

того самого року перенесений до 001.82 класу. Переміщений у 2001 р. із детально розробленою класифікацією (нараховує 283 підкласи) із класу 658.5, в якому залишилися видання на тему "Організація та планування виробництва (виробничих процесів). Конструювання (проекування). Управління виробництвом. Контроль на виробництві". На відміну від 004 класу, в ньому немає СВ, тому якщо потрібно детальніше розкрити тему видання, то використовуємо ЗВ із Допоміжної таблиці або класи Основної таблиці, наприклад:

1. Истории успеха столичного бизнеса : [бізнес-біографії]
УДК 005(477.411)(092)
2. Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. пр. міжнар. наук.-практ. конф.
УДК 005"2016"(06)

Клас 005 може бути як на першому місці, так і слугувати уточнювальним індексом, наприклад:

1. Фінансовий менеджмент : підручник
УДК 005:336](075.8)
2. Інформаційні системи у менеджменті. Практикум : навч. посіб.
УДК 004:005](076)

Під час індексування видань за цією тематикою звертаємо увагу на методичні вказівки та приклади комбінування до класів, що полегшить роботу систематизатора.

Валентина Муравйова,
завідувач відділу класифікаційних систем
Книжкової палати України

Вікторія Солодовнік,
старший науковий співробітник відділу
класифікаційних систем Книжкової палати України



ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 070.1:316.77



Валентина Кубко,
кандидат філософських наук, доцент кафедри
інформаційної діяльності та медіа-комунікацій
Одеського національного політехнічного університету

Медіакультура сучасного інформаційного суспільства

Проаналізовано роль медіакультури в сучасному інформаційному просторі, визначено її соціальні функції; досліджено вплив медіакультури й медіаосвіти на суспільну свідомість і світогляд людини.

Ключові слова: інформаційне суспільство, медіакультура, інформаційна культура, медіаосвіта, медіаграмотність

Постановка проблеми. У сучасних умовах інформаційна сфера є одним із найважливіших видів суспільної діяльності, що становить інформаційно-комунікаційну базу для науково-технічного, соціально-економічного й освітньо-культурного прогресу. Інноваційний характер комунікації, заснованої на використанні комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, зумовив значне ущільнення інформаційних потоків, зростання їхньої швидкості, розвиток конвергентних технологічних форм. Ці чинники зумовлюють потребу розгляду медіакультури, у фокус якої потрапляють основоположні духовно-культурні структури діяльності людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У ХХ столітті вплив медіакультури на суспільство вивчали Т. Адорно, В. Беньямін, Ж. Бодрійяр, Ж. Дерріда, Ж. Дельоз, С. Жижек, М. Маклюен, Г. Маркузе, М. Кастельс, Х. Ортега-і-Гассет, М. Фуко та ін. Нині чимало ґрунтовних праць присвячено аналізу інформатизації суспільства, мережевій комунікації, новітнім

медіа, особливостям і типам медіакультури, впливу медіакультури та медіаосвіти на особистість (Я. Засурський, С. Кара-Мурза, Н. Кирилова, Г. Почепцов, В. Савчук, Л. Ороховська, Н. Зражевська, Я. Кунденко, О. Пруднікова та ін.).

Мета статті — висвітлити роль медіакультури в сучасному інформаційному просторі та вплив медіакультури й медіаосвіти на суспільну свідомість і світогляд особистості.

Виклад основного матеріалу. Вважаємо за доцільне розглянути термінологічне поле понять "інформаційне суспільство", "інформаційна культура", "медіакультура".

В. Ільганаєва тлумачить інформаційне суспільство як "нову історичну фазу розвитку цивілізації, життя та діяльність котрої перш за все пов'язані зі створенням, переробленням та використанням інформації" [9, с. 34]. На думку В. Данильяна, це "якісно новий етап соціотехнологічної еволюції суспільства, котрий формується в результаті довгострокового со-

ціально-економічного розвитку, що передбачає збільшення ролі інформації та знань, а також формування та споживання інформаційних ресурсів у всіх сферах життєдіяльності суспільства за допомогою розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що існують у глобальних масштабах" [5, с. 23].

