

ОСВІТНЯ КОМУНІКАЦІЯ В ЕЛЕКТРОННОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ



Педагогіка
ШКОЛИ

У статті досліджується специфіка електронного освітнього простору як середовища освітньої комунікації. Особлива увага звернена на аналіз специфіки електронних медіа та їх ролі у становленні віртуального освітнього простору та електронної освітньої комунікації. Вказано на позитивні та негативні аспекти трансформації комунікативного середовища освітньої діяльності в умовах домінування електронних медіа.

УДК 37.018.43:004

Ключові слова: освіта, комунікації, медіа, освітній простір, інформатизація.

Постановка проблеми. Концептуальний аналіз взаємин індивіда й суспільства у межах антропо-соціальної системи показує, що інформаційна потреба в сучасних умовах виходить на перший план. Сутність інформаційної потреби полягає в об'єктивно обумовленій необхідності попереджати будь-яку діяльність і задовольняти всі інші потреби виробництвом, освоєнням і використанням інформації, придатної для вибору мети, визначення засобів і найкращого способу діяльності. Інтенсифікація динаміки розвитку медіа та інформаційних технологій уже сьогодні призвела до становлення електронного простору, у який залучені сотні мільйонів людей. Електронні медіа, комп'ютерна техніка та їх об'єднання у межах глобальної мережі Інтернет стало ядром нової віртуально-мережної культури. У певних пунктах перетину залежність практики соціальної від електронного простору

вже не мислиться порізно. Виникають такі феномени як електронний уряд, блогова журналістика або специфічні види культури, що тиражуються винятково через Інтернет. Освітня комунікація також стає все більш детермінованою сучасними електронними медіа.

Стан дослідження проблеми.

Специфіка формування електронного комунікаційного простору інформаційного суспільства досліджується у роботах Н.Лук'янова, С.Хуторного, А.Чистякова, Є.Ярославцевої та інших вітчизняних і зарубіжних учених. Доведено виняткову роль електронних медіа як засобів соціалізації осо-



Діана КОЛОМІЄЦЬ

Директор ПП
„Мікрошкола
Монтесоррі”

Директор школи, ліцею, гімназії № 1-3 2015

бистості та здійснення комунікації. Разом з тим, освітній аспект такої комунікації залишається малодослідженою проблемою.

Мета дослідження. Визначення особливостей освітньої комунікації в електронному просторі інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу. Людина уже активно входить у це інформаційно-медійне середовище, часто проживаючи в ньому більшу частину свого життя. Тому потрібне осмислення особливостей буття людини у ньому, оскільки вже зараз суттєві зміни в людині на індивідуально-екзистенціальному, соціальному, аксіологічному і праксіологічному рівнях відображають контекст її існування в дискурсі віртуально-мережної культури.

Перше, що було сформовано цією культурою, це новий інформаційний простір. Людині відразу став доступний величезний масив інформації, і щомиті її обсяг збільшується. Це вже зараз спричинило зсув акцентів у роботі людини з інформацією. Якщо раніше значна частка часу витрачалася на її пошук, то тепер більш актуально стає проблема верифікації інформації. У наш час будь-яка людина може стати суб'єктом генерації нових інформаційних потоків у фактично загальнопланетарних масштабах. З новою гостротою постає проблема ідентифікації дійсного й оманливого, об'єктивного й суб'єктивного. Так само наростає проблема інформаційного надлишку, „засміченості” віртуального культурного простору. „Відсутність центрів верифікованого знання нарівні з перманентно продукованою суб'єктивістською інформацією створює загальний настрій гносеологічного скептицизму та релятивізму” [7, с.68].

Людина відчуває амбівалентну подвійність відчуттів стосовно цього складного інформаційного феномена. З одного боку, вона має можливість відчувати себе інформаційною надлюдиною. З іншого боку, ще більш гостро людина відчуває нескінченну множинність і фрагментарність світу.

Інтенсифікація сприйняття інформації часто не залишає можливості для її засвоєння на сутнісному, буттєвому рівні. Людина усе більше переходить від пізнання структур буття до поінформованості про них. Задана сьогодні динаміка розвитку інформаційного простору примушує людину до фрагментарно-феноменального, часто утилітарно спрямованого пізнання сфери власної практичної життєдіяльності без сутнісного вживання в знання про нього.

