

УДК 007:304:001

Ольга Мітчук**ЛІБЕРАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА В СТРУКТУРІ
ГУМАНІТАРНО-ПОЛІТИЧНОЇ ПАРАДИГМИ**

Досліджується ліберальна інформаційна культура в структурі гуманітарно-політичної парадигми, градація якої полягає в тому, що при аналізі інформаційної культури вона не може обмежувати нас вивченням загально-історичних чинників розвитку феномену інформаційної культури, вона спонукає врахувати специфічні особливості досліджуваного явища у контексті розвитку величезної кількості чинників, які впливають на його розвій у інформаційному суспільстві.

Ключові слова: ліберальна інформаційна культура, комунікація, текст, контент, повідомлення, сприйняття інформації.

Исследуется либеральная информационная культура в структуре гуманитарно-политической парадигмы, градация которой заключается в том, что при анализе информационной культуры она не может ограничивать нас изучением общеисторических факторов развития феномена информационной культуры, она побуждает учесть специфические особенности изучаемого явления в контексте развития огромного количества факторов, которые влияют на его расцвет в информационном обществе.

Ключевые слова: либеральная информационная культура, коммуникация, текст, контент, сообщения, восприятие информации.

This article deals with investigation of the liberal information culture in the structure of humanitarian-political paradigm. Its gradation is in that it cannot limit us with studying of the universal historical factors of the phenomenon of information culture development. It incites to take into account the significant peculiarities of the investigated phenomenon in the context of development of a number of factors which influence on its development in information society.

Key words: liberal information culture, communication, text, content, message, information perceiving.

Актуальність проблеми. Інформаційна культура передбачає, зокрема, наслідування власним традиціям, які мають авторитет. Саме в цьому інформаційна культура допомагає закріпленню змісту тих

норм, яким у суспільстві надається особливого значення. При цьому закріплення одного певного варіанту взірця інформаційної культури стає основою для того, щоби його контент проходив до аудиторії не у вигляді його постійної зміни та переробки, а у вигляді створення нових символічних значень цілісних комплексів вже не традиційних смислів.

Завдання наукової статті полягає в тому, щоб з'ясувати, що українська ліберальна інформаційна культура — соціокультурний феномен, що розвивається і до сьогодні. Закріпивши один варіант змісту, цей феномен не стільки намагається самою своєю сутністю розтлумачити певне традиційне явище «правильного минулого», скільки, закріпивши його власним існуванням та символічним позначенням заголовка, полишити традиційну культуру за дужками способів консервації змісту традицій як основи неефективної комунікаційної дії [8, 195]. Це призводить до необхідності виникнення нових змістів, нових контекстів, нових меседжів, які враховують необхідні зміни, що відбулися, але виключно виходячи із особистих інтенцій аудиторії.

При цьому напруга між фактичними змінами традиційного знання і його закріпленою у взірцях інформаційної культури формою інколи виражена у відчутті втрати, традицій своєї початкової чистоти, в чому і полягає криза звичного світопорядку.

Свого часу відомий вчений Микола Куфаєв зауважував, що в кожну історичну епоху існує межа наповнення суспільного середовища певним обсягом знань. Якщо спиратись на точку зору М. Куфаєва, то при дослідженні ліберальної інформаційної культури слід враховувати сім таких факторів її становлення і розвитку:

- по-перше, стан розвитку демократії та свобод у суспільстві;
- по-друге, стан інформаційної культури, ступінь інтелектуального, ментального та соціального розвитку суспільства і соціуму;
- по-третє, потреби суспільства, стан і ступінь розвитку носіїв інформаційної культури;
- по-четверте, політичний та суспільно-економічний стан держави та соціуму;
- по-п'яте, стан економіки та торгівлі і спроможність аудиторії задовольняти свої комунікаційні потреби;
- по-шосте, розвиток технічних потенцій суспільства;
- по-сьоме, правовий стан суспільства [4, 69].

