

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АСПЕКТ МЕДІАКУЛЬТУРИ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Запропонований діалог влади із суспільством по роз'ясненню суті державної політики через медіакультуру, яка є посередником між суспільством і владою.

Ключові слова: *влада, суспільство, медіакультура, інформація, політика.*

Предложен диалог власти с обществом по разъяснению сути проводимой государственной политики через медиакультуру, которая выступает посредником между обществом и властью.

Ключевые слова: *власть, общество, медиакультура, информация, политика.*

In the article the dialog of power is offered with society on elucidation of essence of the conducted public policy through medias culture, which comes forward in this case a mediator between society and power.

Key words: *power, society, medias culture, information, policy.*

Відмітною ознакою життя сучасного суспільства стає все зростаюча мінливість навколишнього світу. Зміни, що характеризують нинішній етап розвитку цивілізації, корінним чином відрізняються від тих, що відбувалися в минулому. Їм властиві: безперервність, нестримність, тенденція до прискорення, глобальність. Вони стосуються всієї планети і практично всіх аспектів життя людини і суспільства. У цю епоху зароджуються нова економіка, нове суспільство, нова інформаційна політика. Під терміном «інформаційна політика» мається на увазі спосіб поведінки різних інституційних суб'єктів з наявними інформаційними потоками і ресурсами (держави, або державних органів, окремих організацій або установ). Інформація відіграє роль об'єкта навмисної маніпуляції і разом з іншими ресурсами діяльності виконує суто технічну функцію. При цьому кожен конкретний випадок застосування може розглядатися як результат суб'єктивних і випадкових обставин. Свідомо або несвідомо кожен учасник інформаційного процесу неминуче розкривається, якщо має абсолютно визначену мету і цінності. У цьому наступна особливість інформаційної політики. Цей факт, у свою чергу, несподівано актуалізує питання про зміст понять «інформація» й «інформаційна політика», котре уявлялося раніше академічним, і повертає нас до теми гуманітарного знання — інформаційної культури, як основного наповнення інформаційного процесу в сучасному суспільстві. Тому будь-які програми, пов'язані з інформацією, інформаційною культурою і її поширенням, приречені на згасання, якщо не буде продумано їх супровід стосовно базових стратегій соціокультурної політики.

Метою статті є спроба розглянути діалог влади із суспільством, роз'яснення суті державної політики, що проводиться завдяки медіакulturі, яка в цьому разі відіграє роль посередника між суспільством і владою.

XX століття ввійшло в історю, як століття «інформаційного вибуху», як століття формування світової інформаційної структури. Однією з ознак глобального соціально-культурного перевороту другої половини XX ст. є не стільки багатократне збільшення доступної інформації, скільки виникнення особливого інформаційного простору, в якому починають складатися свої специфічні форми поведінки і діяльності, якісно відмінні від тих, що існували на попередньому етапі суспільного розвитку [1]. Специфіка інформаційного простору виявляється в характерній саме для нього соціокультурній політиці, і у виникненні нової термінології в суспільстві.

Культурологічний підхід у науковій розробці цього явища став домінуючим і набув віддзеркалення в працях М. В. Арапова, А. І. Арнольдова, А. А. Аніскіна, Н. Д. Бабича, О. Р. Бородіна, Ю. П. Богуцького, Н. П. Ващекіна, В. А. Виноградова, І. І. Горлової, А. А. Гречихіна, А. Н. Леонтєва, А. І. Ракітова В. М. Шейка та ін.

Особливо вплинули на наповнення термінів «інформаційна політика», «інформаційна культура» та «масова культура» новим змістом праці М. Г. Voxришева, А. А. Гречихіна, Н. Б. Зинов'єва, Ю. С. Зубова, В. І. Ісаєва, І. К. Кирпичова, В. А. Мінкіна, І. Г. Моргенштерна, В. М. Петрова, А. І. Ракітова, Б. О. Рібакова. Б. А. Семеновкера, Н. А. Сляднева, Е. П. Семенюка, А. Д. Урсула, В. А. Фокєєва, В. В. Шкода, Ю. А. Шрейдера та ін.

Заслугою цих і багатьох інших авторів є формування теоретичних основ і термінологічного апарату інформаційної культури та соціокультурної політики.

Серед завдань державної інформаційної політики — формування діалогової взаємодії між особою і владою, політичними і соціокультурними силами. Без діалогу не може бути згоди, не може бути успішного розвитку держави. В умовах політичної, економічної, соціокультурної модернізації необхідність у діалозі стає особливо значущою. Без нього всі реформи приречені на провал. Люди повинні мати якнайповнішу і найоб'єктивнішу інформацію про інформаційну політику влади, можливість висловлювати свою думку з приводу директивних рішень і вносити свої пропозиції. Владі теж життєво необхідний діалог для підтримки постійного контакту із суспільством, роз'яснення суті державної політики, дізнання про реакцію громадян та ін.

