

## Актуализация культуротворческого потенциала средствами медиа

Волков В. А.

Учреждение образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», Минск

В статье осуществлен культурологический анализ феномена культуротворчества в аспекте образовательного измерения современного медиапространства. Определено, что доминантным вектором культуротворческого потенциала является производство информационных артефактов, как результат медиатворчества – способ освоения медиакультуры. Охарактеризованы основные формы актуализации культуротворческого потенциала. На основе моделей медиаобразования Беларуси рассмотрено проявление культуротворчества. Установлено, что атрибутивными характеристиками медиакультуры выступают медиаграмотность и медиаобразование, культурологическое наполнение которых есть и практика, и условие адекватной рецепции аксиосферы медиапространства. Описаны возможности культуротворчества в контексте медиакультуры, которая является одним из феноменов медиапространства, приобретая новые эстетические ценности, преобразуясь в новый вид искусства. Изучена роль троллинга как нового культурного понятия в сетевом медиапространстве. Автор обращает внимание на то, что культуротворчество в настоящее время зависит от технических возможностей медиапространства.

**Ключевые слова:** культуротворческий потенциал, медиатворчество, медиапространство, медиакультура, троллинг.

(Искусство и культура. – 2017. – № 2 (26). – С. 44–49)

## Actualization of Culture Creativity Potential by Media Means

Volkov V. A.

Educational Establishment «Belarusian State University of Culture and Arts», Minsk

The article presents the analysis of the cultural phenomenon of culture creativity in the aspect of educational measurement of contemporary media space. It was determined that the dominant vector of the culture creative potential is production of information artifacts that are the result of media creativity – of the method of the development of media culture. The main forms of actualization of culture creative potential are characterized. On the basis of models of media education in Belarus the manifestation of culture creativity is considered. It was revealed that the attributive characteristics of media culture are media literacy and media education, the cultural content of which is both the practice and the condition of adequate reception of the axiosphere of media space. Possibilities of culture creativity in the context of media culture are described, which is one of the media space phenomena, acquiring new aesthetic values, becoming a new kind of art. The role of trolling as a new cultural phenomenon in the media network is described. The author draws attention to the fact that culture creativity is now dependent on the technical possibilities of the media space.

**Key words:** culture creativity potential, media arts, media space, media culture, trolling.

(Art and Cultur. – 2017. – № 2 (26). – P. 44–49)

Одной из основополагающих проблем современного информационного общества является диалектическая взаимосвязь между культурой, информационными процессами, происходящими в медиапространстве и стимулируемыми ими творческими интенциями. В качестве такого процесса выступает использование ресурсов медиапространства в образовательной деятельности. Объективация использования термина «культуротворчество» конкретизируется тем, что фокус исследования медиа в условиях конвергенции сместился с их традиционных функций на анализ воспроизводства новых информационных артефактов, тиражирование которых приводит к модификации культурной системы. Актуализация этой проблемы обусловлена использованием полисемантического концепта «культуротворчество».

Современный культурологический дискурс дополняется опытом большого количества гуманитарных дисциплин – психологии, социологии, экономики. Такие исследователи, как Ф. Джеймисон, Ж. Бодрийяр, П. Вирильо, отмечали роль аудиовизуальной информации в современной цивилизации. В свою очередь западноевропейские ученые Т. Адорно, Г. Барта, Ж. Деррида, М. Маклюэна, Г. Маркузе, С. Жижека, Н. Фуко, Г. Дебора, М. Кастельса и др. в трудах по философии, культурологии, социологии акцентировали внимание на проблемах медиа. Белорусская гуманитарная мысль обращалась к проблемам инкультурации личности в условиях современного медиапространства (Т. М. Смоликова), условиям самоактуализации личности в условиях техногенного общества (И. Н. Воронович).

Вместе с тем последствия виртуализации социокультурного пространства, создающего среду

Адрес для корреспонденции: e-mail: vladsim2@yandex.ru – В. А. Волков

культуротворчества, например, в образовательной деятельности, остаются недостаточно освещенными на культурологическом уровне.

Новизной данной статьи является анализ диалектического взаимодействия медиа и производства ими продукта в проекции медиакультуры.