Мета нашої статті полягає в тому, щоби проаналізувати коректність подібної градації, яка полягає в тому, що при аналізі інформаційної культури вона не може обмежувати нас вивченням (нехай навіть і розширеним) лише загальноісторичних чинників розвитку феномену інформаційної культури, вона спонукає врахувати специфічні особливості досліджуваного явища у контексті розвитку величезної кількості чинників, які впливають на його розвій. Це такі критерії:

по-перше, спосіб суспільного виробництва (суспільно-економічна формація);

по-друге, спосіб духовного виробництва (форма діалектики);

по-третє, спосіб інформаційного спілкування (структура носіїв інформаційної культури);

по-четверте, спосіб систематизації спілкування (система носіїв інформаційної культури).

Процеси національно-культурного оновлення у будь-якому демократично розвинутому суспільстві неможливі без зростання інтересу до власної історії. Повноцінне вивчення та відтворення у наукових розвідках ключових моментів вітчизняної історії завжди посідатиме одне з провідних місць у системі розвитку цивілізованого інформаційного суспільства та формуванні національної свідомості його громадян. До того ж, ні економічний, ні соціальний прогрес не матимуть дієвої сили, якщо не житимуться прогресом духовним, що спирається на самобутність народу, вироблену історично.

Носії інформаційної культури були і залишаються важливим чинником культурного надбання людства взагалі. Сама поява писемності, а пізніше і книги стала одним із поворотних моментів в історії світового соціуму, адже виникла можливість передавати з покоління в покоління накопичені знання та досвід. Загальновідомо, що з появою книгодрукування інтелектуальна продукція набула масового статусу та з неймовірною силою вплинула на розвиток науки, освіти, культури та інших сфер людської діяльності. Сьогодні інформаційна культура є синтезом духовної культури та мистецтва слова, продуктом духовної культури та духовного виробництва, матеріальної культури та матеріального виробництва.

Говорячи про носіїв інформаційної культури, учені неодноразово наголошували на унікальності їхньої ролі в системі формування за-

гальної культури. Носії інформаційної культури як явище — це і «споживач» досягнень людського інтелекту, і барометр стану суспільства, джерело знань і прогресу. Інформаційний простір був і залишається однією з важливих характеристик формування і функціонування будь-яких світоглядних поглядів. Лише в межах функціонування інформаційного поля проявляються та закріплюються результати життєдіяльності етносу, здійснюється накопичення, збереження і систематизація інформації.

Не викликає, втім, сумніву той факт, що вивчення носіїв інформаційної культури — це багатоаспектна наукова проблема, вирішення якої потребує побудови логічно обґрунтованої системи, яка дозволяла б проводити дослідження на основі виявлених співвідношень процесів і понять визначення як стану суспільства в цілому, так і його інформаційних потреб, що є актуальним. Великий пізнавальний та діловий інтерес для сучасників являє пошук власної «ніші» в історії носіїв інформаційної культури, спадщині публіцистів та журналістів минулого, принципів та практики формування контенту цих носіїв. Найчастіше порадиниками та помічниками тих, хто створював подібні артефакти, ставали великі вчені, письменники, критики, перекладачі, інші представники інтелектуальної творчої праці.

Увага до різних течій в українському інформаційному просторі як предмета досліджень в галузі теорії соціальних комунікацій доволі часто пов'язується із зростанням інтересу до соціальних комунікацій, адже вивчення генези української масової комунікації приводить дослідників до необхідності чіткої класифікації комунікаційних потреб і комунікаційних пропозицій в українському інформаційному просторі в конкретний період його існування. Сучасна ж проблематика національної масової комунікації ставить на порядок денний питання про його місце у формуванні світоглядних орієнтирів аудиторії. Адже розвиток наукових знань у суспільних процесах постійно супроводжувався популяризацією конкретних моделей мислення і поведінки, які, перш за все, втілюючись у носії інформаційної культури, знаходили своє відображення у поведінці соціуму.

