

УДК 130.2: [316.774+179.6] "20"

Цитування:

Гайдук О. М. Вплив інформаційної культури на формування образу супергероя ХХІ століття. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2021. № 2. С. 75-78.*

*Гайдук Оксана Михайлівна,
аспірантка кафедри культурології
та інформаційних комунікацій
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4043-3540>
unp.gaiduk@gmail.com*

Gaiduk O. (2021). The influence of information culture on the formation of the image of a superhero of the XXI century. National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal, 2, 75-78. [in Ukrainian].

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ СУПЕРЕГЕРОЯ ХХІ СТОЛІТТЯ

Мета роботи – дослідити вплив інформаційної культури на формування образу супергероя ХХІ століття.

Методологія дослідження включає такі методи, як аналіз, синтез та системний підхід, що дає можливість прослідкувати та визначити вектор впливу інформаційної культури та цифрових процесів, що відбуваються у зв'язку з інформатизацією суспільства, на трансформацію образу супергероя. **Наукова новизна** полягає у визначенні складових у формуванні образу супергероя, а саме інформаційної складової цього феномену в культурному середовищі; проаналізовано особливості становлення народного героя як основи самоідентифікації сучасного українського суспільства в контексті специфіки інформаційно-комунікаційних технологій. **Висновки.** Інформаційна культура сприймається як сфера культури, що пов'язана з функціонуванням інформації в суспільстві і формуванням інформаційних якостей особистості. Однак феномен впливу інформаційної культури на формування образу героя через основу самоідентифікації суспільства в сучасному вимірі досі залишається не дослідженим. На персональному рівні людина знаходиться в оточенні образів, суперечливих і несумірних, та починає просто споживати символи й образи новостворених супергероїв. Структура інформаційної культури включає світоглядну компоненту, що забезпечує мотивацію інформаційної підготовки особистості; знання про інформаційне середовище, закони його функціонування, вміння орієнтуватися в інформаційних потоках. Інформаційний рівень сучасної людини визначається його інформаційною культурою, а інформаційна культура особистості, як культура взагалі, відображає активну творчу діяльність людини, і відповідно, розвиток самої людини, як суб'єкту цієї діяльності.

Ключові слова: образ супергероя, інформаційна культура, інформаційний світогляд, культура, інформаційна епоха.

Gaiduk Oksana, postgraduate of the culturelogy and information communications, National Academy of Culture and Arts Management

The influence of information culture on the formation of the image of a superhero of the XXI century

The purpose of the article is to investigate the influence of information culture on the formation of a superhero image of the XXI century. **The research methodology** includes such methods as analysis, synthesis, and systems approach, which makes it possible to trace and determine the vector of influence of information culture and digital processes taking place in connection with the informatization of society, on the transformation of the image of a superhero. **The scientific novelty** lies in the fact that virtual and augmented reality in the popularization of Ukrainian superheroes acts as a phenomenon that is considered not only as a result of interaction with people but also as an artifact of the new information era; the peculiarities of becoming a national hero as the basis of self-identification of modern Ukrainian society in the context of the specifics of information and communication technologies, are analyzed. **Conclusions.** Information culture is considered as a sphere of culture associated with the functioning of information in society and the formation of information qualities of a person. However, the phenomenon of the influence of information culture on the formation of the hero's image through the basis of society's self-identification in the modern dimension still remains unexplored. On a personal level, a person is surrounded by images, contradictory and disproportionate, and begins to simply consume the symbols and images of newly created superheroes. The structure of information culture includes a worldview component that provides motivation for information training of the individual; knowledge of the information environment, the laws of its operation, the ability to navigate in information flows. The information level of modern man is determined by his information culture, and the information culture of the individual,

as a culture in general, reflects the active creative activity of man, and, accordingly, the development of man himself as a subject of this activity.

Key words: superhero image, information culture, information worldview, culture, information age.

Актуальність теми дослідження зумовлена недостатнім рівнем вивчення впливу інформаційної культури на формування образу супергероя ХХІ століття.

Спроби наукових досліджень інформатизації культури та розвитку інформаційного суспільства у кінці ХХ ст. зумовлені стрімким розвитком новітніх технологій обробки інформації і комунікації. Один з відомих дослідників соціокультурних трансформацій сучасного суспільства М. Кастельс вважає, що з причини новизни мультимедіа важливо всебічно оцінити їх вплив на культуру суспільства, однак можна стверджувати, що насуваються дійсно фундаментальні зміни [5]. Йдеться не просто про зміни технологічних умов буття, що спрощують комунікацію, навчання, виробництво та інші види діяльності людини, а про принципово новий сенс звичних понять, переосмислення цінностей і формування нових героїв в інформаційному просторі.

