

Список літератури

1. Информационные технологии в науке и образовании : Материалы междунар. науч.-практ. Интернет-конф. (9–15 сент. 2001 г.). – Шахты : Изд-во ЮРГУЭС, 2001. – 92 с.
2. Конев В. А. Культура и система образования. Архитектоника образования в культуре нового времени / В. А. Конев // Человек в мире культуры. – Самара : Самар. гос. ун-т, 1996. – С. 78–96.
3. Зинченко В. П. Живоезнание. Психологическая педагогика : материалы к курсу лекций / В. П. Зинченко. – Самара : Самар. гос. ун-т, 1999. – 315 с.
4. Зинченко В. П. Дистанционное образование: к постановке проблемы / В. П. Зинченко // Педагогика. – 2000. – № 2. – С. 23–34.

ШОРИНА Тетяна Геннадіївна,

*кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії
НН ГМІ НАУ*

ІДЕОЛОГІЧНІ СМИСЛИ СУЧАСНИХ МЕДІА Й АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕДІАОСВІТИ ТА МЕДІАФІЛОСОФІЇ

Сучасне суспільство та його засоби комунікації доводять, що дійсність в основі своїй стає потоком інформації, головними носіями якої виступають електронні та цифрові медіа. Цим пояснюється зростаючий інтерес дослідників із різних сфер діяльності до проблеми медіа, зокрема, до проблеми ідейно-сислового наповнення інформаційних продуктів, які насамперед цікавлять гуманітаріїв.

Зупинимось на уточненні сутності медіа. Насамперед підкреслюється їх генералізуюча функція. Так, медіа розуміються як зовнішнє розширення людини (М. Маклюен), як те, що визначає (місце) положення людини (Ф. Кітлер), як підсилювачі невизначеності системи (Н. Луман). Загально, під медіа розуміються складні технічні пристрої, що конструюють соціокультурну реальність за допомогою виробництва смислів [1, с. 17]. Таке визначення характеризує медіа в пізніший періоду їх існування. Спочатку медіа мали лише інструментальний статус, роль яких зводилась до передачі повідомлень. У теперішній час ми говоримо про медіа як про самостійну та єдину онтологічну умову існування людини [2, с. 10]. Отже, медіа втрачають роль технічних посередників, які транслюють дещо, що їм самим по собі не належить, тепер вони відіграють роль всеохоплюючого та

всепоглинаючого середовища, яке утворює реальність досвіду та свідомості. Разом із конструюванням нової реальності сучасні медіа породжують і нового суб'єкта. Якщо характеристиками реальності медіа називають сплутаність, нестабільність, мінливість, мобільність і відкритість, то й суб'єкт цієї реальності набуває ознак невизначеності та ідентифікаційної сплутаності, децентрації. Якщо класична раціональність розуміла дійсність через діалектичну суперечність суб'єкт-об'єктних відношень, то медіа реальність ігнорує таке розрізнення. Тому нові засоби комунікації породжують відповідного суб'єкта. Як пише Ю. В. Сівков, постсучасний суб'єкт володіє необмеженим доступом до інформації, але «не знає нічого, що він хотів би знати» [1, с. 22]. Більше того, домінуючим елементом сучасних медіа стає не текст (лінгвістичний характер реальності), а образи («іконічний поворот»). Ця перебудова відбивається на характерові свідомості людини – образи, чуттєве сприйняття стають її домінуючим елементом. В такій ситуації людина опиняється в нерівноправному положенні – наочно, медіа постулюють себе в якості опосередковуючої реальності, що рівно доступна для всіх людей. Але в сутності, вони приховують існуючу інформаційну нерівність. За допомогою медіа суб'єкт «спостерігає не події, а спостереження» [1, с. 22]. При цьому самі медіа виводяться за рамки сприйняття реальності. Будучи матеріальними об'єктами, вони, якби відсутні в кадрі, їх неможливо виявити в продукті, так само від людини-споживача інформації вислизає метафізична реальність – реальність визначених і завданих мадіасмислів. Медіаінформація завжди буде відповідати соціальним інтересам тих, хто продукує, підтримує та може впливати на доступність людей до інформації.

Отже, медіа є такою реальністю, що продукує інформаційні смисли, будучи універсальним засобом комунікації, вона забезпечує рівний доступ до них, однак в кінцевому підсумку, розуміння і контроль суб'єкта над цією реальністю завжди від нього вислизає. Медіареальність, таким чином, залишається, так би мовити, «річчю у собі», а суб'єкт має справу лише з інтерпретацією реальності, з однією чи іншою її стороною, лише з уявленням про неї, а не з самою справжньою реальністю. Така гносеологічна ситуація з розвитком медіа дала підстави Д. Ю. Сівкову, методологічно порівнювати її з некласичними філософськими рефлексіями буття світу. Цю думку, вважає дослідник, в свій час висловили, зокрема, Т. Адорно та М. Хоркхаймер в праці «Діалектика Просвітництва». Трагедія пізнання і культури, на думку цих філософів, полягає в тому, що

суб'єкт уявляє, ніби здатний досягнути цілісності світу, проте він має справу тільки з поверхневим шаром і не «бачить» складне гілкування різноманіття системних зв'язків. Аналогічна справа з медіа. Вони демонструють метафізичну поведінку й здійснюють метафізичну роботу, так як, по-перше, здійснюють глобалізацію і локалізацію реальності, по-друге, організують пізнання суб'єкта, конституюють самого суб'єкта і, по-третє, метафізично ухиляються від нього [1, с. 25].