Цель статьи – раскрыть содержание культуротворческой функции медиа, которая образовалась в эпоху глобализации, выявить ее производные ценности.

Значение термина «медиа» само по себе лишено субстанциональности и имеет лишь релятивную или коррелятивную значимость (корень «*medios*» в индоевропейских языках имеют примерно одно и то же значение: «средний», «промежуточный», «посредник»), однако, это наиболее полно уточняет само понятие «образование». За глубоким аналитическим рассуждением Г.-Г. Гадамера в трактовке понятия «образование» скрываются как минимум два смысла, которые наиболее точно соответствуют английскому ветвлению значений глаголов «*learn*» и «*form*». Первый представляет образование как процесс, второй – образование как формирование в значении, которое близко к «горообразованию», «кристаллизации», т. е. формированию чего-либо из ничего [1, с. 48].

Одним из способов бытия медиа в культуре является культуротворчество как процессуальное бытие ценностно-смыслового универсума в культурных формах [2, с. 86]. Согласно мнению культуролога Н. Б. Кирилловой, истоки культуротворчества лежат в медиакультуре: «...совокупность информационно-коммуникативных технологий (далее ИКТ), которые были выработаны человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующие формированию общественного сознания и социализации личности. Все медиа включают в себя культуру представления информации и систему уровней развития личности, способной к “чтению”, анализу и оценке медиатекста, занятию медиатворчеством, освоению новых знаний, умений средствами медиа» [3, с. 8].

Экстраполируя эти утверждения на культуротворческий потенциал, определим его составляющие:

- личностно значимый компонент: познание личностью себя, формирование креативных способностей; привлечение к художественной деятельности, в процессе которой развивается комплекс соответствующих компетенций; профессиональная ориентация; познание личностью среды как образовательного пространства существования; умение отличить некачественные образцы массовой культуры и потребления, выявить их истинную эстетическую и этическую ценность и направить собственную оценочную деятельность в русло положительных общественных и гражданских требований;

- общественно обусловленный компонент: видение культуры как универсального социального феномена, который обеспечивает понимание общечеловеческих и национальных ценностей, образов и идеалов, осознание своеобразия человечества, сходства и различия культурных традиций;

реализация общественной педагогической макротехнологии эстетического воспитания как мощного средства формирования креативных способностей значительной группы населения.

Потенциал медиатехнологий в контексте медиапространства рассматривается в трех системных проекциях: дидактической, социализирующей и культурно-коммуникативной.

**Формы актуализации культуротворческого потенциала.** Основными формами актуализации являются взаимоотношения его субъектов и объектов с информацией и возможностью медиа: субъект-рефлексивная, объект-ресурсная и художественно-коммуникативная.

Субъект-рефлексивная форма определяется положением, что субъект учащийся в культуре овладевает аналитическими и рефлексивными способностями, исходя из теоретического базиса этой культуры. Субъект овладевает информационными навыками культуры информационного общества, а также его средствами, что вызывает определенный интерес к работе с медиаинформацией.

Объект-ресурсная форма представляет собой технологическую составляющую, когда медиа средства и технологии активно используются в процессе культурного производства, тем самым делая зависимой культуру от медиа.

Художественно-коммуникативная форма центрирует внимание на аспектах коммуникации. Коммуникативные технологии становятся доминантными формами деятельности и мировоззрения мирового социума. Доминирующими в глобальном медиапространстве стали такие художественно-коммуникативные формы, как «инстаграм» («селфи»), «флешмоб», «профлеш», «интернет-мем», «блог» («блогосфера») и др. Все эти формы коммуникативной деятельности являются как социальными, так и художественными системами, наиболее комплексными из всех существующих систем. Массовая медийная образность, направленная на привлечение внимания, доминирует над уникальной художественной формой. Зависимость творчества в данной сфере диктуется средствами визуализации и репрезентации: (цифровая фотосъемка, видео, компьютер и т. д.). В этом процессе концепт художественной формы существует наравне с концептом эффективности и информативности.

**Культуротворческий потенциал в контексте медиакультуры.** Экспликация принципов системности потенциала медиапространства в дидактическом срезе выражается в триаде: медиакультура, медиаобразование и медиаграмотность. Рассмотрим их свойства на примере современного учебного процесса высшей школы.