Сучасний електронний простір є витвором людини, саме породження людською активністю характеризує його як середовище реалізації здатності людини розбудовувати свої творчі здібності. Відносини між людьми у межах цього простору створюють особливе – комунікативне – середовище, у якому людина здатна реалізувати свої задуми. Бурхливий розвиток сучасних технологій комунікації показує все нові можливості самореалізації людини з використанням усе нових способів освоєння навколишнього світу. Інформаційний ресурс розвитку сьогодні є найголовнішим і вимагає все нових інвестицій як у технології, так і в удосконалення самої людини для підтримки інноваційних якостей та стабільності інформаційного середовища. А можливості медійних феноменів практично необмежені. Завдяки цьому відбувається стрімке розширення та ускладнення ноосферного простору, у якому усе більше зростає активність людини. За допомогою медіа-технологій, які посилюють практично усі її здатності, людина освоює навколишній простір, розширює своє комунікативне поле. Нові способи бачення й слухання не замінюють, не витісняють органічні здатності, але доповнюють можливості людини, які вона може використовувати за своїм бажанням.

Електронний простір став для освіти людини особливо значущим, коли він опосередкував практично всі її контакти з навколишнім світом. Нові медійні засоби взаємодії створюють „медійну” людину, яка існує у медійному середовищі. Вона не про-

сто стає його активним користувачем, але й нерідко зливається з ним, не здатна розділити свої власні можливості й можливості, які створюються новими мас-медіа. „Аудіо- та відеоінформація сьогодні, дублюючи одна одну, охоплюють людину своїми потоками, стаючи як би її дистанційними „середньостатистичними” очима й вухами. Формується модель поведінки, яка дозволяє випадковим чином набирати інформацію, запускаючи у роботу механізми її освоєння по типу юнгівських синхронізацій”, – вказує російська дослідниця І.Архангельська [1, с. 6].

Людина, завдяки розвитку комп'ютерних систем комунікацій і Інтернет-мереж, безумовно, отримує потужний імпульс розвитку. Це само собою є потенційним ресурсом, який починає наповнюватися конкретним змістом, втілюючись у ті або інші події і явища, перетворюючись у цілі та завдання активно діючої людини. Причому, ці ресурси мають соціальну наповненість. Навіть якщо у суспільстві тільки частина його представників опановує новою технологією, потенціал здобуває все співтовариство. Найбільш активні перетворюються в пункти росту, а все інше середовище стає підтримуючим. Воно функціонально трансформується, працюючи як експертне співтовариство, що відокремлює продуктивні знахідки від непродуктивних, створюючи нові критерії для оцінки отримуваних результатів.

Ті, хто освоїв нові способи комунікації, виходять

„МЕДІЙНА” ЛЮДИНА: ЗМІНА СТРАТЕГІЙ

Складності розвитку сучасного медіа-освітнього простору вимагають нової інтерпретації ролі мультимедійних комунікативних систем. Вони акцентують увагу на власне людські якості, можливості розвитку. Якщо на перших етапах становлення аудіовізуальних мас-медіа можна було абстрагуватися від людини, розуміючи її просто як споживача інформації, то сьогодні, коли є вже розвинена технічна база електронних засобів створення інформації й розвинена комунікативна мережа, що дозволяє її транслювати, головним стає питання про людину як творця й результат розвитку медіа-освітнього простору [9, с. 82].

В електронному просторі практично спостережуваним стає процес творчості. Багато рішень в області інтерактивної комунікації показують, що людина здатна практично в кожному моменті свого спілкування створювати щось дуже важливе й цінне; але воно нетривке й досить швидко зникає. „В інтерактивній комунікації, що створюється за допомогою засобів мультимедіа, за творчим процесом можна спостерігати, практично зупинивши миттєвість”, – цілком справедливо акцентує російська дослідниця Н.Лук'янова [2, с.109]. Сучасні комп'ютерні технології прагнуть не тільки до створення дружнього інтерфейсу, але й до природності, доступності в управлінні. Наприклад, резистивні технології дають можливість подавати команди через безпосередній тілесний рух. Такий керуючий модуль опирається на весь комплекс функціональних можливостей людини, знімаючи безліч наявних обмежень.

