалом. Функціональність культури безпосередньо чи дотично вивчали М. Бердяєв, Ж. Бодрійяр, У. Еко, А. Флієр, М. Фуко, Є. Бистрицький та ін. У монографії Н. Кирилової, присвяченій дослідженню медіакультури [7], виокремлено функції, які характеризують саме медіакультуру як важливий чинник соціальної модернізації суспільства. Однак функції цифрової медіакультури досі цілісно та предметно не вивчено. Узагальнивши наявні напрацювання дослідників та виклавши власну позицію, можна сформулювати такий функціональний комплекс цифрової медіакультури.

1. Інформаційна функція. Роль інформаційної функції цифрової медіакультури посилюється завдяки комп'ютерній техніці. Таким

чином, цифрова медіакультура є гарантом інформаційного забезпечення сучасного суспільства.

Важливим джерелом інформації не тільки для аудиторії, але й для традиційних ЗМІ стають соціальні мережі. За результатами дослідження компанії «Cision» і Кентерберійського університету Церкви Христа, близько третини британських журналістів стверджують, що вони не могли б виконувати редакторську роботу без соціальних медіа. 39% респондентів зазначили, що соціальні медіа підвищили рівень їхньої продуктивності. Дослідники провели опитування серед 3650 журналістів із 11 країн (Великобританія, Франція, Німеччина, Фінляндія, Швеція, Італія, Іспанія, Нідерланди, США, Канада й Австралія) [11].

Водночас інформаційну складову цифрової медіакультури складно уявити поза зв'язком із сімейною. Саме тому можна сформулювати й таке визначення: цифрова медіакультура — це соціальна інформація, що зберігається й накопичується в суспільстві за допомогою створених людьми знакових засобів [2].

2. Комунікативна функція. Цифрова медіакультура — це акт спілкування між владою та суспільством, різними країнами, народами, соціальними групами, індивідами; є потужним каталізатором діалогу культур, завдяки чому відбувається обмін культурною інформацією в історико-філософському й історико-літературному контекстах, таким чином поживляючи соціальний процес [8]. Водночас парадоксом є численні контакти через медіа (сайти, соціальні мережі, месенджери тощо) і наявний паралельно із цим дефіцит спілкування як соціокультурна й психологічна проблема.

Згідно з опитуванням маркетингової компанії «AWeber» американських школярів та студентів, 90% підлітків постійно проводять час у «Facebook» (рідше — e-mail), часто використовуючи для цього і стільникові телефони. Молоді люди заходять у соціальні мережі, щойно прокинувшись зранку. 18% опитуваних підлітків заявили, що взагалі припинять спілкування в разі зникнення соціальних мереж [3].

3. Нормативна (ідеологічна) функція. Цифрова медіакультура відповідальна за процес соціалізації особистості, набутих нею знань, норм, ідеалів, соціального досвіду, притаманних цьому суспільству, цій соціальній групі. Сюди ж належить законодавство, звичаї й традиції, етикет — усе те, що сукупно утворює складніші комплекси: право, мораль, ідеологія.

Це ті ціннісні орієнтації, без яких неможливий процес соціалізації особистості, який забезпечує збереження суспільства, його структури й сформованих (або тих, що ще складаються) в ньому форм життя. Безумовно, суспільство трансформується, змінюється, модернізується,

і роль системи масових комунікацій посилюється саме в кризові, переломні періоди. Цифрова медіакультура є найважливішим чинником соціалізації особистості, що визначає її зміст, засоби та способи.

4. Релаксаційна функція. Релаксаційна (або яку можна назвати розважальною) функція пов'язана з потребою особистості у фізичному й психічному розслабленні, розрядці. Цифрова медіакультура (особливо електронні ЗМК, про які йдеться мова) повною мірою забезпечують цим сучасну людину.

5. Пізнавальна функція. Цифрова медіакультура робить людину суб'єктом пізнання й розуміння: вона пропонує їй знання та активізує допитливість. Гносеологічне значення цифрової медіакультури постає у двох площинах: по-перше, у накопиченні засвоєної інформації з різних питань, по-друге, у стимулюванні інформаційних потреб, що виникають на основі засвоєної інформації.