У процесі соціалізації особистість вступає у безліч відносин — економічних, правових, політичних, національних, демографічних, культурних. Подібні зв'язки є основою соціальної структури суспільства, його соціальних перетворень, які являють собою просторо-

во-часове поле для багатофазового розгортання особистості. Вищезгадані чинники соціалізації, переломлюючись крізь особистість з її індивідуальними особливостями, впливають на людину в усьому розмаїтті видів власного прояву, у *явній* та *уявній* (тавтологія навмисна) формах.

Сучасні науковці намагаються довести, що розглядати процес детермінації інформаційної культури особистості потрібно з позицій об'єктивної дійсності [6], оскільки людина, яка пізнає світ та діє, є активною, творить середовище і сама себе. При цьому інформаційна культура як особливий аспект соціального життя виступає яскравим предметом та засобом соціальної активності, вона віддзеркалює характер та рівень практичної діяльності людей. Інформаційна культура — це результат діяльності суб'єкта та процес збереження створеного виробництва, розповсюдження, використання об'єктів культури. Культура особистості і культура соціуму — об'єкти, що революційно та взаємно розвиваються, творять, збагачуються.

Інформаційна культура невід'ємна від особистості — суб'єкта культури, яка сформована під впливом об'єктивного світу у процесі діяльності та спілкування. Культурно-особистісні якості є результатом декодування світу культури, засвоєння аудиторією норм, цінностей, ідеалів, адаптації до звичних для соціуму прийомів та навичок пізнавальної діяльності.

Суб'єктом інформаційної культури можуть виступати соціальні монадології різноманітних рівнів, стратифікацію яких стисло можна характеризувати так:

- по-перше, суспільство в цілому;
- по-друге, професійний прошарок;
- по-третє, соціально-професійна група;
- по-четверте, мала контактна група.

Сучасна інформаційна культура — це якісна характеристика, перш за все, життєдіяльності людини в галузі отримання, передачі, збереження та використання інформації, де пріоритетними є загальнолюдські духовні цінності.

За суттю інформація — це соціокультурний продукт. Якщо інформація не є досягненням для людини, то вона ніби й не існує. І як соціокультурний феномен, інформація може нести на собі певний відбиток рівня розвитку суспільства. Для прикладу, суспільство

може бути інформаційно закритим, вкрай заідеологізованим або відкритим — але безумовним є те, що всі ці якісні характеристики відібуваються на існуванні в ньому інформації.

Протягом всієї людської історії структура знань постійно змінюється. Наразі змінилися погляди на сучасну науку і культуру, змінились, ускладнились взаємозв'язки багатьох наукових та культурних дисциплін, тенденцій та перспектив їх розвитку [1, 78–94]. Знання та культура набувають цілісного характеру та трансформуються в єдину науку і культуру.

Неможливе існування соціальної інформації без використання будь-якої знакової системи. Знак, своєю чергою, є матеріальним носієм і аналогом предметів, явищ й цілого контенту. Знак може як завгодно довго зберігати інформацію. В такому випадку під цінністю інформації розуміють знання, накопичені людством про природу і суспільство.

У цьому аспекті цінність інформації пов'язана з культурою, яка є «формою спілкування і буттям індивідів як особистостей» [2, 117–124]. Закладаючи в основу культури спілкування активність інформаційної культури, ми, власне, й маємо на увазі процес взаємодії як між окремими індивідами, так і між різноманітними культурами. І тут під цінністю носіїв інформаційної культури можна розуміти її діалогічність, можливість контакту з іншими людьми і епохами.

