

СТРУКТУРОВАНА КОМУНІКАЦІЙНА СИСТЕМА ЯК МЕДІАПРОЕКТ НАКОПИЧЕННЯ “НОВИХ ЗНАТЬ” У РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Ольга Рак

Національний університет “Львівська політехніка”,
вул. Князя Романа 3, 79000, м. Львів, Україна,
e-mail: olarak@i.ua

Розглянуто інформаційно-комунікаційний медіапростір в сучасних умовах глобалізації та проаналізовано інформаційне наповнення і його вплив на суспільство.

Запропоновано нові моделі-схеми інформаційного простору, які б допомогли трансформувати медіа у напрямку накопичення “нових знань” і кардинально змінити змістовність повідомлень, а також розумове мислення молодого покоління.

Ключові слова: медіапростір, масова патогенність, комунікаційний шум, “нові знання”, інформаційно-комунікаційна культура.

*“Уміти бачити повідомлення як складний механізм
чи організм – велике мистецтво”*

Джон Дарем Пітерс

Постановка проблеми дослідження. Потік інформації у медіапросторі глобально зайняв важливе місце на світовому ринку, що, на сьогодні, вкрай важко пропустити через мозок людини таку велику кількість різножанрових повідомлень (різної складності). Свідомість суспільства опинилась під впливом неякісної (недобросовісної) інформації, загрозою заангажованої масової маніпуляції, що негативно діє на розвиток людини загалом.

Надмірність потоку інформації з використанням штучних шумів не дає належних результатів у самореалізації, скільки створює глибоку людську психологічно свідому невизначеність. У глобальному вимірі людина повинна зростати в інноваційному мисленні, інтелектуальному баченні нових стратегій здобуття корисних знань. Комунікаційний медіапростір зараз перебуває у вирі масової патогенності [3], що в собі несе аморальність, нецензурність тощо, практично не є певним “мотором” нових інтелектуальних знань, не підвищує розумово-аналітичний рівень розвитку, а це породжує проблему – глобальності низького рівня інформації.

Сьогодні інформаційно-комунікаційне поле, на жаль, гальмує науковий, пізнавальний розвиток молодого суспільства в накопиченні складних знань чи інформації, а саме – у процесі розвитку інтелекту, духовності, культури мови та поведінки. Складна інформація, що, за своєю властивістю, несе інформативну, наукову, науково-пізнавальну, мисленнєво-творчу, філософську складову допомагає людині розвиватися і йти вперед, надалі перебувати у пошуку накопичення достовірної цікавої інформації, розробляти

нові ідеї; творчо мислити, аналізувати, синтезувати, прогнозувати стратегію думки. На жаль, висока міра складності інформації є обмаль, оскільки інформаційне поле глобалізаційно насичене чутками, кітчевою культурою і “дешевими” повідомленнями, що породжує масове незнання у суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій підтвердив, що проблемою комунікаційних шумів, психологічно шкідливої інформації займалися такі українські вчені, як: Б. Потятинник [3], В. Іванов, К. Серажим, С. Квіт та ін. Питання глобальної комунікації та інформаційної трансформації вивчали зарубіжні та українські науковці, такі як: Д. Мак-Квейл, Лазерсфальд, Девід Лайон, Мануель Кастельс, Т. Гобан-Клас, Г. Шіллер, Г. Почепцов [4;5], О. Зернецька, О. Кузнецова [1], В. Різун та ін.

Науковці схиляються до думки, що масовий вплив потокової інформації нині не несе позитивної дії на суспільство загалом, а радше, навпаки – породжує недовіру та упередженість до мас-медіа і головно створює психологічно маніпулятивний тиск на свідомість [6]. Однак до сьогодні не запропоновано нового проекту [7;8] ієрархічної побудови щодо подачі поточних інформаційних матеріалів на світовому ринку, тобто від простого до складного повідомлення, які розвивали б суспільство, а не його деградували.