За О. Прудниковою, інформація й культура можуть бути представлені як дві сфери, що взаємоперетинаються, і на перетині утворюється новий простір — інформаційна культура, тобто специфіка взаємодії людини з інформацією на рівні суспільства й особистості [12, с. 49].

Культура та інформація як два феномени мають чимало спільних рис. Насамперед їх об'єднує універсальність і глобальність, що виявляються в наявності і в інформації, і в культурі зв'язків із різними формами людської діяльності, завдяки чому вона набуває таких характерних рис, як цілепокладання, творчий характер, вміння генерувати ідеї тощо [6; 7].

В інформаційному суспільстві викристалізується "нова людина" чи "людина інформаційна", тобто змінюється її образ мислення, погляди на світ, суспільна поведінка, трансформуються культура й картина світу [6]. За твердженням Ж. Бодрійяра, "людина — оператор віртуальності, а її дії націлені на інформацію й комунікацію; насправді йдеться про те, щоб випробувати всі можливості програми, подібно до того, як гравець випробує всі можливості гри" [4, с. 31].

На думку О. Прудникової, нинішня інформаційна культура є результатом нового типу мислення, що зароджується внаслідок звільнення індивіда від буденної інформаційно-інтелектуальної роботи за допомогою сучасних технологій. Нова культура синтезувала всі попередні форми в єдине ціле та являє собою сукупність механізмів і принципів, які забезпечують сприятливу взаємодію етнічних і національних культур, їх поєднання з універсальним досвідом людства [12, с. 48].

Плюралізм думок щодо термінів "інформаційна культура", "медіакультура" свідчить про потребу комплексних досліджень у галузях філософії, соціальної комунікації, культурології, соціології тощо, адже кожен із них позначає окреме явище та висвітлює грані певного поняття. Зауважимо, що медіакультура — це не лише суттєвий елемент інформаційного суспільства, а й його сутнісна характеристика. Зростання масштабів комунікації в інформаційному суспільстві перетворює медіакультуру на універсальну форму соціальної взаємодії.

Уперше медіакультуру як загальне соціокомунікаційне явище, а не лише окремий тип культури мас-медіа розглянув відомий культуролог-комунікативіст Г. Інніс [18]. Він виявив закономірний зв'язок між розвитком цивілізацій і засобами комунікації та довів, що медіа тісно переплетені з соціальними та культурними процесами суспільства й суттєво на них впливають.

Доволі слушною є думка Н. Кирилової про те, що медіакультуру слід розуміти як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інте-

лектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості й соціалізації особистості [10, с. 23].

Медіакультуру доцільно розглядати як елемент загальної культури, адже її нерозривний зв'язок із соціальною сутністю людей є продуктом їхньої діяльності, результатом активного ставлення до природи, суспільства й інших осіб. Водночас медіакультура є високоефективним чинником опанування індивідом культурної реальності й духовного потенціалу людства, нагромадженого в процесі багатовікового історичного розвитку.

Розглянемо докладніше соціальні функції медіакультури, до яких належать інформаційна, комунікативна, нормативна (ідеологічна), релаксаційна (гедоністична), креативна, пізнавальна, інтеграційна та посередницька.

Інформаційна й комунікативна функції доволі тісно пов'язані. Завдяки першій відбувається накопичення й примноження інформації, а друга сприяє діалогу культур, стимулюючи обмін відомостями в історико-філософському та історико-літературному контексті й подальший соціальний прогрес [10, с. 70].

Нормативна (ідеологічна) функція виявляється в тому, що медіакультура впливає на процес соціалізації особистості, засвоєння досвіду, знань, норм, ідеалів, певної соціальної групи чи суспільства загалом [10, с. 71].