В основі будь-якого спілкування лежить повідомлення з приводу — тобто, повинні існувати предмет обговорення, суб'єкт, який передає повідомлення, і «уявна модель», тобто, мета, яку переслідує суб'єкт при передачі повідомлення. Якщо розглядати процес обміну інформацією з точки зору досягнення суб'єктом якої-небудь практичної мети, то потрібно казати про корисність інформації або про притаманну цінність інформації [5, с. 84–91]. Для досягнення мети суб'єкт повинен враховувати наступне: обсяг і зміст інформації повинні відповідати обсягу знань об'єкта або його тезаурусу, форма та спосіб передачі інформації також повинні відповідати її змісту і можливостям декодування об'єкта.

Процес обміну інформацією може мати найрізноманітніші результати. Якщо при взаємодії об'єкт, отримуючи інформацію, не може перевести її на зрозумілу для себе мову, то він залишається за межами комунікації, у стані певної розгубленості; взаємодія має ну-

льовий результат (увага: якщо тільки це не було метою суб'єкта!). Якщо зміст і спосіб передання інформації відповідають можливостям об'єкта, якщо об'єкт може перевести повідомлення, що передається, на зрозумілу йому і доступну для нього мову, можна твердити про позитивний результат комунікації.

Висновки. Розглядаючи цінність інформації в журналістиці взагалі і цінність повідомлення, що несе інформацію, варто проаналізувати їх абсолютну взаємну цінність. Йдеться про те, що інформацію можна вважати формою існування всіх знань, накопичених людством за свою історію, журналістика ж є способом їх збереження і трансляції. Відносна цінність полягає у використанні різноманітними носіями інформаційної культури певних пластів контенту. Процес взаємодії інформації та журналістики є процесом взаємопоеднаних абсолютних та відносних цінностей [3, 117–123].

Отже, специфіка соціальних інформаційних процесів полягає в тому, що, якими складними не були б комунікації, масштаби і структурні інформаційні ресурси, інтенсивні і неоглядні інформаційні потоки, — їх метрика тим не менше за визначенням повинна бути співмірною із індивідуальною людською свідомістю, її можливостям та параметрам, що вимірюються антропологічними характеристиками [7, 188–191]. Особистість людини, індивідуальна людська свідомість (ємність пам'яті, каналів відтворення інформації, комунікативні можливості) є критерієм та мірилом інформаційних процесів соціуму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Бєбик В. М.* Інформаційно-комунікативний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технологія, техніка паблік рилейшенз: монографія / В. М. Бєбик; МАУП. — К., 2005. — 437 с.
2. *Бойко А.* Релігія в мас-медіа України: тексти лекцій / Алла Бойко; за ред. В. В. Різуна; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 158 с.
3. *Иванова К. А.* Культура в ее ценностном и коммуникативном измерении на пороге нового тысячелетия / К. А. Иванова // Человек. Культура. Цивилизация: материалы межд. конф. — Волгоград, 2001. — С. 117–123.
4. *Куфаев М. Н.* Проблемы философии книги // М. Н. Куфаев. Проблемы философии книги. Книга в процессе общения / сост., подготов. текста, вступ. ст. и коммент. А. А. Гречихина. — М.: Наука, 2004. — 188 с.

5. Неймовірно можливі світи: референтність, фікційність, текстуалізація: монографія / за заг. ред. Р. Гром'яка; Терноп. нац. пед. ун-т ім. В. Гнатюка. — Тернопіль, 2009. — 290 с.
6. *Свідзінський А.* Культура як феномен самоорганізації / А. Свідзінський // *Сучасність*. — 1992. — № 4. — С. 46–51.
7. *Чудовська-Кандиба І. А.* Ефективні комунікативні технології: ілюзія чи реальність / І. А. Чудовська-Кандиба // *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: міжвузівський збірник наукових праць*. — О.: Астропринт, 2000. — Вип. 6–7. — С. 199–211.
8. *The Life and selected Writings of Thomas Jefferson* / Ed. by Andrienne Koch, William Peden. — New York: The Modern Library, 1944. — 729 p.

Одержана 23.08.2015