6. Креативна функція. Через цифрову медіакультуру здобуваються нові знання про світ, його осмислення з різних точок зору — філософської, етичної, економічної, естетичної, правової; розширення меж «безпосереднього досвіду» індивіда, що впливає на світоглядні настанови, на процес формування особистості, її здатності жити та творити.

7. Інтеграційна функція. З одного боку, інтеграційна функція виявляється в тому, що цифрова медіакультура об'єднує народи, соціальні групи, держави. Збереження культурної спадщини, національних традицій, історичної пам'яті створює зв'язок між поколіннями.

З іншого боку, кінець ХХ ст. ознаменувався небувалим стрибком у розвитку глобальних інформаційних і комунікаційних технологій, який істотним чином вплинув на функціонування медіакультури у світі.

Супутникове телебачення, мережеві технології, основані на цифровому способі передачі інформації, сприяли формуванню нового середовища для поширення потоків інформації. Інтернет, що об'єднує національні, регіональні та місцеві комп'ютерні мережі, став джерелом вільного обміну інформацією й одночасно потужним чинником інтеграції різних культур в єдине ціле.

Отже, інтеграційна функція цифрової медіакультури спрямована не на знищення культурної самобутності, а на об'єднання культур і взаєморозуміння між народами планети.

8. Посередницька функція. Значна роль цифрової медіакультури як соціального посередника, що встановлює зв'язки між структурами суспільства, виявляється в посередницькій функції, надаючи можливості різним соціальним групам спілкуватися одна з одною, контактувати. Особливого значення у зв'язку із цим набуває цифрова

медіакультура як інструмент управління суспільством. Ця можливість ЗМІ давно привертала увагу багатьох відомих мислителів. Ще К. Маркс указував на значення преси як «третього елемента», який входить до структури держави [5]. Особливо посередницька функція мас-медіа посилюється в період становлення громадянського суспільства, оснований на принципах демократії і плюралізму, політичної свободи та гласності.

9. Управлінська функція. Цифрова медіакультура, на відміну від інших видів медіакультури, протягом останніх років виконує політичну, управлінську функції. Її недаремно називають «четвертою владою» з огляду на потужну, багатосторонню й масштабну владу медіа над почуттями та свідомістю людей.

Отже, розглядаючи специфіку явища цифрової медіакультури, важливо звернути увагу на особливості функціонування цифрової медіакультури в сучасному інформаційному просторі та її вплив на всі сфери життєдіяльності через такі функції: інформаційну, комунікативну, нормативну, релаксаційну, пізнавальну, креативну, інтеграційну, посередницьку та управлінську.

**Висновки.** Роль цифрової медіакультури в інформаційному суспільстві посилюється, вона поступово стає основним засобом пізнання світу, змінюючи сприйняття реальності, впливаючи на смаки й цінності людей. Отже, є визначальною комунікаційна роль цифрової медіакультури у формуванні інструментів соціальних зв'язків, інституціоналізації, формуванні уявлень, цінностей, соціального життя особистості, процесу соціалізації, вибору ідеологічних установок, моделей поведінки, ідентифікації себе в соціумі тощо.

Тому цифрова медіакультура нині активно розглядається як феномен культурного простору, який уже став невід'ємною складовою культурно-комунікаційної системи й має функціональний комплекс, котрий поширюється на всі сфери суспільного життя. Таким чином, можна підсумувати, що цифрова медіакультура позитивно та негативно впливає на процеси в суспільстві, тому становить значний інтерес для вивчення й подальших досліджень фахівців у галузях соціальних комунікацій, культурології, соціології та політології.

#### Список використаних джерел

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. / Д. Белл. — М. : Академия, 2004. — 788 с.
2. Выготский Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. — М. : Искусство, 1968. — 576 с.
3. Гнатюк Р. Соціальні мережі: співвідношення позитиву і негативу? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/family/socialni-merezhi-spivvidnoshennya-pozitivu-i-negativu.html>. — Назва з екрана.

