

## МЕДИАКУЛЬТУРА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Кись А.В.

Научный руководитель – ст. преп. Жидкова О.О.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники  
(61166, Харьков, пр. Науки 14, каф. философии, тел.(057)702-14-65)

The paper examines the importance of media culture in the modern information society and in the life of an individual. Media culture has a strong effect on the mass consciousness, subordinating it to its laws. Problems of modern media culture are formulated, attention is paid to both positive and negative aspects of the influence of media culture on modern society.

Одним из основных признаков современного информационного общества является свобода доступа к информации и свобода ее распространения. (Информационное общество – концепция постиндустриального общества, современный этап развития информационной цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и производство посредством информации знаний [1]).

Говоря о функционировании современного общества, можно утверждать, что самые яркие, динамичные преобразования и технологические прорывы происходят в области медиа. О скоростях изменений современных медиа, интересов социума и предпочтений различных аудиторий и групп свидетельствует исследование, проведенное учеными Оксфордского университета. По их данным, чтобы привлечь 50 млн. пользователей, телефонным компаниям понадобилось 75 лет, радио – 38 лет, телевидению – 13 лет, а интернету – всего 4 года [2].

Сегодня человек должен быть готов к быстрому восприятию больших объемов информации. В то же время, актуальной становится проблема скорейшего овладения современными средствами, методами и технологией работы с информацией. Поэтому современные ученые, (как гуманитарии, так технари) считают, что в XXI в. современный человек должен иметь определенный уровень культуры по обращению с информацией. Для отражения этого факта и была введена категория информационного общества, как «информационная культура», которая напрямую связана с термином медиакультура. «Информационная культура – это способность общества эффективно использовать информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций и применять их передовые достижения в области развития средств информатизации и информационных технологий в культуре» [2].

Рассматривая медиакультуру, нельзя не упоминать такие понятия, как «медиасреда», «медиапространство», «медиаполитика» и другие, которые входят в область не только культурологических, но и

социологических, исторических, философских исследований. Все это доказывает, что изучение медиакультуры носит междисциплинарный характер.

Медиакультура имеет как положительные, так и отрицательные стороны своего воздействия на массовое сознание. Положительные качества медиакультуры:

- мгновенное распространение информации в глобальной сети Интернет;
- стирание границ для распространения информации по всему миру;
- возможность хранения большого объема информации при использовании разного рода портативных запоминающих устройств;
- возможность вести межкультурный диалог через глобальную сеть коммуникаций.

Негативные стороны:

- зависимость не только подростков, но и всех возрастных групп общества от времяпровождения в социальных сетях;
- неспособность в огромном потоке информации приобрести верные жизненные ориентиры;
- уход от окружающей действительности в медиареальность, отстраняясь от повседневных проблем и забот;
- переменчивость, текучесть, многоканальность современного технократического мира, приводят к информационным перегрузкам, непредсказуемой, неоднозначной медийной избыточности.

Таким образом, можно утверждать, что современное информационное общество формирует у людей совершенно новое мышление, образцы поведения и культурные нормы. Наши современники должны научиться жить в условиях информационных перегрузок, непредсказуемой и неоднозначной медийной избыточности. Умения ориентироваться в медийных потоках, анализировать и оценивать информацию; навыки непрерывного образования и диалога с массмедиа; опыт распознавания манипулирования со стороны средств массовой информации и являются базовыми категориями медийной культуры личности и общества.

#### Список использованных источников

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура: пер. с англ. / М. Кастельс; под науч. ред. О. И. Шкаратана. – Москва: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. 1000 биографий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biograf.academic.ru/>.
3. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень: монографія / Абрамова І. Г. та ін.; відп. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьова. – Запоріжжя: Кераміст, 2017. – 309 с.