Провідна роль в успішному здійсненні такого діалогу належить засобам масової інформації, які відіграють роль у цьому разі посередника між суспільством і владою. Саме вони генерують і спрямо-

вують основні потоки інформації. Саме вони здатні найефективніше задовольняти інформаційні потреби громадян, узгоджувати інтереси особи, суспільства і держави. Але успіх такого діалогу можливий тільки за умови готовності до нього кожної із сторін. Ось чому нині особливого значення набуває медіакультура суспільства, так і медіакультура кожної окремої особистості.

Узагалі «медіа» (від латинського «medium» — засіб, посередник) — достатньо ємне, неоднозначне поняття, суть якого ще в 1950-1960-і роки спробував передати знаменитий канадський учений і публіцист Герберт Маршалл Маклюен у книзі «Розуміння медіа: зовнішні розширення людини».

Останніми роками проблеми «медіа» перебувають у центрі уваги громадськості, науки й освіти. Нині як синонім слова «медіа» широко використовують терміни «засоби масової інформації» (ЗМІ) і «засоби масової комунікації» (ЗМК), в яких міститься ідея зв'язку між різними структурами суспільства та світу в цілому.

У зв'язку з цим особливого значення в суспільстві набуває медіакультура, роль якої в соціокультурній політиці складно переоцінити.

Що стосується такого поняття, як «медіакультура», то можна погодитися з одним з дослідників цього питання А. В. Шаріковим, котрий вважає, що медіакультура — це частина загальної культури, пов'язана із ЗМК [10]. З одного боку, в соціальному сенсі: культура суспільства — медіакультура суспільства. З іншого, в особовому: культура людини — медіакультура людини, коли акцентується на взаємодії людини зі світом медіа, його сприйнятті і творчому самовираженні через ЗМК, які зрештою забезпечують повноцінне залучення людини до життя суспільства.

Використання медійного змісту, позбавлене активного інтелектуально-творчого начала, істотно звужує пізнавальні можливості аудиторії, збіднює її сприйняття. Зрештою медіаосвіта покликана розширити чисельність людей, свідомих учасників комунікаційних процесів, здатних реально впливати на ЗМІ, що мають активно і творчо брати участь у формуванні цивілізованого суспільства.

У матеріалах ЮНЕСКО наводиться таке визначення «медіаосвіти»: «Навчання теорії і практичних умінь для опанування сучасних засобів масової комунікації, що розглядаються як складова специфічної і автономної галузі знань у педагогічній теорії і практиці. Його слід відрізнити від використання ЗМК як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань» [6].

«Російська педагогічна енциклопедія» визначає медіаосвіту як напрям у педагогіці, що вивчає закономірності масової комунікації (преси, ТБ, радіо, кіно, відео та ін.). Основні завдання медіаосвіти: підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину

розуміти, усвідомлювати наслідки її дії на психіку, опановувати засоби спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів [9].

В Україні поширене ширше розуміння медіаосвіти — не лише як певного компонента шкільної або вузівської освіти, але і як тривалої суспільно-просвітницької діяльності. Його прихильники розуміють під медіаосвітою перш за все безперервний розвиток особистості в суспільстві. Важливість виховання активних й інформованих громадян, формування нової культури спілкування зі ЗМІ, яка сприяла б органічному входженню в «інформаційне суспільство», зростає з поширенням новітніх комп'ютерно-мережових комунікацій.

У сучасних трактуваннях медіаосвіти наголос робиться на формуванні в аудиторії ЗМІ здатності до активного, осмисленого засвоєння медійного змісту, ґрунтованого на знаннях про суть, специфіку й цілі масових комунікацій. Усе більша увага приділяється розвитку самостійного критичного мислення стосовно засобів масової інформації, на набуття практичних навичок у виявленні помилкових відомостей і спотворень в отримуваній інформації, на вироблення стійкого імунітету проти маніпулятивного впливу ЗМІ, на збагачення соціального досвіду аудиторії в практиці спілкування з друкарською та електронною продукцією.

Цьому сприяє ознайомлення широкою аудиторією із соціальною роллю і механізмами функціонування мас-медіа, з нормами і правилами професійної етики журналістів й інших творчих працівників ЗМІ, жанрами журналістики, зі специфікою редакційної «кухні». Медіаосвіта покликана виробляти культуру раціонального опанування медійного змісту, розвивати соціальну активність громадян.

Сучасні уявлення про медіаосвіту як про процес розвитку творчої особистості, котра самостійно і критично мислить, вміє правильно організувати інформаційний процес у мережі і забезпечити інформаційну безпеку, значною мірою базуються на осмисленні феномену медіакультури, масштаби впливу якої на людське суспільство зростають з кожним днем. На відміну від «культури» комп'ютерної індустрії розваг, що маніпулює інформаційними потоками частенько сумнівного змісту, справжня медіакультура в широкому сенсі є складовою інформаційної культури людства, яка в інформологічній парадигмі цивілізації розглядається як колективна інформаційна пам'ять, накопичення інформаційного фонду.