Інтерактивність не просто прискорила процес комунікації, вона ще й підвищила чутливість людини. Остання залучається до спілкування як цілісна істота, усіма своїми здатностями та можливостями. Мультимедійні технології звертаються до всіх конституційних фізіологічних можливостей людини. Активовані електронним простором візуальні й аудіальні канали сприйняття будять у людині творчий імпульс. У межах мережної медіа-культури людина здатна створити творчі композиції, безпосередньо реагуючи на життя, події зовнішнього світу. Мультимедійні комп'ютерні системи дозволяють розширити можливості самовираження людини у медіа-освітньому просторі.

На сьогодні мало хто заперече реальність розширення можливостей розвитку людини в інформаційному просторі. Разом з тим чи не найважливішою інформаційно-комунікативною проблемою буття людини є забезпечення її статусу як активного суб'єкта, а не пасивного споживача інформації. На особистісному рівні багато дослідників схильні вважати електронний простір „цілком адекватним комунікативно-інформаційним середовищем розвитку людини”, незважаючи на те, що медіа дійсно перетворилися у свого роду навколишнє середовище насамперед домашнього проживання людини, причому часто в середовище агресивного характеру [4, с.18].

Разом з тим дослідники виділяють соціокомунікативні ризики (ризики медіавпливу; ризики, пов'язані з формуванням мультимедіасистеми; ризики віртуалізації реальності; ризики сегментації суспільства); культурні ризики (глобалізації, мовні ризики; ризики зміни системи цінностей і стереотипів поведінки); контентуальні ризики (гомогенізація електронного простору та його жанрове збіднення; домінування розважального компоненту). На нашу думку, означені ризики не є специфічно медіальними, а прямо пов'язані з ризиками та сутнісними проявами постмодерну.

із традиційних систем спілкування та загальноприйнятих оцінок. Людина освоює нові форми свободи, і, як за всяку свободу, за неї потрібно відповісти, напружувати зусилля, щоб досягти загубленого відчуття сталості, відносного благополуччя, освоїти нові можливості комунікації, що відкрилися. Причому, багато нових видів комунікації освоюється дітьми, що тільки вступають у процес спілкування. Їхній розвиток від початку містить цей досвід спілкування, який не вимагає для них спеціального осмислення. Це реальність, яка створює новий простір спілкування, що у свою чергу представляє собою новий параметр порядку. Нове покоління вже існує за допомогою медіа, активно використовуючи його, але багато людей поки що живуть тільки в оточенні електронного простору, будучи якоюсь мірою пасивними споживачами пропонуваної інформації.

Характерним є сприйняття інформації суб'єктом Інтернету. Web 3.0 довів, що вільне обговорення експертів важливіше, ніж сам текст. У контексті електронного простору сама інформація може мати для людини менше значення, ніж коментарі, якими вона обростає. При цьому нав'язати якусь інформацію в умовах майже некерованого багатостороннього обговорення у мережі практично неможливо. Більше того, участь людини як суб'єкта у мережному просторі формує у неї якості критичного мислення та цілеспрямованого відбору інформації. Фактично мова йде про формування у суб'єктів електронного простору самосвідомості нового типу, яка є дуже стійкою до маніпулятивних впливів.

Інтернет суттєво змінює характеристики освітнього простору, перетворюючи обмін інформацією із суб'єкт-об'єктного у суб'єкт-суб'єктний процес. Інтернет – це безперервний потік інформації, що не припиняється ні на секунду. Мережа, як колективний розум, не спить, не відпочиває, не зупиняється і постійно вимагає інформації про те, що відбувається, у реальному часі. Якщо хтось

написав щось важливе, інформація про це може розійтись мільйонами людей за лічені хвилини. „Людина з Інтернету” стала постійним джерелом інформації для всіх суб'єктів медіа простору” [8, с. 28] В електронному просторі інформація стає дуже особистісною й життєвою. Людей, як і в реальному житті, цікавлять усі сторони подій та процесів, а тому інтернет-інформація „від людини до людини” має форму життєвих історій, у яких є зав'язка, розвиток, кульмінація й розв'язка – як у кінофільмі чи театрі, і зрештою, як і у житті. Будь-яку подію людина „приміряє” на себе, осмислює через свої уявлення та ціннісні орієнтири. Образ чого завгодно складається із дрібних деталей і подробиць, найчастіше емоційних. Блог, наприклад, зручний тим, що дозволяє побачити його автора як Людину, а не як посаду чи іншу соціальну роль.