Медиакультура – совокупность духовных ценностей, созданных информационно-коммуникационными средствами, функционирующих в обществе, элементов культуры коммуникации, поиска, сбора, производства и передачи информации, а также культуры ее восприятия социальными группами и социумом в целом [4, с. 318].

К медиакультуре относится целый спектр как традиционных средств массовой коммуникации,

так и новейшие мультимедийные средства, благодаря которым создает медиапространство – совершенно новая реальность, что в терминологии Ж. Бодрийера является гиперреальностью.

Среди основных функций медиакультуры следует указать следующие: информационная, коммуникативная, интермедиаальная (объединяющая, посредническая), аксиологическая (ценностно-смысловая), идеологическая, развлекательная, креативная, интеграционная. Кроме того, одним из важнейших свойств современной медиакультуры является тотальная глобализация. Поэтому на современном этапе возникает острая необходимость осмысления медиа на институциональном уровне.

Полифункциональный спектр медиакультуры определяет ее составляющие, которые обеспечивают функционирование информационных процессов как целостной системы. Необходимость грамотно использовать потенциал медиа определяет новые подходы к обучению. Медиаграмотность – выработанная способность аудитории критически анализировать медиасообщения, сознательно воспринимать и критически толковать информацию, отделять реальность от ее виртуальной симуляции, а также понимать структурные элементы, которые влияют на информацию (владелец медиа, модель финансирования, политические предпочтения и т. д.) [5].

Очевидно, что интегратором этих двух понятий является медиаобразование, задача которого – подготовка молодого поколения к жизни в современных информационных условиях. Его объектом становится описание содержания, ассоциаций, параллелей, особенностей медиатекста, а также изучение «Метаязыка» и поиск путей перехода из одной семантической системы в другую по определенным правилам декодирования [5]. В качестве культурологического контекста медиаобразования может выступать диалог культур, позволяющий анализировать медиаобразование на уровне сопоставления образовательных моделей и подходов в различных странах мира, следовательно, обогащать теоретико-методологическую базу образовательного измерения медиа.

Использование текстов электронных СМИ, технологий сетевых коммуникаций в медиаобразовании позволяет активизировать процесс формирования личности, одним из результатов которого является развитие навыков и культуры использования медиа, критического мышления, формирования креативно-творческих навыков, рецепции, рефлексии, интерпретирования и анализа медиатекстов, представляет активный базис культуры творчества и самовыражения. Медиаграмотность помогает человеку пользоваться информационными возможностями сетевых СМИ, способствующих лучшему пониманию языка массовой культуры. Среди задач медиаобразования – формирование критического мышления, принципов создания и функционирования СМИ и медиакommunikаций. СМИ в этом аспекте преобразуют, обогащают современную культуру в ее разнообразии. Эта деятельность требует не только достаточно высокого

уровня академических знаний, но и высокого профессионализма, изобретательности.

Согласно этим задачам определяются главные цели медиаобразования: осуществление подготовки обучающейся аудитории к жизни в современных информационных условиях; обучение теории медиа и медиакультуры; выработка аналитических умений работы и информацией, а также определения ее ценностной составляющей; проявление манипуляционных воздействий медиа; ориентация учащихся и студентов на развитие «критического мышления»; выработка стойкого иммунитета к ложной, искаженной информации; оценка эстетических качеств медиатекстов; формирование медиаграмотности.

Таким образом, «Хронос» и «Логос», которые конституируют смыслы термина «медиакультура», на первый взгляд, являются четко определенными. Однако стоит сосредоточить внимание на таких аспектах, как творчество, креативность, продуктивность, которые обуславливают процесс творения культуры. Феномен креативности, который органически «вписывается» в концепцию медиаобразования, – один из основных ценностных критериев культуротворчества.

В Беларуси в последние десятилетия сложилось несколько подходов, целей и задач в научной школе медиапедагогики. Среди них наиболее выделяются следующие: подход, объединяющий формирование основ медиаграмотности в высшей школе с выработкой автономного критического мышления индивида к медиа. В данном направлении работают такие исследователи, как Т. С. Жилинская, Л. Д. Глазырина, Г. В. Онкович и др.