Невирішеними частинами загальної проблеми є масовий медіапотік інформації, який не включає в себе новизни предметних повідомлень, досі немає розроблення медіапроекту інформаційного наповнення медіазасобів на розвиток молодого покоління у творчому й аналітичному мисленні, а це дає нам змогу обмірковувати у створенні нових медіа з допомогою аналізу та синтезу.

Мета статті – проаналізувати глобалізаційний медіапотік комунікаційних шумів, їх вплив на незнання суспільства та запропонувати новий медіапроект пошуку корисної інформації в мас-медіа і її донесення до адресата у накопиченні “нових знань”.

Викладення основного матеріалу дослідження. Глобалізація інформації з кожним роком та новим століттям зазнає постійних змін і трансформацій. ХХІ століття – це нова інформаційна ера, що продукує “інформаційну начинку” різної складності масовій аудиторії. Хоча, як показує інформаційна динаміка, мас-медіа продукують лише моду одноманітності, а це стосується особливо тем “надзвичайна новина чи історія”, “війна”, “сімейні проблеми”, “побутові проблеми” тощо. На жаль, нині побутує на інформаційному полі багато некорисної, не потрібної та, позаяк, недоброякісної чи недостовірної (неповної) інформації, яка вкрай не збалансовано поступає до адресата і таким чином перешкоджає розумовому розвитку людини. Чому не можна наповнювати мас-медіа темами пізнавального характеру, які б давали поштовх до знань наукових, теоретичних та емпіричних, біхевіористичних, кібернетичних тощо?

Причиною масового потоку однотипної інформації, мабуть, викликаний інформаційною війною, оскільки саме вона викликала значну кількість дезінформації, розвиток інформаційних шумів та інших маніпулятивних технологій впливу на суспільство. Звичайно ж, що це політично вигідно для держави, але мас-медіа знову ж таки опинились у неволі, в “політичному полоні”, головним завданням яких є: вербувати свідомість кожного у потрібному для політичної влади напрямку. Як зазначає Г. Почепцов, “Нові інформаційні умови практично знищили ще одну важливу іпостась – володаря думок

населення.... Держава повинна бути зацікавлена в розвитку розуму дітей, бо саме креативні люди становлять основне багатство країни” [4, с. 19]. Науковець робить підсумок, що нові корисні знання повинні бути перевагою для конкурентної держави.

Отже, центром інформаційно-комунікаційного поля повинні бути “нові знання”, які б породжували корисність та інформативність, що в майбутньому ієрархічно вибудує новий проект мас-медійного наповнення (рис. 1).