У виробленні нової інформаційної культури, тобто медіакультури, мають брати участь не лише державні інститути освіти, але й суспільні структури, ЗМІ, що мають у своєму розпорядженні великий потенціал поширення знань.

Якщо зважати на набутий досвід формування інформаційної культури, то її компонентами були: бібліотечно-бібліографічні знання, культура читання, комп'ютерна грамотність. Саме загальнонавчальні знання і вміння є основою будь-якої діяльності, пов'язаної з переробкою інформації: навчальної, науково-педагогічної, дозвільної та ін.

Сучасне суспільство поступово усвідомлює необхідність формування медіакультури як важливого соціального завдання. Проте недостатньо високий рівень особистої інформаційної культури багатьох педагогів, недостатня матеріально-технічна база і деякі інші причини перешкоджають формуванню необхідного і достатнього рівня інформаційної культури студентів. Так, вузівські курси інформатики вчать, переважно, роботи з комп'ютером, основ програмування, залишаючи без уваги соціально-інформаційні процеси. Переважає прагматичний підхід, який виявляється в тому, що здобуті знання сприймаються тільки щодо їх конкретного практичного застосування в навчальній або професійній діяльності. Таке обмежене розуміння цілей і завдань виховання інформаційної культури особистості заважає цілісному її формуванню і не сприяє виробленню правильних уявлень про інформаційну картину світу [2].

Завдання системи освіти у зв'язку з цим полягає в тому, щоб усе соціальне середовище було спрямоване на формування інформаційної культури особистості, щоб воно не обмежувалося заняттями, а відбувалося в побуті, у сфері дозвілля та інших сферах життєдіяльності. Особливо це важливо в професійній підготовці і забезпеченні професійного зростання педагога, оскільки цей процес не припиняється з випуском фахівця з ВНЗ, не обмежується рамками системи підвищення кваліфікації; він є безперервним розвитком і саморозвитком професіонала, зумовленим новими вимогами до нього світової спільноти [4].

Для того, щоб мати цілісне уявлення про те, як формувати медіакультуру в соціумі, важливо визначити знання у сфері самого явища «медіакультури», встановити особливості цього явища.

Доцільно основою дослідження цієї концепції вважати такі початкові положення.

1. Культуру створює сама людина, тому медіакультура може бути представлена як особливий вид культури, що відображає не лише соціальний досвід людства, але й індивідуальний досвід людини. Інформаційна культура людини більшою мірою індивідуальна, ніж соціальна, оскільки є характеристикою не стільки розвитку інформаційного середовища певного суспільства, скільки характеристикою самої людини, що створила це середовище.

2. Становлення інформаційної культури зумовлене не лише зовнішніми чинниками — соціальними і професійними вимогами до педагогічної культури, але і внутрішніми — рівнем розвитку інди-

відуальності як психічного світу педагога, особистими властивостями і якостями, що визначають готовність педагога до подолання бар'єрів в інформатизації своєї педагогічної діяльності та ін.

3. Інформаційна культура як суб'єктивне явище відрізняється динамічністю, мінливістю, пов'язаними з тими перетвореннями, які відбуваються в досвіді педагога, в його психіці. Крім того, медіакультура як об'єктивне явище також постійно збагачується, уточнюється, удосконалюється у зв'язку з розвитком самого інформаційного середовища.

На жаль, нині відсутня цілісна державна концепція формування інформаційної культури. Інформаційна культура останнім часом асоціюється переважно з техніко-технологічними аспектами інформатизації, набуттям навичок роботи з персональним комп'ютером. Переважає монодисциплінарний підхід, у рамках якого формування інформаційної культури зводиться або до навчання основ бібліотечних бібліографічних знань, або до ліквідації комп'ютерної неписьменності, або до опанування раціональних прийомів роботи з книгою. Кожен з цих напрямів сам по собі не викликає сумнівів, проте, маючи локальний характер, жодний з них нездатний вирішити проблему в цілому — формування інформаційної культури особистості.

Існуючі способи і форми застосування інформаційних технологій відображають, перш за все, інтереси різних учасників (суб'єктів) інформаційної політики. Конкретний «кут використання» інформаційних можливостей і потенціалу масової комунікації свідчить про характер інформаційно-політичних інтересів, що реалізуються в цьому просторі.

Для ілюстрації цієї тези можна звернутися до різних аспектів культурної політики останнім часом. І хоча дані, на підставі яких формулюються висновки, стосуються історії культурної політики європейських країн, багато положень є типовими і для сучасної вітчизняної ситуації [11].