Второе направление – это экология медиапространства. Согласно взглядам Н. П. Хозяевой, медиа представлены нам в амбивалентной природе: в попытке использования как можно большего спектра ИКТ происходит размытие идентичности [6, с. 65].

В диссертационном исследовании Т. С. Жилинской по результатам диагностики выявлено, что уровень сформированности теоретических и технологических основ медиакультурной грамотности, информационно-аналитических знаний студентов Белорусского государственного университета культуры и искусств достигает соответственно 42,0 и 29,2% (когнитивный компонент), а уровень сформированности аналитико-синтетических и коммуникативных умений (функциональный компонент) – 34,1%. По обоснованным критериям это соответствует базовому уровню (21–40%). Такая ситуация означает, что сформированы отдельные информационно-аналитические знания и умения, которые используются в основном для задач, выполняемых рядовым пользователям медиапространства, без учета собственных возможностей, способностей и особенностей конкретной профессиональной ситуации, с ограниченным использованием различными сетевых СМИ, компьютерной техники, коммуникативных каналов. Педагогический эксперимент включал применение культурологического подхода, на основе этого разработали научно-методическое обеспечение

формирования основ медиакультуры для специальности «Культурология»: типовую учебную программу, две учебные программы, учебно-методическое пособие, опорные конспекты, электронное медиасредство обучения. Результатом этого стало увеличение показателя формирования основ медиаграмотности студентов – 83% [7, с. 18]. Это позволяет утверждать, что использование инновационно-творческих, но в то же время исследовательских методов реализации медиаобразования, например, веб-исследования (веб-квест, чат-дискурс, вебинар), делает возможным достижение положительных результатов, среди них, важными следует назвать высокую мотивацию на достижение успеха, расширение спектра источников информации в интернете (использование электронных библиотек, сайтов научных учреждений, электронных научных изданий, научных трудов), которыми стали пользоваться участники эксперимента. Выполненные студентами задания (доклады, аналитические записки, тезисы, статьи, комментарии, проекты) свидетельствуют об применении более широкого арсенала методов анализа информации, ее синтеза, положительно отражаются на их медиакультуре.

Эти два направления можно отнести к «просветительскому проекту» медиаобразования. В Белорусском государственном технологическом университете была реализована альтернативная медиаобразовательная модель, в которой акцент сделан на эстетической составляющей медиа и визуальных коммуникаций. В рамках этой модели была разработана концепция учебных программ для студентов магистратуры по специальности «Журналистика» и студентов первой ступени образования, сочетающие в себе принципы междисциплинарности, теории и практики медиа. Некоторые страницы истории этого эксперимента послужат фундаментом дальнейших разработок в сфере поиска «креативных» моделей медиаобразования. Для реализации этой модели основными задачами были: проведение эксперимента по подготовке студентов специальности «Журналистика»; определение основных концептуальных стратегий и научно-теоретических направлений подготовки специалистов по вышеуказанной специальности с учетом как корпуса исследований западных и отечественных медиатеоретиков, так и опыта медиаобразования в ведущих университетах мира; реорганизация факультета «Издательского дела и полиграфии» в факультет «Принттехнологий и медиакоммуникаций» [8].

Отметим, что творчество и креативность – неотъемлемые элементы культуротворческого процесса. Поэтому необходимо учитывать специфику реализации учебных ситуаций, сочетающих оптимальный баланс между этими категориями. В соответствии с решением совета Белорусского государственного технологического университета подавляющее большинство гуманитарных и специальных учебных дисциплин реализуют эти условия. Например, в их числе разработаны учебные программы «Брендинг», «Инфографика», «Мультимедиа-бизнес», «Электронный PR»,

«Логомейкерство», «Интернет-телевидение», «Аудиовизуальный контрапункт» и др. В направлениях традиционных медиа – «Печатные СМИ», «Искусство фотоимпровизации», «Современные телекоммуникации», «Особенности работы информагенства» и др.

Эти факты указывают на то, что данный эксперимент на основе европейского прототипа Media & Communications является успешным и перспективным, поскольку он представляет креативную медиаобразовательную модель как среду, в рамках которой реализуется культуротворческий потенциал.

