

УДК 911.3

Білоус А.В.

*РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ГЕОГРАФІЧНОМУ
КРАЇНОЗНАВСТВІ*

В статті «Роль засобів масової інформації в географічному країнознавстві» аналізується взаємозв'язок засобів масової інформації та географічного країнознавства, а також роль мас-медіа як джерела поширення інформації і знань.

The article "Role of media in the regional geographical studies" examines connection between media and regional geographical studies and the role of mass media as a source of information and knowledge.

Постановка проблеми. Країнознавство має надзвичайно важливе значення як наукова область знань. Його роль в суспільстві визначається насамперед світоглядною та інформаційною функціями, що підкреслює надзвичайно тісний зв'язок країнознавства з інформаційною сферою. Саме тому надзвичайної актуальності сьогодні, в умовах протікання процесів глобалізації та формування інформаційного суспільства, набувають дослідження ролі засобів масової інформації і їх взаємозв'язку із географічним країнознавством. Розкриття цих питань є метою написання даної статті.

Ступінь вивченості проблеми. Дослідники інформаційної сфери та теорії інформаційного суспільства на думку Ф. Уебстера поділяються на дві групи. У першу групу дослідників, входять ті автори, які впевнені, що сьогодні з надр старого суспільства народжується зовсім новий лад.

Постіндустріалізм Д. Белла і його численних послідовників, постмодернізм, асоційований з іменами Ж. Бодрійяра й М. Постера, теорія гнучкої спеціалізації, за якою стоять М. Піор, Ш. Шабель, Л. Хіршхорн, і теорія інформаціоналізму М. Кастеллса формують цю групу теорій. Інша частина дослідників дотримується в принципі іншої думки, вважаючи інформаційне суспільство логічною похідною від колишньої системи, сучасною стадією постіндустріального суспільства. У другу групу теорій входять філософські концепції неомарксизма Г. Шиллера, гнучкого акумулювання Д. Харві, національної держави й насильства Е. Гідденса, суспільної сфери Ю. Хабермаса й Н. Гарнема. Крім зазначених вище науковців надзвичайний внесок в дослідження інформаційної сфери внесли Ф. Махлуп, П. Друкер, А. Турен, Ж. Ліотар, Н. Штер, Е. Тоффлер, Й. Масуда та інші.

Концепція інформації розглядається в сучасній науці з різних боків. Найбільш визначними є такі теорії: мережний капіталізм М. Кастеллса, економіка знаків і простору Леша й Уррі, нова економіка Н. Бек, медіасистема як рушійний фактор розвитку С. Брамана, посткапіталістичне суспільство П. Друкера.

В дослідження питань мас-медіа як невід'ємної частини системи господарства країн великий внесок зробила О. Л. Вартанова - російський економіст і соціолог, доктор філологічних наук, професор. Її наукова діяльність спеціалізується на проблемах медіаекономіки, медіасистем країн Європи, інформаційного суспільства, а також теорії комунікацій. Слід згадати її праці «Медіаекономіка зарубіжних країн», «Основи медіабізнесу», «Теорія ЗМІ. Актуальні питання».

Українська наука про засоби масової інформації активно розвивається. В Інституті журналістики працюють і працювали відомі учені, праці яких є вагомим внеском в історію української науки про масову комунікацію. Перший директор Інституту журналістики проф. А. З. Москаленко, колишній професор інституту Г. Г. Почепцов, нині професор Інституту міжнародних відносин, професори В. І. Шкляр, В. Ф. Іванов, Б. І. Черняков, В. Я. Миронченко, доценти Т. О. Приступенко, В. В. Бугрим та ін. присвятили свою творчість вивченню ЗМК або масовоінформаційних чи масовокомунікаційних процесів. О. В. Зернецька, доктор політичних наук, провідний науковий співробітник Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України досліджує засоби масової комунікації в умовах глобалізації. Відома її праця «Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини».

Виклад основного матеріалу. Країнознавство як область знань має надзвичайно довгу історію. Надзвичайний вклад у формування і розвиток цієї науки зробили Вареніус, К. Ріттер, Е. Реклю, А. Гетнер, М. Баранський, а також вітчизняні вчені П. Чубинський, С. Рудницький, В. Кубійович.

Країнознавство являє собою сукупність міжгалузевих наукових досліджень, що займаються комплексним вивченням країн і регіонів,

систематизуючи та узагальнюючи дані про їхню природу і територію, геопросторові особливості, склад населення та його культуру, господарство, суспільно-політичну організацію, зовнішні відносини тощо. Об'єктом країнознавства являються основні елементи будови світосистеми, а саме країни, їхні частини (райони) та регіональні угруповання, що розвиваються в певному просторі й часі. Історично, в залежності від виконуваних функцій, склалося кілька різновидів країнознавства, зокрема географічне, лінгвістичне, країнознавчі міжнародні дослідження, туристичне (рекреаційне), воєнне країнознавство. Географічне країнознавство має багатовікові традиції і доволі струнку методологію та концепції досліджень і відіграє важливу просвітницьку роль, даючи системні уявлення про особливості життя різних країн і народів. Водночас воно є синтезом суспільно-географічної науки [7]. Основна ідея країнознавства полягає в розкритті просторової структури країни чи її району як результату взаємодії її територіальних елементів суспільного і природного характеру. Для всебічного і комплексного країнознавчого дослідження необхідна велика кількість різномірної інформації.