Аналіз досліджень і публікацій з окресленої проблеми дає змогу розкрити цей напрямок як інструментарій у моделюванні цього образу сучасного супергероя. Саме інформаційна культура є характеристикою інформаційної сфери життєдіяльності людей, у якій ми можемо відзначити ступінь досягнутого, кількість і якість створеного, тенденції розвитку, ступінь прогнозування майбутнього, вона відображає рівень досягнутого в розвитку інформаційного спілкування людей. Іншими словами, інформаційна культура виступає як система матеріальних і духовних способів забезпечення єдності й гармонії у взаєминах людини, суспільства та інформаційного середовища [6].

Термін «інформаційна культура» вперше з'явився у 70-х роках ХХ ст. Перші праці, що висвітлювали проблему формування інформаційної культури, були опубліковані працівниками бібліотек К. Войхановською, Б. Смирновою, Е. Шапиро та інші.

У широкому сенсі інформаційну культуру усвідомлюють як культуру комунікацій – подання, сприймання та користування інформацією (як на рівні соціально-комунікаційних інститутів, так і окремих соціальних груп); у найбільш вузькому сенсі – як культуру спілкування.

Дослідники Л. С. Винарик та Н. Ф. Васильєва визначають інформаційну культуру як «...рівень практичного досягнення розвитку інформаційної взаємодії і всіх інформаційних відносин у суспільстві, міра досконалості в оперуванні інформацією з використанням нових інформаційно-телекомунікаційних технологій» [3, 85], акцентуючи увагу на інформаційно-технологічному її спрямуванні.

Інформаційний світогляд – це певна система поглядів на інформаційну сферу суспільства, її формування та механізми функціонування, особистісні переконання, ідеали, загальноприйняті положення, які зумовлюють духовно-практичне ставлення людини до інформаційного світу, її спосіб сприйняття, осмислення, оцінки довкілля і самої себе як конкретного суб'єкта пізнання і практики; можна характеризувати сукупністю уявлень, переконань, знань та умінь. Як зазначає С. Г. Антонова, інформаційний світогляд виробляється не стільки як певна модель установок особистості, скільки як процес володіння навичками розуміння чужого судження, співвіднесення його з власним. Інформаційний світогляд формується як неперервний процес розширення і поглиблення знань і обґрунтування на цій базі власних переконань [1].

Наукова новизна полягає у тому, що інформаційна культура має неабиякий вплив і починає виступати як артефакт нової інформаційної епохи, що виражає дію нових комунікативних зв'язків між людьми і сприяє популяризації українських супергероїв.

Мета роботи – аналіз впливу інформаційної культури на формування образу супергероя ХХІ століття.

Виклад основного матеріалу. Зростання потоку інформаційного обміну між людьми породило новий тип культури – інформаційну, що стала якісною характеристикою життєдіяльності людини в царині отримання, зберігання, передавання і використання інформації.

Вивчення основ інформаційної культури дає змогу виявити фундаментальні антропологічні характеристики, що визначають досягнення людиною природного і культурного оточення, забезпечує кумуляцію і трансляцію культурного досвіду, сприяє вирішенню проблем співвідношення

уніформного і різноманітного в культурі [4, 211].

Формування інформаційної культури у цілого покоління людей є соціальним замовленням інформаційного суспільства, перехід до якого почався з другої половини ХХ століття. Це століття визначило головним ресурсом інформацію, а основними технологіями – інформаційні технології пошуку, подання, обробки, збереження та використання інформації. Під інформаційною культурою суспільства можна розуміти деяку сукупність досягнень у галузі його інформатизації: ступінь задоволення людей наявною інформацією, рівень оснащення комп'ютерною технікою та засобами зв'язку, кількістю людей, які використовують інформаційні технології в повсякденному житті.

Культуру й інформацію, як зазначає А. І. Арнольд, поєднують такі чотири чинники: універсальність; єдність спрямованості на свідомість і життєвиявлення людей; соціальна детермінованість з тенденцією до глобалізації; орієнтація на особистість з тенденцією до індивідуалізації [2]. Зростання ролі інформаційної культури в житті людини в нових інформаційних умовах, становлення індивідуально-гуманітарної парадигми в утворенні обумовило включення дослідниками (Г. А. Бордовський, В. А. Візників, Е. Я. Коган, Ю. А. Первин та ін.) змісту інформаційної культури світоглядних та інших складових, що відображають мотиваційну сферу особистості в його взаємодії з інформаційним середовищем [5, 9].

Якість та спрямованість інформаційного впливу безпосередньо залежить від того, як формувався образ народного супергероя і як його було презентовано суспільству. Цілеспрямоване та організоване застосування засобів представлення образу супергероя веде до більш якісного засвоєння людиною трансльованої інформації: орієнтирів, цінностей та норм. Отже, можемо підсумувати, що становлення образу супергероя на певних культурних етапах можуть стати вагомим джерелом інформації, що впливає на морально-етичний, пізнавальний та соціальний розвиток особистості в інформаційному суспільстві.

У ХХІ ст. суспільство надає перевагу візуально-образному вираженню думки, яке значно спрощує сприйняття інформації. Саме тому, сучасне покоління сприймає своїх супергероїв крізь призму коміксів, новітніх

технологій віртуальної та доповненої реальності, що створюють умови для механічного репродукування образів.