Повертаючись до логіки інформаційного простору та інформаційної політики, можна відзначити, що будь-яка з культурно-політичних орієнтацій виконуватиме певний технологічний підхід у рамках своєї реалізації.

Інформаційна політика перетворюється на тип політичної комунікації і будується з урахуванням усіх понятійних ознак, властивих цьому простору. Тут дотриманий принцип «гуманітарного знання» (релятивізм і суб'єктивізм культурних цінностей), активно реалізується техніка інтерактивності, а тип суб'єкта цілком відповідає тенденціям «мініатюризації», аж до рівня окремої людини.

Найтиповішою інформаційною технологією при цьому є відносний перехід від простору віртуального до простору соціального. Будь-які міфи й образи, створювані учасниками комунікації, мають тенденцію до реалізації на соціальному полі соціокультурної

цивілізації [7]. Це поняття досить багатогранне і використовується в найрізноманітніших значеннях.

Говорячи про медіакультуру, ми використовуємо цей термін у широкому сенсі, маючи на увазі під ним культуру інформаційного суспільства [3]. Природно, що не всі здатні швидко адаптуватися в нових умовах, «вписатися» в нове культурне середовище. Все це диктує необхідність ставлення до інформації — зброї в економічній і політичній боротьбі, засобу управління особистістю і суспільством, інструменту влади, стратегічного ресурсу — як до найважливішого чинника, що визначає розвиток сучасного суспільства, джерела виживання і стійкого зростання. Дія цього чинника особливо посилюється зростанням кількісних показників інформаційних потоків у сучасному суспільстві. Медіакультура ставить людину в абсолютно інші зв'язки із зовнішнім світом. Її життя стає менш детермінованим соціально-економічними умовами, а її вільна творча діяльність багато в чому визначає соціокультурну ситуацію.

Саме завдяки інформації і знанням, високому освітньому рівню аналітиків і вмінню переробляти величезні потоки інформації, пов'язані з діяльністю людства на Землі, робиться спроба вирішення глобальних проблем людства [5].

У класичній природничо-науковій парадигмі знання розглядається як щось непорушне і постійне — те, що не залежить від ситуації, що змінюється і є абсолютним (істинним) незалежно від діапазону можливих інтерпретацій.

Гуманітарне знання припускає постійний процес зміни і виробництва нових знань. Це важливо навіть не з позицій розуміння «перманентної революції знань», а в контексті особливої культури, етики поведінки в інформаційному просторі.

Таким чином, усередині сучасного інформаційного простору можливому суб'єктові діяльності доводиться мати справу не лише з інформаційною політикою, але і з культурною політикою, що, втім, не є такою вже великою проблемою при осмисленні процесів, що відбуваються. Все це є актуальним і становить предмет подальших досліджень.

Список літератури

1. Всемирный Саммит по информационному обществу : информационное издание / сост. Е. И. Кузьмин, В. Р. Фирсов. — СПб., 2004. — 136 с.
2. Гендина Н. И. Информационная культура личности: диагностика, технология формирования : учебно метод. пособие / Н. И. Гендина, Н. И. Колкова И. Л. Скипор. — Кемерово: Кемеровская гос. академия культуры и искусств, 1999. — Ч. 2. — 146 с.
3. Зубов Ю. С. Информатизация и информационная культура // Проблемы информационной культуры: сб. ст. — М., 1994. — С. 6–11.

4. Информационная культура в структуре новой парадигмы образования : сб. ст. / науч. ред. Н. И. Гендина. — Кемерово: Кемеровская гос. Академия культуры и искусств, 1999. — 181 с.
5. Окинавская Хартия глобального информационного общества // Дипломатический вестник. — 2000. — № 8.
6. Программа ЮНЕСКО «Информация для всех». Отчет 2004—2005 : [перс англ.] / Л. В. Петрова; Российский комитет Программы ЮНЕСКО «Информация для всех». — М., 2006. — 165 с.
7. Степанов В. Ю. Інформаційна культура сучасного інформаційного суспільства / В. Ю. Степанов // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. : до 80-річчя Харк. держ. акад. культури / за заг. ред. В. М. Шейка. — Х., 2009. — Вип. 27. — С. 91–97.
8. Семенюк Э. П. Научно-техническая информация и образование: поиск новых парадигм / Э. П. Семенюк // НТИ. Сер. 1. — 1998. — № 1. — С. 1–15.
9. Спичкин А. В. Что такое медиаобразование / А. В. Спичкин. — Курган: Изд-во Ин-та повышения квалификации и переподготовки работников образования. 1999. — 114 с.
10. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт / А. В. Шариков — М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. — 66 с.
11. Bassand M. Cultural Regions: Project № 10 // Council of Europe, 1991.

Надійшла до редколегії 25.11.2010 р.