

**І.В. Колеснікова,**  
викладач кафедри  
методики викладання навчальних  
предметів

## **МЕДІАКУЛЬТУРА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Сучасне суспільство характеризується перетворенням інформації в глобальний ресурс людства, прискоренням темпів розвитку техніки, створенням нових інформаційних технологій, перетворенням засобів масової інформації в засоби масової комунікації, глобалізацією світового інформаційного простору.

Виникнення та розвиток інформаційного суспільства нерозривно пов'язані з усвідомленням фундаментальної ролі інформації в суспільному розвитку, розглядом в широкому соціокультурному контексті таких феноменів, як інформаційні ресурси, нові інформаційні технології, інформатизація.

За останні кілька десятиріч до традиційних засобів інформації (преса, радіо, телебачення, різноманітні посібники на друкованій основі) додалися найсучасніші, серед яких виділяють електронні підручники й посібники, мультимедійні системи, електронні бібліотечні каталоги, банк і бази даних, електронна пошта, мережа Інтернет.

Засоби масової комунікації створюють навколо кожної людини особливе інформаційне поле, під впливом якого формуються соціальні, моральні, художні, інтелектуальні цінності й інтереси. Сучасна людина настільки звикла до величезної кількості інформації, обсяг якої постійно збільшується, що не уявляє собі життя без медіа (до них традиційно відносять пресу, телебачення, радіо, кінематограф, відео, комп'ютерні мережі). Варто підкреслити, що нові інформаційні технології не витісняють старі, а, швидше, доповнюють і розширюють їхні можливості, тому одним з пріоритетних стає питання адаптації людини в новому інформаційному суспільстві.

Для подальшого розвитку інформаційного суспільства, його функціонування необхідні цілеспрямовані дії з формування особливого типу культури особистості – медіакультури.

Значення медіакультури у сучасному суспільстві постійно зростає. Модернізація українського суспільства в цілому, і системи освіти зокрема, з новою силою актуалізували питання розвитку медіакультури особистості.

За останні роки пильну увагу дослідників стали привертати освітні аспекти формування інформаційного суспільства. Вони пов'язані, в першу чергу, з аналізом проблем інформаційного суспільства як суспільства, що постійно навчається, оскільки для всіх членів такого суспільства зростає потреба в постійному підвищенні кваліфікації, оновленні знань, освоєнні нових видів діяльності.

Проте, на сьогодні інформаційні ресурси України і світу все ще не використовуються в повному обсязі. Одна з причин – відсутність достатнього рівня сформованості медіа-культури споживачів інформації.

Аналіз наукових джерел свідчить, що питання медіа-культури знайшли відображення в історії зарубіжної (Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Ж. Дельоз, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Ч. Пірс, Д. Сосюр, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леві - Стросс, Д. Рашкоффта ін.) та вітчизняної (Л. Найдбонова, Г. Онкович, Л. Масол, Л. Бойченко, Н. Габор, Ю. Казаков, І. Міщишин, Б. Потятиник, Н. Троханяк та ін.) наукової думки.

Предметом досліджень останніх років в галузі медіа-культури були: інтегрована медіа-освіта (С. Гудиліна, Т. Жарковська, О. Журін, Л. Зазнобіна, Г. Новикова, К. Тихомирова, І. Фомічова), аудіовізуальна медіа-освіта (О. Баранов, О. Бондаренко, А. Бурнашев, К. Грибанова), створення та використання екранних засобів навчання (Л. Баженова, М. Духовна, В. Єгоров, М. Жабський, Л. Прессман), медіа-освіта на матеріалі преси (О. Ваганова, К. Вєтров, Д. Григорова, О. Короченський).

Як зазначає російський культуролог Н. Кирилова, саме завдяки медіа-культури «сформувалися нові медіа-реальності сучасного медіа-середовища, медіа-ринку, медіа-менеджменту, медіа-критики, функції, статус та сфера діяльності яких стають набагато різноманітнішими, ніж це було раніше»].

Вона підкреслює, що всі види медіа (аудіо, друковані, візуальні, аудіовізуальні) включають в себе культуру передачі інформації й культуру її сприйняття; медіакультура може виступати і системою рівнів розвитку особистості, здатної «читати», аналізувати, оцінювати медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа. Специфіка медіа-культури, на її думку, визначається її семіотичною природою і технічними можливостями засобів її реалізації [2, 8].