4. Каган М. С. Философия культуры / М. С. Каган. — СПб., 1996. — 416 с.
5. Кармин А. С. Культурология / А. С. Кармин. — СПб. : Лань, 2003. — 928 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / Мануэль Кастельс. — М. : ГУ-ВШЭ, 2000. — 608 с.
7. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. — М. : Академический проект, 2005. — 448 с.
8. Коган Л. Н. Теория культуры / Л. Н. Коган. — Екатеринбург : УРГУ, 1994. — 362 с.
9. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. — М. : Праксис, 2005. — 256 с.
10. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн. — М. : Кучково поле, 2007. — 464 с.
11. Сайти соцмереж як джерело інформації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/web/social/sayti\\_sotsmerezhh\\_yak\\_dzherelo\\_informatsii/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/social/sayti_sotsmerezhh_yak_dzherelo_informatsii/). — Назва з екрана.
12. Тоффлер Э. Метаморфозы власти / Элвин Тоффлер. — М. : АСТ, 2003. — 669 с.

### References

1. Bell D. Gryadushcheye postindustrialnoye obshchestvo. Opyt sotsialnogo prognozirovaniya. / Daniel Bell. — М. : Akademiya, 2004. — 788 s.
2. Vygotkiy L. S. Psikhologiya iskusstva / L. S. Vygotkiy. — М. : Iskusstvo, 1968. — 576 s.
3. Hnatiuk R. Sotsialni merezhi: spivvidnoshennia pozytyvu i nehatyvu? [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://gazeta.dt.ua/family/socialni-merezhi-spivvidnoshennya-pozitivu-i-negativu.html>. — Nazva z ekrana.
4. Kagan M. S. Filosofiya kultury / M. S. Kagan. — SPb., 1996. — 416 s.
5. Karmin A. S. Kulturologiya / A. S. Karmin. — SPb. : Lan, 2003. — 928 s.
6. Castells Manuel. Informatsionnaya epokha: ekonomika. obshchestvo. kultura / Manuel Castells. — М. : GU-VShE, 2000. — 608 s.
7. Kirillova N. B. Mediakultura: ot moderna k postmodernu / N. B. Kirillova. — М. : Akademicheskii proyekt, 2005. — 448 s.
8. Kogan L. N. Teoriya kultury / L. N. Kogan. — Ekaterinburg : URGU, 1994. — 362 s.
9. Luhmann Niklas. Realnost massmedia / Niklas Luhmann. — М. : Praksis, 2005. — 256 s.
10. McLuhan Herbert Marshall. Ponimaniye media: vneshniye rasshireniya che-loveka / Herbert Marshall McLuhan. — М. : Kuchkovo pole, 2007. — 464 s.
11. Sayty sotsmerezhh yak dzherelo informatsiyi [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: [http://osvita.mediasapiens.ua/web/social/sayti\\_sotsmerezhh\\_yak\\_dzherelo\\_informatsii/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/social/sayti_sotsmerezhh_yak_dzherelo_informatsii/). — Nazva z ekrana.
12. Toffler Alvin. Metamorfozy vlasti / Alvin Toffler. — М. : AST, 2003. — 669 s.



## ■ UDC 316.722

**Khlibko M. A.**, postgraduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv  
*maryna.artonova@gmail.com*

### A FUNCTIONAL COMPLEX OF DIGITAL MEDIA CULTURE

**The aim of this paper** is to explore and summarize the modern research of the functions in media culture and to formulate a functional complex of digital media culture as a phenomenon of social and cultural space.

**Research methodology.** A research of the functions and features of digital media culture resulted in using the scientific methods such as analysis, comparison, classification and generalization. Structural and functional approach made it possible to identify the functions of digital media culture and its influence on society, socialization and personality development, system of values. Statistical data have been widely drawn from the formal and informal surveys conducted by various educational establishments in Europe and the USA.

**Results.** The paper pays attention to the specific features of digital media culture in the modern media space and its impact on all aspects of life through the following functions: information, communicative, regulatory, relaxation, cognitive, creative, integration, mediation and management. The role of digital media culture in the information society is growing rapidly. It becomes the primary means of understanding the world and changes the perception of reality, influences the tastes and values of people. The main task is to define the role of digital media culture in shaping the social relations tools, institutionalization, the formation of concepts, values, personality socialization process, the choice of ideological attitudes, behaviours and so on.

**Novelty.** An attempt is made in this paper at formulating a functional complex of digital media culture as an integral part of culture and communication system.

**The practical significance.** Ukrainian researchers may find the information contained in this article useful for exploring digital media culture in the fields of social communication, cultural studies, sociology and political science.

**Key words:** Media culture, digital media culture, functions of media culture, a functional complex of digital media culture, mass culture, mass communication, media, mass media.

*Надійшла до редколегії 20.12.2016 р.*