Ефективним процес комунікації може бути тільки за умови, що відправник і отримувач будуть мати більш-менш загальний тезаурус (загальний значеннєвий простір). Зміст повідомлення складається з низки складових: значення, інваріантного для даної культури, особистісного змісту у вузькому його розумінні, що обумовлений суто індивідуальним досвідом суб'єкта, і значеннєвих нашарувань, що випливають із національної, статевовікової, державної належності комунікатора, його включеності в інші спільноти, кожна з яких надає повідомленню свій контекст. Незважаючи на те, що ефективність повідомлення залежить від безлічі факторів – від макро- і мікросередовища, від цілей комунікації, від суб'єктивних і об'єктивних факторів, дивергентності й конвергентності різних соціокультурних середовищ – набагато легше встановити комунікацію навіть при відсутності збігу тезауруса, але у тому випадку, коли отримувач відчуває інформаційну, а відправник – комунікативну потребу.

Проблема вибору способу задоволення комунікаційно-інформаційної потреби пов'язана з вибором зна-

кової системи передачі й отримання інформації та її сприйняття. Існують різні знакові системи, які використовуються у комунікативному процесі. Сучасний медіа-освітній простір усе більше трансформується у бік невербальної комунікації. „При виборі способу передачі й отримання повідомлення як відправник, так і одержувач усе в більшій мірі орієнтуються на візуалізацію повідомлення, оскільки вона, з однієї сторони носить більш універсальний характер, ніж лінгвістичні засоби комунікації, а з іншої сторони, впливає на свідомість, не проходячи стадію раціоналізації. Суспільство наближається до того моменту, коли образ знову стане найважливішим носієм інформації”, – вказує В.Савчук [5, с.14].

В епоху масової комунікації людина включається у неї тим ефективніше, чим більше вона автоматизована, комп'ютеризована і редукована до комуніканта, тобто до атомарної людини, роз'єднано та відділеної від інших. Узагальнюючи повсякденне, комунікант створює щільну, самозамкнену й непроникну для традиції причетності медіа реальність, він зрощується із засобами комунікації і стає анонімним. Універсальна мова комуніканта витісняє мову як статус, як показник певної культурної належності. У М. Хайдеггера мова виступає у двох іпостасях: мова сутності, і повсякденна мова. Комуніканти не розмовляють мовою сутності, оскільки їх мова використовує нереклексивні кліше, інтенції їх виходять із безособистісної свідомості, свідомості медіасуб'єкта [6, с.72-73]. Для становлення медіа-освітнього простору набагато важливішою є не особиста присутність, а сталість зв'язків з адресатом, його досяжність і пов'язаність.

Використовуючи медіа, зрисишис із ними, людина стає комунікантом, тобто просто інстанцією як передачі інформації, так і її середовища, формується гомогенне тіло маси учасників комунікації, або медіа-простір. Комунікант є ім'я нової форми ідентифікації, але не самоідентифікації. Його основа не тільки у дералізації персональної комунікації,

але й структур безпосереднього міжособистісного спілкування доінформаційної епохи. Активність людини редукується до активності споживача товарів, у вигляді речей, інформації або задоволень; споживач відповідає формі колективного суб'єкта, розміченого й структурованого інформаційними потоками, що став у підсумку комунікантом.

Створений на основі електронних засобів комунікації медіапростір створює нову якість повідомлення, нового суб'єкта й нову реальність. Її перші симптоми фіксуються в різних поняттях: „об'єктивна комунікація”, що протистоїть „екзистенційній”, спрямованій на сумісне спілкування (К. Ясперс); в особливому типі поведінки – „стратегічній поведінці” (Ю. Хабермас), яка веде до свідомого або несвідомого обману, до відчуження, розриву із традицією, втрати орієнтирів. Однак при цьому Хабермас у просторі концепту комунікації знаходить позитивні наслідки її використання. Саме комунікація, а не повідомлення веде до створення „стійких міжособистісних відносин і особистісних структур”, виникнення „стійкого нормативного середовища”. Комунікативна дія (орієнтована на взаєморозуміння) є базою для відтворення стійких структур життєвого світу.

