

Мітчук О. А., д.соц.ком., професор (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне)

АВТОНОМІЯ ЛІБЕРАЛЬНОГО РОЗУМУ В КОНТЕКСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІБЕРАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Інформаційна культура передбачає, зокрема, наслідування власним носіям, які мають авторитет знання та досвіду. Саме в цьому інформаційна культура допомагає закріпленню змісту тих норм, яким у суспільстві надається особливого значення.

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 [1, с. 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.

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.

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 і матеріального виробництва.

Говорячи про носії інформаційної культури, вчені неодноразово наголошували на унікальності їхньої ролі в системі формування загальної 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 порадниками та помічниками тих, хто створював подібні артефакти, ставали великі вчені, письменники, критики, перекладачі, інші представники інтелектуальної творчої праці.

Сучасні науковці намагаються довести, що розглядати процес детермінації інформаційної культури особистості потрібно з позицій об'єктивної дійсності [2], оскільки людина, яка пізнає світ та діє, є активною, творить середовище і сама себе.

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 схарактеризувати 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. Протягом всієї людської історії структура знань постійно змінюється. В даний час змінилися погляди на сучасну науку і культуру, змінилися, ускладнилися взаємозв'язки багатьох наукових та культурних дисциплін, тенденцій та перспектив їх розвитку [3, 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» [4, 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.

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 взаємопосланих абсолютних та відносних цінностей [6, с. 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.

1. The Life and selected Writings of Thomas Jefferson / Ed. by Andrienne Koch, William Peden. – New York: The Modern Library, 1944. – 729 p. **2.** Свідзінський А. Культура як феномен самоорганізації / А. Свідзінський // Сучасність. – 1992. – № 4. – С. 46–51. **3.** Бебик В. М. Інформаційно-комунікативний менеджмент у глобальному суспільстві : психологія, технологія, техніка паблік рилейшенз : монографія / В. М. Бебик; МАУП. – К., 2005. – 437 с. **4.** 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. **5.** Неймовірно можливі світи: референтність, фікційність, текстуалізація: монографія / за заг. ред. Р. Т. Гром'яка; Терноп. нац. пед. ун-т ім. В. Гнатюка. – Тернопіль, 2009. – 290 с. **6.** 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. **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. – Одеса : «Астропринт», 2000. – Вип. 6–7. – С. 199–211.