

ЗНАЧЕНИЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Г.М. Юстинская

Минск, Национальный институт образования

Происходящие в обществе социально-культурные трансформационные процессы, связанные, наряду с другими факторами, с цифровизацией разных сфер жизнедеятельности человека, характеризуются низкой прогнозируемостью и слабой управляемостью. В определенной степени это объясняется развитием в информационном социуме новой ценностно-целевой системы. Данный процесс осложнен новейшими, но уже функционирующими в обществе способами и формами передачи культурно-исторического наследия страны (опыта, знаний, ценностей, норм) от старшего поколения молодому. По этой причине усилилась роль в развитии общества информационно-образовательного сервиса, включая не только средства массовой коммуникации, но и активное обращение заявителей к разным медиаобразовательным компонентам. В связи с этим в научном сообществе справедливо утвердилось мнение, что в стремительно развивающемся информационном социуме медиакультура в целом, а медиаобразование в частности, вышли на новые приоритетные позиции.

Медиаобразование понимается как «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) в целях формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, а также обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники...» [3, с. 19].

Общеизвестно, что целостный процесс индивидуально-личностного становления человека напрямую зависит от формирующихся в макром мире медиакультуры ценностно-целевых смыслов. Это дает основание интерпретировать медиакультуру как естественное проявление человеческого бытия. Предлагаемая точка зрения обусловлена самим философским смыслом изучаемого понятия, который раскрывается через понимание учения о человеке, функционирующем в условиях плотного информационного обмена. Таким образом, заключим, что человек сам создает медиакультуру и пребывает в ней. Как сегмент медиакультуры следует рассматривать медиаобразование, в процессе которого формируется медиатворчество – созидательная деятельность человека в медийной сфере.

Определить роль медиакультуры в развитии человека возможно посредством анализа результатов формирования сторон его личности (ментальной, нравственно-этической, мировоззренческой, эстетической и иных). Поэтому логичным является вывод о том, что непосредственно феномен медиаобразования как часть медиакультуры отвечает за развитие личности человека как носителя и творца культурных смыслов и значений. Выделение «человекоформирующей» функции медиаобразования обусловлено, в

первую очередь, необходимостью создания новых перспективных жизненных позиций. Таким образом, «философия образования, занимаясь выявлением исходных культурных ценностей и основополагающих мировоззренческих установок образования и воспитания, просто обречена ввести медиакультуру в область своих приоритетных интересов» [1, с. 16].

Медиаобразование в условиях доминирующей в настоящее время медиасферы (даже при наличии соответствующей исследовательской «литературы вопроса») и по сей час остается в большей степени предметом научных дискуссий, чем сформировавшимся направлением современного познания.

Многочисленные проявления медиакультуры и медиаобразования в процессе становления информационного общества изучались и анализировались исследователями разных научных областей: О. А. Баранов, В. А. Возчиков, Ю. М. Лотман, Е. В. Мурюкина, Н. Н. Сметанникова, И. А. Фатеева, А. Ф. Федоров, И. В. Челышева, В. П. Чудинова и др. Ознакомление с теоретическим дискурсом заявленной проблематики позволяет констатировать недостаточное научное осмысление изучаемого явления даже при обоснованности его значения для современного гуманитарного знания и развития социума.

Изучая медиакультуру в философском и социокультурном аспектах, ученый-исследователь В. А. Возчиков обосновал следующие положения:

- медиакультура суть доминирующая культура информационного общества, имеющая способом бытования деятельность традиционных и электронных средств массовой информации, воссоздающих социокультурную картину мира с помощью словесных, звуковых и визуальных образов;

- медиакультура предстает культурой-универсумом, вобравшей в себя функциональное многообразие массовой, народной, элитарной культур и их модификаций;

- медиакультура – специфический способ освоения действительности с помощью средств массовой информации через собственный знаковый код, позиционируемый как адекватное отражение реальности [1, с. 14].

Уточним, что информационное общество представляет собой такую социокультурную реальность, которая характеризуется глубиной знаний, широтой информации и востребованностью ИКТ во всех отраслях жизнедеятельности человека. Современные медиа обеспечивают общество всеми видами социальной информации: экономической, научной, политической, эстетической и др. [2, с. 4]. С учетом этого можно предположить, что выявление главных факторов изучения медиаобразования (мировоззренческого, социального, культурологического, педагогического) в их взаимозависимости и взаимодополняемости способствует определению условий реализации ведущих методологических подходов (философско-антропологического, системного, культурологического) к познанию личности и осмыслению действительности.

На этой основе изучение медиакультуры в совокупности с выявленными противоречиями: с одной стороны, приобщение медиааудитории к образцам подлинной культуры, достижениям науки, техники, искусства; с другой стороны, наличие средств манипуляции сознанием человека,

навязывание стереотипов восприятия и моделей его поведения, свободных от духовно-нравственных норм; – позволяет безошибочно определить смыслы и цели медиаобразования не только через всестороннее рассмотрение деятельности медиа, но и посредством раскрытия данного понятия как особого типа культурной (учебно-творческой) микросреды. Также подчеркнем, что «образование, осуществляемое в контексте медиакультурных процессов информационного общества, является действенным фактором становления диалогической личности» [1, с. 15]. Способность образования чутко улавливать актуальные изменения, своевременно реагировать на них, учитывать общественные ожидания, потребности, интересы есть показатель его жизнеспособности. Образование, активно взаимодействующее с медиасферой, значительно расширяет свои возможности, использует для реализации собственных целей мировоззренческую составляющую медиакультуры. Заключим, что медиаобразование востребовано социумом и необходимо для созидания информационного общества.

Становление информационного общества «есть процесс становления человека эпохи знаний, информации и высоких технологий» [1, с. 20]. Формирование диалогической личности, человека культуры, опирающегося на высокую духовность, нравственность, знания и творчество, обеспечивает организацию нового типа общества и его активное функционирование.

Список литературы

1. Возчиков, В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества : автореф. дис. ... д-ра философ. наук : 09.00.11 / В. А. Возчиков ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – Санкт Петербург, 2007. – 38 с.
2. Чельшева, И. В. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе / И. В. Чельшева. – М.: Директ-медиа, 2013. – 544 с.
3. Федоров, А. В. Медиаобразование: История, теория и методика / А. В. Федоров. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЦВВР, 2001. – 708 с.