Гедоністична функція пов'язана з потребою особистості у фізичній та психічній релаксації. Споживання певних видів медіакультури відбувається під час дозвілля й, на думку Й. Хейзинги, містить у собі ігровий елемент, оскільки гра — це не тільки форма походження культури, а й рушійна сила її розвитку, обов'язковий елемент будь-якої культурної діяльності [15, с. 104].

Креативна функція медіакультури дає змогу адаптуватися в сучасному світі, отримати відповіді на численні запитання, що допоможе адекватно сприймати різноманітні життєві суперечності та катаклізми. Завдяки здатності генерувати нові ідеї людина продукує особистісні інформаційні риси та вільно орієнтується в інформаційному просторі. Креативна функція разом із гедоністичною сприяють розширенню горизонтів мислення й поглядів на мінливий світ.

Пізнавальна функція — одна з фундаментальних, оскільки передбачає досягнення та перетворення світу, навколишнього життя, середовища проживання. Медіакультура впливає на формування нового типу мислення, інформаційних рис сучасної людини, відповідних компетентностей тощо.

Інтеграційна функція пов'язана з соціальною природою людини, усвідомленням культурної реальності, національного менталітету, духовного потенціалу суспільства й спрямована на об'єднання культур і формування нової картини світу.

Посередницька функція дає можливість різним соціальним групам налагоджувати контакти й спілкуватися. Вагомого значення в цьому контексті набуває медіакультура як інструмент управління суспільством.

Впроваджуючи в масову свідомість культурні стереотипи й цілеспрямовано формуючи визначений тип особистості, медіа сприяють закріпленню та збереженню певної системи суспільних зв'язків.

З огляду на зазначені функції медіакультури, доволі важливим є розвиток умінь і навичок медіаграмотності як необхідних компетенцій сучасної людини. Глобальне поширення інформаційних технологій потребує відповідального підходу до їхнього використання й цілеспрямованого вивчення принципів функціонування медіапростору та правил поведінки в ньому.

М. Маклюен слушно зауважив: "Щоб бути по-справжньому освіченим, необхідно бути освіченим у світі медіа...". Медіакультура як унікальне явище інформаційної епохи, знакова система, за допомогою якої передається інформація та формується нове мислення, висуває нові завдання перед медіаосвітою як чинником соціалізації особистості. ЮНЕСКО визначило медіаосвіту пріоритетною сферою культурно-педагогічного розвитку XXI століття.

Медіаосвіту нині розглядаємо як процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного / демократичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різноманітних форм творчого самовираження. Згідно з Н. Кириловою, медіаосвіта впливає не лише на формування медіакультури особистості, а й на її ментальну ідентичність [10, с. 108].

Сучасний інтенсивний розвиток медіа, на наш погляд, увиразнив ґрунтовність і актуальність філософської теорії "діалогу культур", яку розробляв М. Бахтін, а згодом В. Біблер. "Культура сучасного мислення — це культура "втягування" всіх минулих і майбутніх культур в єдині цивілізаційні сходи" [3, с. 8], і саме медіакультура на новому рівні технічних можливостей (спутникове телебачення, відео, Інтернет) ефективно сприяє такому об'єднанню, створює ширші можливості для діалогу культур на глобальному (націй, країн), міжособистісному та інтровертному рівнях.

На тісному зв'язку медіаосвіти з процесом діалогу культур наголошують і закордонні дослідники, які стверджують, що "медіаосвіта / медіаграмотність повинні привести до перерозподілу політичної і соціальної влади". Творчий і критичний діалог, роздум, участь і дія нині є невіддільними елементами освіти й практики, що мають надати соціальним групам та індивідам право на самовираження, розвиток і свободу, незалежно від віку, статі, соціально-економічних умов, культури, мови й релігії, тому окремі автори зауважують про медіаосвіту як про цілісну філософію і нескінченний процес [17, с. 25].

Медіаграмотність дає людині змогу активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, Інтернету, допомагає краще зрозуміти мову медіакультури.

Аргументоване визначення медіаграмотності надає Н. Чичеріна, розглядаючи її як "здатність адекватно взаємодіяти з потоками медіаінформації: здійснювати

пошук, аналізувати, критично оцінювати і створювати медіатексти, поширювані за допомогою різних засобів масової інформації та комунікації, у всьому різноманітності їх форм" [16, с. 158].