Зазначимо, що Л. Масол розглядає медіакультуру як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, що вироблені людством у процесі культурно-історичного розвитку [7, 349].

Л. Найдьонова бачить медіакультуру як інноваційно-абсорбційний процес перетворення знань на всіх рівнях – від окремої особистості до суспільства в цілому, який включає як складові виклик, актуалізацію, генерацію, експлуатацію. За визначенням Г. Онкович, медіакультура – це здатність соціуму ефективно використовувати медіа-ресурси й застосовувати передові інформаційні технології [11, 1].

Н. Череповська поняття «медіакультура» визначає у двох аспектах: соціокультурному та психологічному. Насамперед медіакультура – це суспільний феномен виробництва та споживання медіа-продукції, який передбачає взаємодію, комунікацію між цими двома умовними соціальними групами. Комунікація між виробником та споживачем, будучи опосередкованою технічними засобами, становить масову медіа-комунікацію [8].

Погоджуємося з думкою Н. Коновалової, що медіакультура – діалоговий спосіб взаємодії з інформаційним суспільством, який включає ціннісний, технологічний та особистісно-творчий компоненти, призводить до розвитку суб'єктів взаємодії [4, 27].

Підтримуємо думку О. Шарикова, що медіакультура – «це частина загальної культури, пов'язана з засобами масової комунікації. З одного боку – у соціальному плані (культура суспільства – медіакультура суспільства). З іншого – в особистісному (культура людини – медіакультура людини), коли акцентується взаємодія людини зі світом медіа, його сприйняття і творче самовираження через засоби масової комунікації, які у кінцевому рахунку забезпечують повноцінне включення людини у життя суспільства» [12, 132-133].

У Концепції впровадження медіа-освіти в Україні зазначено, що «медіакультура – це сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збору, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі» [5].

Звертаючись до робіт вітчизняних і зарубіжних вчених, ми простежили, що поняття «медіакультура» постійно розширює своє значення і включає в себе все нові соціальні,

моральні, психологічні та інтелектуальні складові. Її основою є знання про інформаційне середовище, закони його функціонування, уміння орієнтуватися в інформаційних потоках.

Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. Майбутнє суспільство все більше спиратиметься на інформаційно-комунікаційні технології: web-технології, хмарні обчислення і big data, смартфони та інтернет «розумних речей», штучні інтелекти та інші гаджети. На взаємодію з різноманітними медіа (книги, преса, радіо, кіно, телебачення, інтернет) припадає все вагоміша частка в бюджеті вільного часу громадян України, чим зумовлюється значний вплив медіа на всі верстви населення, передусім на дітей і молодь.

Розроблення і прийняття нової редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (далі Концепція) – важлива складова модернізації освіти, яка сприятиме побудові в країні інформаційного суспільства, розвитку економіки знань, становленню громадянського суспільства.

Концепція базується на вивченні стану медіакультури населення України та міжнародному досвіді організації медіаосвіти. Основні положення Концепції відповідають завданням, сформульованим у Паризькій програмі-рекомендаціях з медіаосвіти ЮНЕСКО (від 22 червня 2007 р.), резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (від 16 грудня 2008 р.), Феській декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (від 17 червня 2011 р.) та Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (від 28 травня 2014 р.). [5]

Головною метою Концепції є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей. [5]

Концепція спрямована на підготовку і проведення широкомасштабного поетапного експериментального і подальшого інтенсивного масового впровадження медіаосвіти в педагогічну практику на всіх рівнях; пріоритетне започаткування шкільної та позашкільної медіаосвіти, яка стане головною інтеграційною ланкою формування цілісної системи медіаосвіти; забезпечення медіаосвіти у вищій школі, насамперед при підготовці фахівців педагогічного профілю; врахування завдань медіаосвіти в ході здійснення освітніх реформ. [5]

Сучасні комунікативні технології істотно інтенсифікували і трансформували інформаційні процеси в суспільстві. Вони вступили у взаємодію із традиційними засобами створення та поширення інформації, надавши їм нову якість. Медіакультура стимулювала традиційну інформаційну культуру до вирішення нових завдань:

- оптимізація пошуку і вибору інформаційних джерел, їх ефективна оцінка з точки зору доцільності;
- пошук алгоритмів згортання закладеної інформації та її розгортання;
- використання методичних прийомів продукування нової інформації і т.д.