Культуроцентричные тенденции образования меняют доминантные смыслы образовательной парадигмы. Происходит «идентификационный сдвиг» в восприятии субъекта, обучающего от потенциальной «социопроизводящей функции» к позиционированию как субъекта, который учится культуре [9, с. 11]. Такое культурологическое понимание образования предопределяет, что творческий акт – это процесс раскрытия личностных креативно-эвристических потенциалов.

Медиакультура как часть культуры информационного общества создает пространство для нового вида творческой деятельности личности – медиаторства. Диалектическая связь медиаобразования и медиаторства в культурологической парадигме проявляется в их культуротворческом потенциале (Н. Маклюэн, К. Базелгет, С. Харт). Так, практическая теория медиаобразования рассматривает медиаторство в его практической реализации, ориентированной на создание медиапродуктов. Медиаторство становится онтологической сущностью человека в медиапространстве, способом преодоления вызовов будущего и осмысления медиареальности.

Исследование феномена медиаторства в контексте понимания сути культуры как процесса непрерывной циркуляции и межкультурного обмена дало возможность рассмотреть его как транскультурный феномен, который отражает специфику социокультурного процесса. Вместе с тем диалектическое сочетание глобального и локального (национального, регионального), основательное изучение их взаимодействия как одного из средств коммуникативных процессов в культурном пространстве определяет составляющие культурно-творческой деятельности и ее продуктов в мировом медиапространстве, и в частности, нашей страны, являясь весьма актуальными и плодотворными как для дела национальной самоидентификации, многовекторности, в начертании стратегических путей национальной культуры, так и для интеграции в мировое культурное пространство.

**Медиаторство.** Развитие медиаторства – процесс перехода от потребительского уровня взаимодействия с медиа на уровень создания медиаконтента. В качестве такого перехода можно указать создание информационных культурных артефактов: электронная музыка, медиарт (арт-инсталляции, компьютерное искусство, интерактивное искусство и т. д.), коллективное сетевое творчество. Так, в звуковой инсталляции

«Золотой рог» в Стамбуле (созданной компанией NEF в 2012 г.) основное место в презентации произведения играет звук: специальные трубы при помощи компьютерной обработки собирают всевозможные звуки на высотном здании (звуки птичьего щебета, шум ветра, электронных помех и т. п.). Эти звуки раздаются в воздухе и символизируют музыку контрабасиста Ч. Мингуса. В данном случае речь идет о вовлеченности в производстве медиаарта только аудиальной компоненты. Подобную характеристику можно констатировать в случае с архитектурно-звуковой инсталляцией в Дании компании «Экко». В качестве масштабного репрезентативного уровня медиаискусств можно упомянуть «DA Fest» – международный фестиваль, организованный Национальной академией художеств Болгарии для репрезентации новых тенденций и важных событий в области цифровых искусств – цифрового видео, медиа и нет-арта и др. Фестиваль выполняет свою миссию по созданию образовательной и культурной среды в области цифрового искусства, создавая платформу для диалога между художниками, студентами, исследователями, критиками.

Виртуальное искусство можно рассматривать как новый художественный феномен. В качестве примера следует указать театральные медиапостановки. Так, спектакль «Женщина из прошлого» украинского театра «Вильна сцена» по пьесе драматурга Р. Шиммельпфенинга демонстрирует широкий спектр тенденций современного театра, синтезирует в своем художественном тексте множество мультимедийных элементов. Игровой простор трансформируется чередованием видео-проекций, световых рисунков. Вместе с актерами находятся их виртуальные двойники.

Задействование таких гибридных видов искусств, как медиаархитектура, интерактивные видеоинсталляции является фактором, стимулирующим культуротворчество. Явная связь медиаторчества и культуротворчества диктуется императивом медиапространства: усиление возможностей медиа пропорционально действиям, благодаря которым эта среда трансформирует некоторые виды искусств.

Современный опыт визуализации дает возможность разделить медиаискусство на медиа-арт, сетевое искусство и проектную деятельность – моделирование альтернативных сред в кинематографе, на телевидении, в сети интернет. Как отмечают авторы труда «Лексикон неклассики: художественно-эстетическая культура XX века», в центре интересов новой виртуальности – не «третья реальность» постмодернистских художественных симулякров, пародийно копирующих «вторую реальность» классического искусства, а виртуальные артефакты как компьютерные двойники действительности, иллюзорно-чувственная квазиреальность. Виртуальный артефакт – автономизированный симуляр, чья мнимая реальность отторгает образность, полностью порывая с референциальностью [10, с. 74].

