



ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО МОВНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ ЗАСОБАМИ МЕДІАКУЛЬТУРИ

Олена Васіляді

Актуальність дослідження. В Україні формуються нові підходи до розвитку мереж і культурної комунікації. У сфері культури відбуваються зміни, характерні і для перехідного періоду, пов'язаного з демократизацією, трансформацією, приватизацією об'єктів культурної інфраструктури, переосмисленням історико-культурної спадщини, історичних подій і постатей діячів української історії, творів української літератури та мистецтва. Такі зміни зумовили відкриття нових музеїв, музейних експозицій, заповідників, нових пам'ятників діячам та подіям, які раніше не розглядалися.

Мовна політика посідає чільне місце в системі державних пріоритетів, оскільки її стратегічним завданням є забезпечення неухильного додержання конституційних гарантій щодо всебічного розвитку і функціонування української мови як державної в усіх сферах суспільного життя на всій території України, вільного розвитку, використання і захисту мов національних меншин та задоволення мовних потреб громадян України.

Серед праць українських авторів останнього десятиріччя, в яких досліджуються проблеми мас-медійних процесів та роль ЗМК в сучасному світі і які мають більш загальний характер слід назвати публікації О. Гриценка, Л. Губерського, В. Іванова, Н. Костенко, Є. Макаренко, А. Москаленка, А. Ручки та інших. Проблемам мас-медіа в контексті публік рілейшнз присвятили свої дослідження В. Королько, В. Моїсєєв, Г. Почепцов.

Висвітлення різних аспектів теоретичних та практичних питань діяльності ЗМІ в сучасних умовах здійснюється в публікаціях таких українських авторів, як В. Бадрак, Г. Вартанов, В. Здоровега, В. Іваненко, С. Квіт, О. Копиленко, В. Кравченко, І. Крупський, О. Кузнєцова, В. Лизанчук, Й. Лось, Е. Мамонтова, І. Мащенко, О. Мелещенко, Л. Мукомела, І. Ненов, І. Паславський, Т. Петрів, В. Різун, О. Сибірякова, М. Скуленко, І. Слісаренко, А. Чічановський, О. Чекмишев, В. Шкляр та інші. Також заслуговують на увагу дослідження таких авторів, як С. Телешун, В. Журавський, С. Томенко, присвячені проблемам вдосконалення демократичного суспільства в Україні та

Е. Мамонтової, що розглядає роль преси в процесах демократичних перетворень.

Особливо слід відзначити дисертаційні дослідження, присвячені проблемам сучасних *соціально-економічних трансформацій та ролі в них мас-медіа* (згадуємо лише дослідження зі спеціальності “Політичні науки”). Це, зокрема, праці В. Баркова, В. Безвершого, А. Грамчука та О. Задоянчука присвячені *проблемам становлення громадянського суспільства*, а також дисертація В. Бебика, присвячена проблемам політичного маркетингу в сучасному суспільстві.

Мета дослідження – проаналізувати особливості формування національного мовно-культурного простору засобами медіа-культури

Виклад основного матеріалу. В Україні після схвалення Постановою Президії Національної академії педагогічних наук у травні 2010 року Концепції впровадження медіаосвіти в Україні розпочалася робота із впровадження медіаосвіти в навчальні заклади всіх рівнів, хоча вона ще не стала загальноприйнятою практикою в нашій країні. За ці роки зроблено доволі багато: триває Всеукраїнський експеримент за темою «Науково-методичні засади впровадження вітчизняної моделі медіаосвіти у навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів», випущено перший підручник для педагогічних вищих навчальних закладів із медіаосвіти, здійснюється підготовка медіапедагогі в як у літніх школах медіаосвіти, які організовує Академія української преси завдяки підтримці американського народу, що була надана через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) та програму «У-Медіа» Інтерньюз Нетворк, міжнародного благодійного фонду «Відродження», так і завдяки роботі закладів післядипломної педагогічної освіти, здійснюється розробка навчально - методичного забезпечення для загальноосвітніх навчальних закладів (створюються програми, посібники) тощо [3].

Медіа-культура як суспільний феномен виробництва медіа-продукції, опосередкований засобами масової комунікації, та її споживання масовою аудиторією становлять медіатизований простір, який створює нове середовище існування, нову реальну дійсність [1]. Сучасний розвиток засобів масової комунікації обумовлює утворення нових форм життєдіяльності людини, новий досвід спілкування й співіснування. Традиційні медіа - радіо, телебачення, відео та особливо новітні мультимедійні засоби відкривають для користувача/споживача медіа-продукції такі можливості: обирати й прослуховувати велику кількість радіоканалів, дивитися безліч телеканалів завдяки супутниковому зв'язку; записувати, зберігати й копіювати як для

багаторазового сприймання, так і для тиражування аудіо-, візуальну, аудіо-візуальну інформацію; зупиняти й повертати назад звук, зображення з метою більш детального сприймання, кращого усвідомлення змісту інформації або поновлення естетичного переживання, задоволення; створювати комп'ютерні фільми, енциклопедії, сайти, блоги, віртуальні фотоальбоми та ін.; отримувати додаткову інформацію, консультацію в інтерактивному режимі; актуалізувати, розвивати творчий потенціал у галузі відео-культури засобами фото-, відео-камери; активізувати знання, отримані в ході традиційного навчання.