Поява медіа-культури видається цілком закономірним етапом попереднього культурно-історичного розвитку суспільства [6, 8]. Медіа поступово посилюють свою присутність у культурі, свій вплив на соціокультурні процеси. Своє справжнє значення медіакультура розкрила тоді, коли в суспільстві на перший план вийшла проблема інформатизації. Наступним етапом цього процесу став розвиток комп'ютерних технологій, які інтегрували в собі комунікативні можливості як традиційних друкованих текстів, так і

нових медіа-текстів. Мультимедійні та мережеві засоби комп'ютерних технологій зробили передачу інформації надзвичайно різноманітною, дієвою і при цьому оперативною та глобальною, завдяки віртуальності своїх повідомлень.

Сучасна медіакультура являє собою цілісну систему, яка сформувала свій медіа-простір, що функціонує на основі обміну інформацією. Медіапростір активно впливає на культурні, соціальні та психологічні цінності, формуючи і змінюючи установки і моделі поведінки людини. Як специфічна галузь культури, медіакультура включає в себе «культуру передачі інформації і культуру її сприйняття; може виступати і системою рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати той чи інший медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа» [5].

Мультимедійні та мережеві засоби комп'ютерних технологій зробили передачу інформації надзвичайно різноманітною, дієвою і при цьому оперативною та глобальною, завдяки віртуальності своїх повідомлень.

Через технічні засоби (пресу, радіо, телебачення, кінематограф) інформація інтенсивно впливає на сучасну людину, не тільки заповнює її дозвілля, не лише виховує, навчає і розважає, але й потужно впливає на склад її мислення, світосприймання. На сьогодні виявлено вплив медіа-культури на соціальне життя особистості і суспільства в цілому.

Медіакультура, перш за все, засобами масової інформації залучає людину до участі в суспільному житті, сприяє її самоствердженню, освоєнню різних соціальних ролей і т. д. Вона регулює людські прагнення і вчинки, пропонує можливості для оцінювання дій інших, суспільного життя. Нові інформаційно-комунікативні технології, зокрема супутникове і цифрове ТБ, відео, комп'ютерний та стільниковий зв'язок, Інтернет та інші, трансформують медіа-середовище, при цьому істотно впливають на масову свідомість, на традиційні види культури, на функціонування бібліотек, кінотеатрів, музеїв.

Слід зауважити, що вплив медіа-культури на розвиток особистості вирізняється всебічним характером: медіакультура може впливати на інтелект, емоції, може сприяти формуванню світогляду, творчого і критичного мислення, різних аспектів естетичної свідомості (естетичного сприйняття, аналізу). Медіакультура передбачає розвиток в особистості певних навичок:

- інтерпретувати інформацію;
- розуміти її суть; виявляти адресну спрямованість;
- розуміти головне в інформаційному повідомленні;
- знаходити потрібну інформацію у різних джерелах;
- трансформувати інформацію (змінювати її обсяг, форму, знакову систему і т. ін.);
- знаходити помилки в інформації і аргументовано виправляти їх;
- сприймати альтернативні точки зору на одну проблему і знаходити ґрунтовні аргументи на користь і проти них;
- встановлювати зв'язки між повідомленнями;
- мати особисту думку щодо змісту повідомлення; вміти довести правоту власної точки зору стосовно зазначеної проблеми.

Значення медіа-культури, як засобу пізнання людиною навколишнього світу в його соціальних, інтелектуальних, моральних, художніх, психологічних аспектах, в суспільстві зростає. Її інтенсивний розвиток активно впливає на суспільну свідомість.

Рівень розвитку сучасних засобів масової комунікації та специфіка їх всебічного впливу на особистість доводять, що медіа – один з чинників практичної реалізації теорії діалогу культур. Важлива сторона медіа-культури – взаємодія різних культур на

етнічному, національному та цивілізаційному рівнях, тобто здатність до діалогу. Це доводить, що медіакультура – унікальний соціальний інститут інформаційної епохи, важливий фактор духовного виробництва.

Однак, в умовах масового впровадження інформаційних і комп'ютерних технологій розширилися не тільки позитивні, але і негативні методи впливу систем масових комунікацій, як на окрему людину, так і на суспільство в цілому. Глобалізована медіакультура – результат складних процесів впливу світових інформаційних зв'язків на стандартизацію і синхронізацію культурних моделей в різних країнах світу [10]. В даний час з цієї проблеми почали вивчатися нові типи спільнот інформаційної епохи: он-лайн, об'єднання в соціальних мережах. Відносини між людьми в цифрову епоху значно змінилися. Реальна комунікація все більше витісняється он-лайнним спілкуванням.

