

СТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Смоликова Т. М., г. Минск

Происходящие сегодня процессы глобальной информатизации общества в Республике Беларусь коренным образом изменяют привычный уклад жизни и профессиональную деятельность многих людей. Медиакультура – это целая среда, сложная коммуникативная система, где человек, погружённый в эту систему, становится её частью, «продуктом новых медиа». Любая информация о различных событиях распространяемая медиасредствами, является мощным фактором, который управляет формированием сознания людей, является побудительной силой перемен в их поведении, воздействует на ценности, мировоззрение и оценку происходящего. Происходящие изменения в сфере техники, технологии, научно-техническом прогрессе, образовании радикально обновляют предметную среду, в которой непосредственно протекает жизнедеятельность человека.

Адаптация к современности значительно отличается от ее предшествующих форм. Медиакультура перекраивает привычный уклад жизни личности, увеличивая скорость и плотность коммуникационных процессов, делает её пассивным потребителем каждодневной информации, и вместе с тем, предлагает новые формы труда, стиля жизни, моды, способы общения и досуга. Становление личности в условиях современной медиакультуры формирует амбивалентные настроения, мироощущения, образцы поведения, интенции, нормы и символы, наделяя их новым опытом индивидуального и социального восприятия времени и пространства.

Современное общество – не столько «информационное», сколько «знаниевое». За словом «знание» сегодня все чаще скрывается понятие «информация» как необязательное рефлекслируемое человеческим сознанием, понимаемое с помощью технологий социальной коммуникации. Отсюда парадокс: более информированный человек сегодня – это не тот, кто обладает большим объёмом знаний, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций.

Сегодня медиа фактически представляют собой систему неформального образования и просвещения различных слоев населения. Термин «медиа» (от латинского «media», «medium» – средство, посредник) – это не только

массовые коммуникации, но и средства массовых информационных, это своего рода платформа культурно-информационных монополий, без которой трудно обойтись современному обществу.

Современная медиакультура – это интенсивность информационного потока (прежде всего аудиовизуального: телевидение, кино, видео, компьютерная графика, Интернет), средства комплексного освоения человеком окружающего мира в его социальных, нравственных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах. *Можно сказать, что медиакультура – это постоянно обновляемая символическая совокупность форм медиа, отражающая глобальную картину мира на определённом этапе развития человечества.*

Если анализировать развитие медиакультуры в Республике Беларусь, то необходимо отметить, что она имеет те же характеристики, которые присущи любому информационному обществу: спонтанность, легковесное отношение к окружающему миру, отрицание общепринятых норм и стереотипов, утверждение универсальной толерантности к разным проявлениям индивидуальности, минимизация и подвижность ценностей и норм. Подобные изменения стали возможны в результате феноменальной трансформации белорусского информационного пространства за последние 10 лет. Всеобъемлющая информатизация, ориентированная на предоставление широкого спектра услуг для граждан и бизнеса, а также переход государственного аппарата на работу по принципу информационного взаимодействия – это задачи, которые сформулированы в проекте «Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь до 2015 года»

Медиакультура сегодня перемещается в центр общественной жизни, проникает в экономику и политику, становится важным социальным инструментом воздействия на групповое и индивидуальное сознание, она выступает как фактор, воздействующий на формирование индивидуальной и групповой картины мира, в том числе, влияющий на содержание системы социальных представлений личности о самой медиасреде, медиаобразовании, медиакультуре.