Формування медіа-культури особистості в умовах сучасної медіа-реальності в Україні ставить проблему широкого запровадження медіа-освітньої практики в загальноосвітній школі [2]. Актуальність курсу медіа-освіти обумовлено об'єктивним існуванням соціального медіа-культурного феномену – медіа-реальності, яка характеризується небувалим розвитком засобів масових комунікацій та складає вагомую частину загального обсягу сучасного інформаційного простору. Разом із тим медіа-культура завдяки медіа-технологіям глибоко пронизує життя людини та активно впливає на формування свідомості, що висуває потребу в спеціальній підготовці дітей, молоді до існування в сучасному просторі медіа-інформації та в глобальному інформаційному суспільстві.

Основними *поняттями* медіа-освітнього курсу є: 1) *медіа-культура*, *відео-культура*, 2) *види ЗМК*, 3) *медіа-технології*, 4) *медіа-текст*, 5) *мова медіа*, 6) *медіа-виробник*, 7) *медіа-репрезентація*, 8) *медіа-споживач*, 9) *медіа-творчість*. Означені поняття перегукуються з такими традиційними, як «категорії», «агенція», «медіа-технології», «мова», «репрезентація», «аудиторія».

Розгляд *проблем, що потребують свого вирішення за допомогою цілеспрямованої державної інформаційної політики* в Україні, свідчить, що хоча серед країн СНД Україна посідає одне з провідних місць за кількістю законів, присвячених діяльності мас-медіа, негативні тенденції в інформаційній сфері України посилюються і становлять суттєву загрозу збереженню національної самобутності українського інформаційного простору. Серед основних невирішених проблем державної інформаційної політики в Україні слід назвати: 1) надто велику вартість друкарських послуг; 2) відсутність, перш за все у комерційних ЗМІ, матеріальної зацікавленості у випуску якісної української медіапродукції (інформаційно-аналітичної, а також навчальних та розважальних програм тощо); 3) правову незахищеність українських ЗМК та творчих колективів від переслідувань державних контролюючих органів; 4) відсутність гарантій захисту прав журналістів.

Головним критерієм ефективності державної інформаційної політики можна вважати забезпечення свободи слова. Хоча у західних суспільствах свобода слова є одним з основних інститутів політичної демократії, очевидно, що це положення не слід сприймати буквально, оскільки неформальна інформаційна монополія (яка суттєво обмежує свободу слова) існувала в західному соціумі завжди, внаслідок чого були вироблені механізми не *формально-юридичного*, а фактичного обмеження свободи слова. Проте, оскільки принцип свободи слова було проголошено однією з основ західної демократії в її традиційній формі, то в тих випадках, коли політика уряду вступала у явну суперечність з інтересами більшої частини суспільства, критична точка зору ставала панівною у мас-медіа.

Хоча Конституція та інші закони України (так само як і в РФ) гарантують свободу слова та преси, вона фактично не спирається на розвинуте громадянське суспільство, яке могло б обмежувати прагнення виконавчої влади до монополії у сфері інформації. Аналіз забезпечення свободи слова у США, Польщі та РФ свідчить про суттєві відмінності в діяльності ЗМК цих країн [3].

Висновки. Отже, аналіз теоретичних поглядів зарубіжних та українських авторів щодо впливу сучасних мас-медіа на формування політичної культури та ідеології, а також здійснене нами дослідження відповідно до його мети і завдань дозволяє дійти висновку, що без урахування теорії постіндустріального інформаційного суспільства неможливо зрозуміти специфіку ряду аспектів діяльності сучасних мас-медіа та їхню роль у соціально-економічних трансформаціях. Особливості діяльності мас-медіа в сучасних умовах значною мірою визначаються глобалізаційними процесами, які виявляються у зростанні світових комунікаційних конгломератів, що утворюють глобальний інформаційний простір.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бондаренко Е.А. Медиакультура (учебная программа) // Экранная культура. Медиакультура / Е.А.Бондаренко [Текст]. — М.: МИОО, 1995.
2. Онкович Г.В. Професійно орієнтована медіаосвіта у вищій школі / Г.В.Онкович // Збірник статей методологічного семінару „Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив. – К., 2013. - С.79-89.
3. Федоров А. В. Медиаобразование в России и Украине: Сравнительный анализ современного этапа развития (1992-2008) / А.В.Федоров // Медиаобразование. Российский журнал истории, теории и практики медиаобразования. – 2008. – №4.