Ідея об'єктивної передачі образу, адекватності образу відступає перед свободою вибору у відображенні та інтерпретації однієї й тієї самої реальності. Тому важливим постає завдання експлікації й критичного осмислення багаторівневого та комплексного характеру виробництва медіареальності. Цим завданням займаються нові дисциплінарні галузі – медіафілософія та медіаосвіта.

Смисли, що продукують медіа, претендують на універсальне значення й загальнолюдське охоплення. Смисли для людей важливі тим, що формують систему бачення світу. Залежно від картини світу у людей виникає мотивація на здійснення тих чи інших дій. Отже, люди рухаються туди, куди кличуть смисли. Тому вивчення ідейно-сміслового повідомлення медіа є питанням водночас соціальної і моральної відповідальності медіа перед суспільством.

Основоположник медіаосвітньої теорії розвитку критичного мислення – британський вчений Л. Мастерман вважає, що оскільки медійна продукція є результатом свідомої діяльності, логічно визначаються, щонайменше, чотири сфери вивчення: 1) на кому лежить відповідальність за створення медіатекстів, хто володіє засобами масової інформації та контролює їх; 2) як досягається необхідний ефект?; 3) які ціннісні орієнтації створюваного таким чином світу?; 4) як його сприймає аудиторія? [3, с. 29]. Можна припустити, що Л. Мастерман, здійснюючи такий структурний аналіз медіа, водночас намагається виявити справжні механізми ідеологічного впливу і цінностей того чи іншого медіатексту. Безсумнівним в медіаосвітній діяльності та медіафілософії визнається факт наявності ідеологічної основи в медіа.

Передбачається, що медіа здатні цілеспрямовано маніпулювати громадською думкою, в тому числі в інтересах тієї чи іншої соціальної групи, класу, раси або нації. Неповнолітня аудиторія стає найлегшою мішенню для впливу за допомогою медіа. Педагогічна стратегія зводиться тому до вивчення політичних, соціальних, національних і економічних аспектів медіа, до аналізу численних протиріч, які містяться в їх подачі з точки зору тієї чи іншої групи, класу, раси,

релігії або нації. На переконання Л. Мастермана, медіа, безсумнівно, виступають агентами «домінуючої ідеології», які спрямовані на пасивних реципієнтів.

Погодимось із справедливою оцінкою Г. С. Мельника [4] про те, що «інформація» перетворилася в інструмент влади, який використовують як товар, а досягнення у сфері технології роблять його структурним елементом стратегії політики держави, визначеним для ротації структури бюрократичної життя, тобто управлінського апарату держави. Саме тому інформація надходить до реципієнта в неповному вигляді, її справжнє повідомлення завжди вислизає від його розуміння. Медіа нав'язують певні правила прочитання соціальних відносин, що стоять на службі «домінуючої ідеології».

Список літератури

1. Сивков Д. Ю. Медиа и метафизика / Д. Ю. Сивков // Медиафилософия II. Границы дисциплины. – СПб. : С.-петерб. философ. о-во, 2009. – С. 16–25.

2. Савчук В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины / В. В. Савчук // Медиафилософия I: Основные проблемы и понятия. – СПб. : С.-петерб. философ. о-во, 2008.– С. 7–39.

3. Федоров А. В. Критический анализ медиатекста, содержащего сцены насилия, на медиаобразовательных занятиях в студенческой аудитории (на примере фильма «Груз 200») / А. В. Федоров // Медиаобразование. 2007. – № 4. – С. 29–54.

4. Мельник Г. С. Стереотип, формирование стереотипов в процессе массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Г. С. Мельник // Mass-Media: Психологические процессы и эффекты. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/stereotype1.htm>. – Загл. с экрана.

ЯГОДЗИНСЬКИЙ Сергій Миколайович,

*доктор філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії
ННГМІ НАУ*

РЕСУРСИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ПРОБЛЕМА ІДЕНТИФІКАЦІЇ

Вкотре повертаючись до теорій інформаційного суспільства, ми ставимо питання про ідентифікацію критеріїв приходу нової форми соціального устрою. У науковій літературі можна з легкістю нарахувати кілька десятків визначень, характеристик, тлумачень інформаційної ери як чогось принципово нового порівняно з