Благодаря авангардности новых форм визуальной репрезентативности выделяются

исследования массмедийного элемента художественных течений с моделированием пространственных визуализаций поликультурной среды. Понятие визуальной репрезентации может рассматриваться как феномен на грани моделирования культурологических, эстетико-искусствоведческих основ современности, а также философских и психологических наук. Это своеобразное исследовательское поле, в которое входят задачи исследования самой модели визуальной репрезентации с точки зрения как классических подходов, так и изучения влияния на когнитивные аспекты визуального мышления, трансформации плюральности и появления новых художественных форм.

Совокупность компьютерных технологий является стимулом и средством расширения коммуникативных возможностей. Владение новыми системами помогает продуцированию художественных ценностей. Выявление новых потенциалов способствует приобретению опыта, что активизирует новые художественные формы. Интерактивные технологии упрощают этот процесс. Материальная и нематериальная формы переживаются в цифровом творчестве. Этот инструментарий позволяет сделать более эффективным творческое развитие. Так, например, компьютерный дизайн стал самым мобильным направлением экранного творчества. Новые технологии открыли возможность освоения искусства для всех желающих: это и интернет-экспозиции художественных произведений, их популяризация, графическое моделирование, мультипликационные технологии и их развитие, создание музыкального сопровождения и др.

Новые средства коммуникации в культурологическом аспекте могут приобретать разные смысловые коннотации: исполнитель, автор, режиссер. Существование медиапространства актуализирует новые типы и формы художественной практики. Традиционность, классичность представлений ставят вопрос поиска критериев и социокультурных оснований коммуникаций, влияющих на креативность определения их в плоскости современных рефлексий культуры, что позволяет исследовать аксиосферу медиапространства как комплексного феномена медиакультуры.

Вместе с этими существенными преимуществами возникают явления, порождающие необходимые коллизии в медиакультуре – в частности троллинг, который связан с термином «коммуникативное поведение». Среди пользователей медиапространства активно применяются такие понятия, как «флейм», «флуд», «холивар», «спам», выражающего типы сетевого коммуникативного поведения. В числе его многообразного проявления отметим сетевую активность пользователей, направленную на манифестацию различий в нормах и традициях общения народов, что выражается в условиях непосредственной межкультурной коммуникации, выражается в непонимании, неадекватной интерпретации или прямо отторжении той или иной коммуникативной нормы или традиции народа» [11, с. 7]. Авторы подчеркивают, что его проявление фиксируется и в сфере невербального коммуникативного поведения, например, визуальной

коммуникации (фото, видео, плакаты), а также в сфере социального символизма (флаги, цвета и др.) того или иного народа.

Однако следует отметить, что троллинг не всегда отрицателен. Им интересуются и занимаются преимущественно люди, которые в силу желания самореализации хотят выразить протест негативных понятий в социуме, политике, экономике, религии и т. д. Так, например, одним из самых противоречивых сетевых троллей в российской массовой культуре является «Mr. Freeman», виртуальный персонаж, демонстрируемый в ряде видеороликов. Функциональность данной личности преимущественно положительная. Основная идея мультфильма – заставить зрителя задуматься над тем, что происходит в мире. Это сочетание философского монолога-иллюстрации современной жизни без прикрас и вульгарной разговорной лексики. Это персонально-ориентированная провокация в видеоформате. В каждом ролике раскрываются основные интересы и ценности современного общества: интернет, здоровье, хобби, работа и обучение. Каждая серия представляет собой спокойную повествовательную канву, которая перемежается определенными фрагментами в ключе жесткой провокации [12].

Отметим, что вместе с негативно настроенным количеством пользователей в социальных сетях, популяризация образа тролля в сетевом пространстве растет. Сетевой троллинг привлекает своих пользователей тем, что не ограничивает их по возрасту, вероисповеданию, социальному или гендерному статусу. Вместе с негативными характеристиками, которые сегодня в большей степени предписываются троллингу в журналистике и научных исследованиях, следует отметить, что троллинг в современных социальных сетях выполняет роль некоего регулятора социально-политических отношений, указывая на проблемные, «болевы точки» в обществе. Кроме того, белорусский троллинг имеет свои специфические национальные признаки: его сторонники троллинга – люди со здоровым чувством юмора, которые своими протестами и восприятием действительности настраивают сообщество на закрепление белорусской коллективной идентичности.