Тому процес розвитку медіа-культури особистості ми розглядаємо як динамічний, що триває протягом усього життя людини. Динамічність процесу визначається мінливістю самого інформаційного середовища.

Сьогодні медіакультура як суспільний феномен створює нове середовище існування, нову реальність. Медіакультура дає можливість особистості бути сучасною, активно діяти в інформаційному середовищі, використовувати найновітніші досягнення техніки.

Узагальнюючи викладене, можна констатувати, що медіакультура в сучасному світі трактується як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості і соціалізації особистості, що включає в себе культуру передачі інформації та культуру її сприйняття. Вона може виступати показником рівня розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання у галузі медіа. Медіакультура – це об'єктивна реальність, яка існує і розвивається за своїми законами, це атрибут сучасного життя, де суспільство й окрема особистість можуть виступати одночасно і споживачами, і творцями медіа-культури.

Присутність медіа-культури виявляється практично у всіх аспектах сучасного життя людини. Вона змінює світ людських відносин, вносить специфічні риси в його свідомість. Медіакультура, насамперед, засобами масової інформації залучає людину до участі в суспільному житті, сприяє її самоствердженню, освоєнню різних соціальних ролей і т. д.

Звичайно, запропонований аналіз не вичерпує актуальних питань досліджуваної проблеми. Поза увагою залишилися актуальні на сьогодні питання щодо професійного розвитку педагогів, які органічно пов'язуються із забезпеченням їх повноцінної підготовки до використання засобів медіа в професійній діяльності. Інтенсивний розвиток суспільства закономірно призводить до зміни професійної освіти педагога, яка збагачується не лише знаннями, уміннями, але й сприйняттям оточуючого світу. Саме тому одним із шляхів вирішення даного питання є цілеспрямований розвиток медіа-культури педагогів в закладах післядипломної освіти.

### Література

1. Григорова Д. Е. Механизм манипулятивного воздействия в медиатекстах телепередач жанра реалити-шоу [Текст] / Д. Е. Григорова // Современные тенденции в развитии российского медиаобразования. Т.1 / под общ. ред. Е. Л. Вартановой, И. В. Жилавской. – М.: Изд. МГУ, 2010. – С. 45–49.

2. Кириллова Н. Б. От медиакультуры к медиалогии // Культурологический журнал, 2011. – №4(6). [Электронный ресурс] / Кириллова Н. Б. – Режим доступа: [http://www.cr-journal.ru/rus/journals/&j\\_id=8](http://www.cr-journal.ru/rus/journals/&j_id=8).
3. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну /Кириллова Н.Б. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
4. Коновалова Н.А. Развитие медиакультуры студентов педагогического вуза: автореферат дис. ... канд. пед. наук / Коновалова Н.А. – Вологда, 2004.
5. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні [Електронний ресурс]/ схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150. – Режим доступа: <http://www.ispp.org.ua>.
6. Кумелашвили Н. У. История медиакультуры: самоопределение от древности до Нового времени //Культура и цивилизация. – 2011. – № 1.
7. Масол Л.М. Медиакультура / Масол Людмила Михайлівна //Энциклопедія освіти /Акад. пед. наук України; гол. ред. В.Г.Кремень. – К.: Юніком Інтер, 2008. – 1040 с.
8. Медиакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ : візуальна медіакультура/ Н.І. Череповська. – К.: Шк.світ, 2010. – 128с.
9. Найдюнова Л. А. Перспективы развития медиаосвіти в контексті болонського процесу: процесуальна модель медіакультури / Л. А. Найдюнова // Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи. — К., 2007. — С. 162–168.
10. Новоженіна О. В. Интернет как новая реальность и феномен современной цивилизации [Электронный ресурс] /О. В. Новоженіна. – Режим доступа: <http://iph.ras.ru/page48878565.htm>.
11. Онкович Г.В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа [Електронний ресурс]/ Онкович Ганна Володимирівна. – Режим доступа: [http://www.medigram.ru/netcat\\_files/108/110/h\\_2966bfbf84c07057c4c9f2dda1787b32](http://www.medigram.ru/netcat_files/108/110/h_2966bfbf84c07057c4c9f2dda1787b32) .
12. Шариков А. В. Медиакультура // В кн.: Новая российская энциклопедия Т. X(2). [Б.м.] ИНФРА-М, 2012. – С. 132-133.