У сучасних умовах розвитку інформаційних технологій зростає інформаційна культура, або кіберкультура, яка впливає на мозок, свідомість і підсвідомість людини. [8]. Саме цей термін свідчить про радикальні зміни в ментальності та сенсорному досвіді сучасної людини, які були спричинені запровадженням і розвитком нових комунікаційних технологій наприкінці ХХ століття.

Герой – це яскрава непересічна особистість. У цьому контексті доречними є слова С. Кримського про особистість як індивідуальну неповторність нації, адже кожна нація – це теж історична особа [7]. Сутність поняття «герой» визначає ідея готовності змінити, перетворити, вдосконалити світ і людей. Культурний герой виступає як історична особа, і як збірний образ, втілюючи ідеалізований, міфологізований варіант непересічної особистості. Риси, які зазвичай приписують герою, – значущість (масштабність), добротворення.

Герой-сучасник – не лише міфологізований звитяжець, лицар, митець, це також людина, яка перебуває в пошуках своєї сутності, ідентичності, місця у світі. Творці актуального мистецтва в різний спосіб звертаються до феномена героя, неминучого атрибута процесу самоідентифікації українців, напрочуд актуального в нинішніх умовах.

Сучасна інформаційна епоха, яка з проекту перетворилась на реальність, уже виявляє як сильні, так і слабкі свої сторони, проявляється у нових формах і феноменах, породжує небувалі можливості й ризики.

Інформація завжди впливала як на формування особистості, її світогляд, стереотипи поведінки, ступінь громадської активності та загальну культуру як окремих індивідів, різних груп, так і суспільства в цілому. Як наслідок, зростаючі інформаційні потоки роблять процеси сприйняття, розуміння та оцінювання інформації все більш складними.

Висновки. Таким чином, слід відзначити, що на сучасному етапі розвитку цивілізації здійснюється перехід до нового технологічного устрою, який базується на широкомасштабному використанні інформації і наукових знань практично в усіх сферах людської діяльності. Однак, в культурному та науковому просторі недостатньо розкрита проблема впливу інформаційної культури на

формування образу супергероя ХХІ століття. Завдяки цьому усвідомленню, можна розкрити феномен становлення цього образу як основи самоідентифікації сучасного українського суспільства.

Література

1. Антонова С. Г. Информационное мировоззрение (к вопросу об определении сущности понятия) // Проблемы информационной культуры : сб. статей. М., 1996. Вып. 3. С. 25-32.
2. Арнольд А. И. Введение в культурологию : учеб. пособ. М. : Народная Акад. культуры и общечеловеческих ценностей, 1993. 349 с.
3. Винарик, Л. С. Информационная культура в современном обществе : Учеб. пособие / Л. С. Винарик, Я. Г. Берсудский, А. Н. Щедрин ; Ин-т экономики пром-сти ; Донец. ин-т экономики и хоз. права. Донецк : Ин-т экономики пром-сти, 2003. 321 с.
4. Герчанівська П. Е. Культура управління: навч. посіб. К. : Політехніка, 2005. 152 с.
5. Інформаційна культура: підручник / за заг. ред. проф. Ю.І. Палехи. Київ: Ліра-К, 2019.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. С. 174–176.
7. Ліщинська О.І. Образ сучасного героя: репрезентації в царині українського актуального мистецтва // Актуальні проблеми філософії та соціології: Науково-практичний журнал / голов. ред. Д. В. Яковлев; відпов. секретар І. В. Шамша; Міністерство освіти і науки України; Національний університет "Одеська юридична академія". Одеса, 2017. Вип. 20. С. 59-62.
8. Почепцов Г. Г. Контроль над разумом: навч. посіб. К.: Києво-Могилянська академія, 2012. 350 с.

References

1. Antonova, S. G. (1994). Information worldview (to the question of defining the essence of the concept). Problems of information culture. International Academy of Informatization, 25-32 [In Russian].
2. Arnoldov, A. I. (1993). Introduction to Cultural Studies. Moscow [In Russian].
3. Vinarik, L.S. (2009). Information culture in modern society. Mechanisms of economic regulation, 80-90 [In Ukrainian].
4. Herchanivska, P. E. (2005). Management culture: textbook. manual. Kyiv: Polytechnic [In Ukrainian].
5. Palekhy, Y. I. (Eds.). (2019). Information culture: textbook, Kyiv: Lira-K Publishing House [In Ukrainian].
6. Kastels, M. (2000). Information Age: Economy, Society and Culture. Moscow [In Russian].
7. Lishchynska, O. I. (2017). The image of a modern hero: representations in the field of Ukrainian contemporary art, 59-62 [In Ukrainian].
8. Pocheptsov, G. G. (2012). Mind control. Kyiv: Kyiv-Mohyla Academy Publishing House [In Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 18.03.2021
Отримано після доопрацювання 12.03.2021
Прийнято до друку 16.04.2021*