**Заключение.** Доминирующая роль медиа в информационном обществе является фактором появления медиакультуры и также фактором трансформации культуры, что образует новые стратегии философско-культурологического познания. Медиа трансформируют культуру путем творчества. Нет такой сферы культуры, ее форм и направлений, которые не подверглись воздействию медиа. Интенсивное развитие медиа является тем источником, который обуславливает наличие медиапространства, медиакультуры.

Аксиосфера медиапространства выражена в медиакультуре. Результатом его комплексного проявления служит медиаторство в процессе медиаобразования. Ее анализ осуществляется, прежде всего, как рефлексия культурных процессов, развивающихся в контексте и под влиянием электронно-коммуникационных технологий и

одновременно как определение культурной значимости самых новых технологий, трансформируют культуру.

Одним из объективных векторов формирования культуротворческого потенциала является медиаторство, которое интегрирует различные жанры творчества в медиакультуре и ее продуктивные, коммуникативные и перцептивные аспекты. Медиаискусство – это продукт творчества пользователей и потребителей медиапространства, в котором содержится духовное послание личности относительно видения и собственной оценки мира, в котором она живет. С этой точки зрения возникновения новой художественной практики – это тотальность человеческой чувственной культуры, ее творческой природы, которая приближает человека к миру, помогает воспринимать и переживать его разнообразие, конфликтность, противоречивость, трагизм, открытость к новым формам культуротворчества. Актуализация культуротворческого процесса объективно продиктована новыми видами медиаискусств.

Результаты исследования могут быть использованы при разработке и преподавании курсов «Теория и история культуры», «Социальная философия», «Философия культуры» и др.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Roesler, A. Philosophie in der Medientheorie: Von Adorno bis Žižek / A. Roesler – München: Fink Verlag, 2008. – 462 p.
2. Леонтьева, В. М. Онтология культуры: экзистенциально-антропологические основы культуротворчества / В. М. Леонтьева. – М.: Прогресс, 1990. – 216 с.
3. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодернизму / Н. Б. Кириллова. – М.: Академ. Проект, 2005. – 448 с.
4. Федоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Федоров. – Таганрог: Кучма, 2004. – 340 с.
5. Осадчий, В. В. Анализ проблемы профессиональной подготовки медиаграмотных учителей в Украине [Электронный ресурс] / В. В. Осадчий. – 2015. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-problemy-professionalnoy-podgotovki-mediagramotnyh-uchiteley-informatiki-v-ukraine>. – Дата доступа: 05.12.2016.
6. Хозяева, Н. П. Медиатеория и медиaprактика: точки соприкосновения / Н. П. Хозяева // Медиaфилософия IV. Методологический инструментaрий медиaфилософии. – СПб.: С.-Петербург. Филос. об-во, 2010. – С. 65–68.
7. Жилинская, Т. С. Формирование основ медиакультуры студентов при обучении информационным технологиям (на примере специальности «Культурология») : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Т. С. Жилинская; Беларус. гос. ун-т им. М. Танка. – Минск, 2014. – 32 с.
8. Факультет принттехнологий и медиакоммуникаций веб-ресурс (издательского дела и полиграфии) [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [https://idip.belstu.by/?\\_ga=1.21220411.1449937677.1478432891](https://idip.belstu.by/?_ga=1.21220411.1449937677.1478432891). – Дата доступа: 10.11.2016.
9. Возчиков, В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества: автореф. дис. ... д-ра философ. наук: 09.00.11 / В. А. Возчиков. – СПб., 2007. – 41 с.
10. Бычков, В. В. Лексикон неклассики. Художественно-эстетическая культура XX века / В. В. Бычков. – М.: РОССПЭН, 2003. – 607 с.
11. Прохоров, Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение: учеб. пособие / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. – М.: Наука, 2011. – 328 с.
12. Mr. Freeman [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mf0.me>. – Дата доступа: 12.01.2016.

Поступила в редакцию 26.01.2017 г.