Отже, медіаосвіта — багатовимірне поняття, що охоплює когнітивний, поведінковий, емоційний, фізіологічний, моральний, естетичний та інші аспекти. Її екзистенційно-особистісні завдання — сприяти людині у творчих пошуках, виявленні й розвитку потенційних здібностей і прагнень. Медіаосвіта є чинником розвитку особистості в контексті минулого й нинішнього досвіду, становлення світоглядної орієнтації та формування аналітичного ставлення до певної ідейно-моральної позиції, забезпечує усвідомлене та обґрунтоване вироблення переконань. Вкрай актуальним є розроблення і прийняття в Україні нової редакції "Концепції впровадження медіаосвіти", що базується на вивченні стану медіакультури населення країни та міжнародному досвіді організації медіаосвіти.

Висновки. Усвідомлення медіакультури здійснюється через розвиток ментальної, морально-етичної, світоглядної, естетичної та інших найважливіших характеристик особистості, ширше — її духовної суб'єктивності. Забезпечення нових індивідуальних життєвих горизонтів і перспектив як одне із завдань медіаосвіти сприяє вдосконаленню освіти загалом, поглибленню й розширенню її філософії, що дає змогу виховувати нову особистість з огляду на реалії сьогодення.

Сучасна медіакультура є фундаментом для творення інформаційного суспільства, реалізуючи принцип "спадкоємність традицій — існування в культурі". Здатність освіти вчасно реагувати на цивілізаційні зміни свідчить про її життєвість, відповідність суспільним очікуванням і потребам. Освіта, що взаємодіє з медіасферою, розширює спектр можливостей, використовуючи світоглядний складник медіакультури.

Список використаної літератури

1. *Арістова І. В.* Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / І. В. Арістова ; за заг. ред. О. М. Бандурки. — Харків : Ун-т внутрішніх справ, 2000. — 386 с.
2. *Баришполець О. Т.* Український словник медіакультури / О. Т. Баришполець ; НАПН України. — Київ : Міленіум, 2014. — 196 с.
3. *Біблер В. С.* От наукоучения — к логике культуры. Два философских введения в двадцать первый век / В. С. Библер. — Москва : Политиздат, 1991. — 413 с.
4. *Бодрийяр Ж.* Америка / Ж. Бодрийяр. — Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2000. — 204 с.
5. *Данильян В. О.* Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз) : монографія / В. О. Данильян. — Харків : Право, 2008. — 184 с.
6. *Данильян О. Г.* Інформаційна картина світу в контексті перспектив сучасної науки й культури / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань // Інформація і право. — Київ, 2013. — № 1 (7). — С. 21—28.
7. *Дзьобань О. П.* Філософія інформаційного права: світоглядні й загальнотеоретичні засади : монографія / О. П. Дзьобань. — Харків : Майдан, 2013. — 360 с.