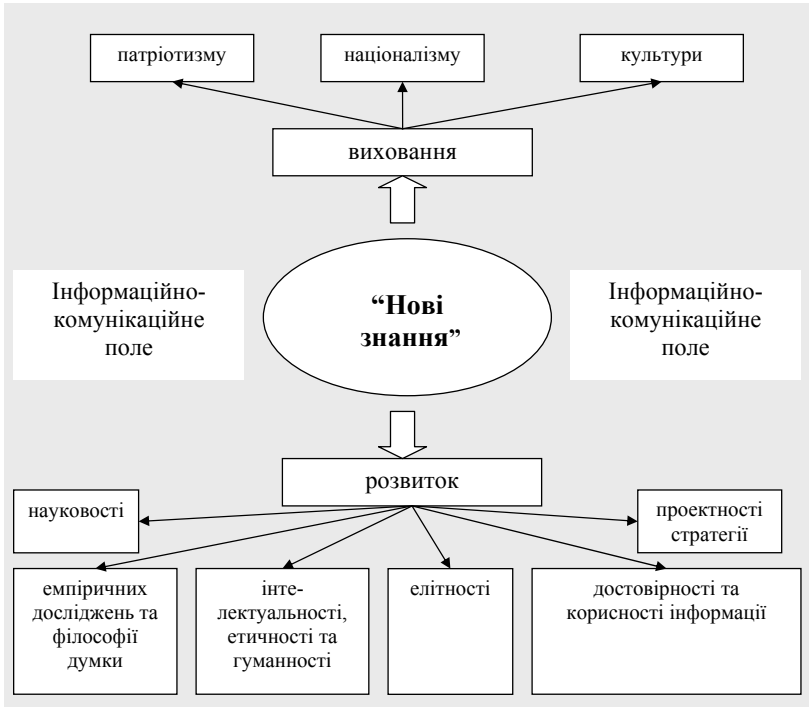


Рис. 1. Ієрархічна побудова інформаційно-комунікаційного поля у здобутті нових знань та їх складові

Сьогодні громадська думка опинилась під впливом психологічного тиску зі сторони мас-медійних засобів, які пропагують, на жаль, малоінформативну інформацію, що не несе культуру, історію, гуманність і т. д. Інформаційно-комунікаційна культура мас-медіа повинна формувати культуру мислення та свідомості, що, на жаль, практично немає. За словами вченого Г. Почепцова: “...сьогодні методом глобального управління стало уведення хаосу” [4, с.102], що означає людина в цьому хаосі не може відмежувати правду чи напівправду від неправди, достовірне від недостовірного, коли поняття “еліта” перетворилось на тіншову еліту, політика на “конфліктно-скандальне шоу” і т. д.

Цікавим і влучним виразом звучать слова Г. Почепцова “Знання задають систему мислення, систему світосприйняття” [4, с.102]. На жаль, розвиток інформаційної

глобалізації призвів до антинаціональних, антикультурних та багато інших проблем у розвитку громадськості.

В сучасних умовах згідно з потребами людства мас-медіа на інформаційному полі зобов'язана шліфувати та контролювати інформаційний потік, вибудовуючи систему принципу ієрархії від малоінформативного до складного пізнавально-інформативного із розвитком аналітичного мислення.

Засоби масової інформації, насамперед, повинні розвивати свою діяльність на основі ідеї, мотиву, потреб суспільства, таким чином сортуючи інформаційне наповнення у певній послідовності, дотримуючись однієї мети.

Інформаційна модель, що включає в себе проєкт, повинна ґрунтуватися на культурно-національних пріоритетах розвитку мислення:

Мотивація, визначення та організація мети.

Відбір і організація фактів та правил в базу знань.

Механізми сортування цінності інформації.

Генерування нових ідей та знань.

Узагальнюючи вищеперелічені пріоритети, можна констатувати, що інформаційне поле (простір) зможе дотримуватись певної ідеї “накопичення знань”, якщо мас-медійні засоби змінять свою інформаційну програму. Практично увесь інформаційний простір насичений масовою інформацією, аніж спеціальною та особистою, тому нова програма-проєкт повинна ґрунтуватися на моделі змістовного та предметного наповнення інформаційного поля (рис. 2).



Рис. 2. Модель-схема предметного наповнення інформаційного поля у накопиченні “нових знань”

Медіа повинні сортувати й наповнювати “інформаційну начинку” згідно з потребами та смаками споживачів, але не забувати про виховний аспект молодого покоління у здобутті “нових знань”. Перед медіа постає завдання – курсувати інформацію напрямку до пізнання нового, генеруючи нові ідеї, розвиваючи культурні і духовні цінності, а відповідно, в жодному разі не допускати застоюватись на одному декілька років, обмежуючи інформаційне мислення та простір суспільства. За твердженням О. Кузнецової “журналістика виступає як феномен культури” [1, с. 19], “... журналістська культура і культура журналіста передбачають вдосконалення людини, збагачення її культурними надбаннями” [1, с. 20]. Науковці наголошують на тому, що ідея журналістики повинна ґрунтуватися на принципах розбудови держави і громадянського суспільства в культурному аспекті, дотримуючись певних вимог журналістської етики. Якщо кожен журналіст у своїй професійній діяльності буде дотримуватись відповідних правил та вимог, тоді можна буде говорити про правдиву журналістику.