Медіа-простір, створюваний новими медіа, здійснює і нову артикуляцію суцього, у якій повідомляти й бути суть одне й те ж, як одним і тим самим виявляється й повідомлення, і те, чим воно передається. Поява нового пануючого засобу комунікації веде до формування відповідної реальності. Описуючи різні структури медіальності, ми, власне кажучи, описуємо не тільки різні реальності, але й різні способи життя, різні картини світу, різні мови. Звернувшись до Н. Лумана, з'ясуємо, що є тип повідомлення без спілкування, комунікації без людини. Луман виходить із того, що не люди комунікують один з одним, а комунікація комунікує сама із собою, вона має якість самовиробництва, аутопоезиса, „комунікація – не є спосіб трансляції чогось, а спосіб створення нової структури.

Комунікація стає не тільки реальною існування, але всепоглинаючою, а тому і єдиною реальністю. Ця реальність — похідне від масовості; сформувавшись за допомогою медіа, маса стає медіасуб'єктом. Поняття сучасного медіапростору відкриває нам те, що медіа, повідомлення й реальність — суть одне й теж. Спосіб їх об'єднання дає нова якість — медіа реальність” [3].

Висновки. Таким чином, традиційний філософсько-освітній аналіз інформаційно-комунікаційного виміру буття людини у електронному просторі концентрується на проблемах особливостей інформаційного простору як соціального простору; соціальних та комунікативних аспектах обміну інформацією у медіа-освітньому просторі як мережній структурі; інноваціях, які вносять у систему комунікації та інформування нові електронні медіа і, зокрема, Інтернет. При цьому думки відносно

інформаційно-комунікативних умов розвитку особистості у медіа просторі розділяються. Більшість фахівців вважає домінуючим стандартизуючий та маніпулятивний вплив нових інформаційних технологій на особистість. Однак низка дослідників підкреслюють їх креативно-розвиваючий характер, враховуючи відкриття широких можливостей для неконтрольованого обміну інформацією та спілкування, а також творчої самореалізації. Специфічний філософсько-освітній аналіз проблеми концентрується на аналізі становища людини у медіа-освітньому просторі як комуніканта та медіа-суб'єкта. Існують серйозні ризики, що у цій якості людина деперсоналізується як суб'єкт комунікації і „розчиняється” у сучасних медіа як єдиній реальності інформаційного суспільства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Архангельская И. Б. Маршалл Маклюэн: Путь к теории медиа / И. Б. Архангельская. — LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. — 384 с.
2. Лукьянова Н. А. Homo significans в коммуникативном пространстве / Н. А. Лукьянова // Человек. — 2008. — № 4. — С. 106–117.
3. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. — Москва : Практикс, 2005. — 256 с.
4. Марков В. Н. Информационная сфера как контекст деятельности субъекта / В. Н. Марков // Мир психологии. — 2010. — № 3. — С. 13–26.
5. Медиафилософия III. Фотография / под ред. В. В. Савчука, М. А. Степанова. — СПб. : Санкт-Петербургское Философское общество, 2009. — 255 с.
6. Хайдеггер М. Бытие и время / М. Хайдеггер. — СПб : Наука, 2002. — 387 с.
7. Хуторной С. Н. Киберпространство и реальный мир / С. Н. Хуторной // Вестник Московского государственного областного университета. Серия : Философские науки. — 2011. — № 2. — С. 67–71.
8. Чистяков А. В. Социализация личности в обществе интернет-коммуникаций (социокультурный анализ) : автореф. дис. ... докт. социол. наук / А. В. Чистяков. — Ростов -на-Дону, 2006. — 58 с.
9. Ярославцева Е. И. Коммуникативные стратегии человека в современном мире / Е. И. Ярославцева // Философские науки. — 2008. — № 7. — С. 79–97.



Диана Коломиец Образовательная коммуникация в электронном информационном пространстве

В статье исследуется специфика электронного образовательного пространства как среды образовательной коммуникации. Особенное внимание обращено на анализ специфики электронных медиа и их роли в становлении виртуального образовательного пространства и электронной образовательной коммуникации. Указано на позитивные и негативные аспекты трансформации коммуникативной среды образовательной деятельности в условиях доминирования электронных медиа.

Ключевые слова: образование, коммуникации, медиа, образовательное пространство, информатизация.



Dians Kolomiets Educational communication in electronic information space

In the article, specific features of electronic educational space are investigated as an environment of educational communication. Primary attention is paid to analysis of specific features of electronic media and their role in creation of a virtual educational space and electronic educational communication. Positive and negative aspects connected with transformation of communicative environment of educational activity in conditions of electronic media domination are shown.

Key words: education, communications, media, educational space, informatization.