8. *Зражевська Н.* Медіакультура як об'єкт соціокомунікаційних досліджень / Н. Зражевська // Теле- та радіо-журналістика. — 2014. — Випуск 13. — С. 69—77.
9. *Ільганаєва В. О.* Комунікаційний світ сучасного суспільства як медіа-реальність / В. О. Ільганаєва // Світ соціальних комунікацій. — 2012. — Т. 5. — С. 34—37.
10. *Кириллова Н. Б.* Медіакультура: от модерна к пост-модерну / Н. Б. Кириллова; 2-е изд., перераб. и доп. — Москва, 2006. — 448 с.
11. *Ліпкан В. А.* Систематизація інформаційного законодавства України : монографія / В. А. Ліпкан, В. А. Залізник. — Київ : ФОРМ О. С. Ліпкан, 2012. — 304 с.
12. *Прудникова О. В.* Інформаційна культура інформаційного суспільства: філософський вимір / О. В. Прудникова // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". — 2016. — № 4 (31). — С. 44—53.
13. *Соловьев П. Л.* Dailywe: медиаграмотность и медиаобразование в эпоху смены информационных парадигм / П. Л. Соловьев // Как развивают медиаграмотность студента и преподавателя университета: стратегия и техники : сб. ст. Выпуск 10 / под общ. ред. В. В. Самохвала. — Минск : БГУ, 2017. — С. 79—87.
14. *Федоров А. В.* Медиаобразование в ведущих странах Запада : монография / А. В. Федоров, А. А. Новикова. — Таганрог : Изд-во Кучма, 2005. — 270 с.
15. *Хейзинга Й.* Homo Ludens. Человек играющий / Й. Хейзинга. — Москва, 2003. — 487 с.
16. *Чичерина Н. В.* Медиаграмотность как ключевая компетенция современного специалиста: структура и содержание / Н. В. Чичерина // Вестн. Север. Федер. ун-та. Сер. Гуманитар. и соц. науки. — 2012. — № 1. — С. 152—158.
17. *Feilitzen C.* Media Education, Children's Participation and Democracy. In: C. Feilitzen, U. von Carlsson (Eds.). // Children and Media: Image. Education. Participation. — Goteborg : UNESCO and Nordicom, 1999. — P. 15—29.
18. *Innis Harold A.* Empire and Communications / A. Innis Harold. — Toronto : University of Toronto Press, 1972. — P. 12—25.
19. *Potter W. James.* The State of Media Literacy / James W. Potter // J. of Broadcasting & Electronic Media. — 2010. — № 54 (4). — P. 675—696.

Проанализирована роль медиакультуры в современном информационном пространстве, определены ее социальные функции; рассмотрено влияние медиакультуры и медиаобразования на общественное сознание и мировоззрение человека.

The article studies a role of media culture in a modern society, outlines social functions of media culture and their influence on social life, studies its influence on social conscience and worldview.

Надійшла до редакції 4 лютого 2019 року

УДК 378.016:[004:02:930.25



Оксана Матвієнко,
доктор педагогічних наук,
кандидат технічних наук, професор
кафедри документознавства
та інформаційно-аналітичної
діяльності КНУКІМ



Михайло Цивін,
кандидат технічних наук, доцент,
професор кафедри архітектурного
проектування Інституту дизайну,
архітектури та журналістики

"Інформаційні науки" для "інформаційної справи": виявлення інваріантів і взаємозв'язку

Автори здійснили спробу виявити взаємозв'язок між "інформаційними науками" та "інформаційною справою" як складниками спеціальності "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа". Досліджено наявні підходи до класифікації інформаційних наук і резюмовано, що одним з інваріантних складників, який доцільно впровадити у процес підготовки фахівців з інформаційної справи, може бути "соціальна інформатика".

Ключові слова: інформаційні науки, бібліотечна справа, архівознавство, інформаціологія, соціальна інформатика, підготовка фахівців

Зв'язок між генерацією знань наукою й трансляцією їх в освітній процес нині становить суттєву проблему, яка, зокрема, торкається і спеціальності "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа" у частині складника "інформаційна справа". Забезпеченість бібліотечної та архівної справи відповідними науковими дисциплінами — бібліотекознавством та архівознавством — спонукає до виявлення "власного" напрямку й для інформаційної справи. Вмотивованим є звернення до поняття "інформаційна наука" чи "інформаційні науки" (information science), визначення якого свідчить про підхід до неї не як до окремої

дисципліни, а як до конгломерату різних наукових напрямів, введення яких до меж зазначеної галузі потребує певних обґрунтувань.

Усвідомлюючи гіпотетичність результату встановлення зв'язку між "інформаційними науками" та "інформаційною справою", зазначимо, що:

— зміст поняття "інформаційні науки" у вітчизняному науковому дискурсі повною мірою не визначений, як, власне, і зміст складника "інформаційна справа" у межах освітньої спеціальності;

— належність бібліотекознавства та архівознавства у багатьох наявних класифікаційних схемах до