Висновки. Отже, на основі проведених досліджень й аналізу сучасних медіа, варто зробити підсумки:

Розглянуто стан сучасних медіа на інформаційному ринку в процесі глобалізації.

Розроблено модель-схему інформаційно-комунікаційного поля у здобутті “нових знань”, що сприятиме у вихованні – патріотизму, націоналізму та культурі, розвитку – науковості, елітності, інтелектуальності та корисності інформації.

Запропоновано предметне наповнення інформаційного поля у накопиченні “нових знань” із спеціалізованим підходом до подання інформації.

Формалізовано ідею принципу журналістики на основі вищенаведених моделей, що трансформує медіапростір на новий напрям діяльності.

Список використаної літератури

1. Кузнецова О. Д. Професійна етика журналістів : посібник: 2-ге вид, перероб. і допов./ О. Д. Кузнецова. – Львів : ПАІС, 2007. – 246 с.
2. Оцінка і комунікація: посібник для студентів та аспірантів / уклад. Г. І. Приходько. – Вінниця : Нова Книга, 2013. — 168 с.
3. Потятиник Б. Патогенний текст / Б. Потятиник, М. Лозинський. – Львів, 1996. – 296 с.
4. Почепцов Г. Г. Контроль над розумом / Г. Г. Почепцов. – К. : Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2012. – 350 с.
5. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Почепцов. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2015. – 497 с.
6. Рак О. Ю. Управління інформацією у соціально-комунікативному середовищі / О. Ю. Рак // Психологія і суспільство. Український теоретико-методологічний соціогуманітарний часопис. Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль, 2014. – № 2 (56). – С. 66–72.
7. Управління проектами в підприємницьких структурах: [навчальний посібник, друге видання, виправлене та доповнене] / Кучеренко В. Р., Андрейченко А. В., Захарченко О. В., Маркітан О. С., Горбаченко С. А. та ін.. – Одеса, 2013. – 229 с.,
8. Управління проектами : підручник; за заг. ред. Л. В. Ноздріної. – К. : Центр учбової літератури. – 2010. – 432 с.

Стаття надійшла до редколегії 21.09.16

Прийнята до друку 05.10.16

**THE STRUCTURED OF COMMUNICATION SYSTEM AS
MEDIAPROJECT OF ACCUMULATION OF “NEW KNOWLEDGE”
IS IN DEVELOPMENT OF SOCIETY**

Olha Rak

*National University “Lviv Politechnika”,
Prince Roman Str., 3, 79000, Lviv, Ukraine,
e-mail: olarak@i.ua*

Of informatively-communication медіапростір is considered in the modern terms of globalization and the informative filling and his influence is analysed on society.

The new models-charts of informative space, that would help to transform medias in direction of accumulation of “new knowledge” and cardinally to change the richness of content of reports, and also mental thinking of the young generation, are offered.

It is marked basic principles of negative information an author, what culture is carried by mass medias, as modern medias work on what are based.

Redundancy information flow using artificial noise does not give adequate results in the self as create deep human psychological deliberate vagueness. The author notes that the current field of information and communication, unfortunately, hinders scientific, cognitive development of young society as a complex accumulation of knowledge or information - namely in the development of intelligence, spirituality, culture, language and behavior.

Author inclined to think that the cause of the mass flow identical information, probably caused by the information war, because it has caused a significant amount of misinformation noise development of information technology and other manipulative influence on society. And consequently, today, information and communication field, unfortunately, hinders scientific, cognitive development of young society as a complex accumulation of knowledge or information - namely in the development of intelligence, spirituality, culture, language and behavior.

The author argues that complex information on its properties, is informative, scientific, cognitive, intellectual, artistic, philosophical component helps a person grow, to be in search of reliable accumulation of interesting information, develop new ideas; think creatively, analyze, synthesize, predict their opinions and strategy.

Key words: media space, mass pathogenicity, of communication noise, “new knowledge”, of informatively-communication culture.