Роль країнознавства в суспільстві визначається насамперед його просвітительським і світоглядним значенням, а також надзвичайно важливою інформаційною функцією, що полягає в зборі, збереженні і наданні можливостей використання уявлень про географію країни та її районів. Комплексні характеристики країн і районів можуть бути використані в територіальних проектах, у керуванні соціально-економічним розвитком, для обґрунтування і здійснення регіональної політики, регіональних цільових програм, районного планування, для пошуку раціонального устрою країн тощо.

Надзвичайно великого значення в світогосподарських процесах останнім часом набуває інформаційне середовище. І йдеться не лише про глобалізацію інформаційних потоків. Відбувається рух і формування єдиного поля наукового знання, ідей, взаємопроникнення систем цінностей, стереотипів поведінки, досягнень соціально-культурної сфери людства, посилюється вплив транскордонних каналів комунікації, формується глобальна інформаційна інфраструктура. Зростання виробництва й розвиток світових ринків на планеті значною мірою пов'язані зі зростанням активності її інформаційного поля. Надзвичайно важливу роль в цьому відіграють засоби масової інформації, або мас-медіа, що поділяються на друковані, аудіовізуальні та електронні, і є носіями масової інформації, або засобами її передачі.

Особливого розвитку масовоінформаційна діяльність набула в ХХ ст., позначеному глобальними економічними й соціальними трансформаціями. В той же час світова інформаційна індустрія, що сформувалася на основі розвиненої масовоінформаційної діяльності, стає причиною глобальних трансформацій у світі. Інформаційна індустрія (або індустрія засобів масової інформації, чи мас-медіа) займається виробництвом носіїв масової

інформації як засобів масової комунікації, формує інформаційний простір держави, веде політику в інформаційному просторі, збирає, зберігає, переробляє й поширює інформацію. Становлення й розвиток інформаційної індустрії як сфери виробництва ЗМІ зумовлені розширенням сфери інформаційних потреб суспільства, суспільно-економічним і науково-технічним розвитком, процесами інформаційної глобалізації тощо [4].

Отже, активний розвиток інформаційних технологій у наш час, що спричинив формування цілої інформаційної індустрії, пов'язаний із впливом науково-технічного прогресу на систему масової комунікації. Розвиток інформаційної індустрії, як бачимо, відбувається в усіх галузях інформаційного виробництва, серед яких виділяють такі: преса, аудіовізуальна галузь (телебачення, радіомовлення), книговидавництво, електронна галузь та галузь інформаційного забезпечення [6]. Серед названих галузей особливої уваги заслуговує новітня сфера інформаційного виробництва - електронна галузь. Виготовлення електронних видань, що поширюються, зокрема, через мережу Internet, є технологічно особливим процесом, який поєднує в собі видавничі й комп'ютерні технології. Окрім того, під впливом комп'ютерної технології модернізується структура видання і процес користування ним. Сучасний фахівець фактично має під рукою інформаційне джерело у вигляді банків даних, де інформація є малодискретною (малорозірваною) у просторі й часі та доступною завдяки інформаційним мережам у будь-якому куточку земної кулі. Окремо необхідно сказати і про галузь інформаційного забезпечення. Поряд з виготовленням ЗМІ існує спеціальна сфера збору, обробки, аналізу, збереження, виготовлення й поширення інформації, яку використовують виробники ЗМІ. Справою інформаційного забезпечення займаються інформаційні агентства, прес-служби, спеціальні служби, які є виробниками інформації. До виробників ЗМІ відносяться журналісти, письменники, працівники друкарень, редакцій, видавництва, студій тощо. Серед виробників ЗМІ можна виділити виробники-організації: редакції, видавництва, студії, агенції, бюро, а також професійні групи виробників ЗМІ: клуби, спілки, асоціації. Існують міжнародні урядові й неурядові асоціації, спілки виробників засобів масової комунікації та інформації: Європейська телерадіомовна спілка (EBU), Асоціація комерційного телебачення (ACT), Спілка асоціації редакторів газет (CAEJ), Європейська асоціація рекламних агентств (EAAA), Міжнародна рекламна асоціація (IAA), Європейський рекламний тріумвірат (EAT - European Advertising Treaty), Міжнародна комунікаційна асоціація (ICA), Міжнародна організація журналістів (МОЖ), Міжнародна федерація журналістів (МФЖ), тощо [3]. Активний розвиток ЗМІ свідчить не лише про демократичні процеси в суспільстві, а й про формування потужної інформаційної індустрії в державі, професіоналізації масовоінформаційної та масовокомунікаційної діяльності.

Висновки. Отже, як ми бачимо, географічне країнознавство нерозривно пов'язано з інформаційною сферою, і спостерігається тенденція посилення та функціонального поглиблення цього зв'язку в умовах протікання процесів глобалізації та формування інформаційного суспільства. Засоби масової інформації відіграють надзвичайно важливу роль у країнознавчій науці, адже одночасно являються джерелом різноманітної інформації і джерелом поширення знань.

1.Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2003. 2. Введение в теорию журналистики: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е.П. Прохоров. – 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2003. – (серия «Классический университетский учебник»). 3.Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. - К.: Освіта, 1999. 4.Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Иванов, В. А. Вергун. - К.: Либідь, 1997.- 216 с. 5.Мироненко Н.С. Страноведение. Теория и методы: Учебное пособие для вузов - М.: Аспект-Пресс, 2001. 6.Різун В.В. Теорія масової комунікації - Електронна бібліотека Інституту журналістики. 7.Яценко Б.П., Бабарицька В.К. Країнознавство: основи теорії: навч. посіб. для студ. геогр. спец. вищ. навч. закл. - К.: Либідь, 2009.