

Татьяна
Жилинская

старший преподаватель
Белорусского государственного университета
культуры и искусств (г. Минск, Беларусь)

Медиакультура специалиста: суть и структура

В информационном обществе никакая общественно значимая деятельность не возможна вне коммуникационной сферы, основанной на электронных средствах социальной коммуникации (электронной медиасреды). Специфика деятельности специалистов гуманитарных специальностей состоит в том, что в ней доля общения несравненно выше, чем для иных специальностей. Часто общение рассматривается (Г. М. Андреева, Б. Д. Парыгин, А. В. Соколов и др.) в единстве следующих трех аспектов: перцепция, социальная коммуникация или/и интеракция. Перцепция есть инвариант общения, но невозможно вообразить общение, существующее лишь как перцепция. Коммуникация или интеракция в виде материального взаимодействия в общении могут отсутствовать, но лишь ситуация коллективного материального производства дает пример общения, которое может не сопровождаться движением социальных смыслов и проявляться лишь в перцепции и материальной интеракции (А. В. Соколов). Так как в профессиональной деятельности гуманитариев отсутствуют элементы материального производства, то в применении к ней общение может быть отождествлено с социальной коммуникационной деятельностью.

Анализ должностных инструкций служащих по специальности «Культуролог» и образовательного стандарта по специальности 1-21 04 01 «Культурология (по направлениям)» показывает, что основными социальными функциями культурологов являются управленческая, научно-исследовательская, воспитательно-обра-

зовательная и организационно-коммуникационная. Как видим, практическая деятельность культуролога всегда ориентирована на человека, группу, социальный слой и общество в целом, и почти всегда имеет форму общения с аудиторией. Это значит, что организационно-коммуникационная функция является базовой для деятельности культурологов, обеспечивающей выполнение других функций.

Рассмотрим возможные потребности и мотивы осуществления культурологами социально-коммуникационной деятельности в электронной медиасреде. В самом общем смысле, функция культуролога состоит в исследовании и организации коллективной деятельности (некоторой аудитории), имеющей два основных аспекта [1]: информационно-развивающий и рекреационно-компенсаторный. Для этого необходимо обладать знаниями, умениями и навыками самостоятельно или в группе организовывать совместную деятельность некоторого коллектива, поддерживать и развивать взаимодействие в электронной медиасреде. И это означает наличие элементов коммуникационной культуры личности (коммуникационной грамотности).

Заметим, что такая деятельность соответствует коммуникационным потребностям личности и в качестве предметной конкретизации, — мотива, — имеет организацию совместной коммуникационной деятельности в электронной медиасреде. Поэтому данный аспект социальной коммуникационной деятельности культурологов в электронной медиасреде мы будем называть *организационно-коммуникационным*.

Другой мотив взаимодействия культурологов со средой электронной социальной коммуникации усматривается в области использования ее как интерфейса к информационным ресурсам общества. Удовлетворение информационных потребностей традиционно связывают в педагогике с информационной культурой личности (информационной грамотностью).

С другой стороны, использование электронной медиасреды необходимо для информационного обеспечения самой электронной социальной коммуникации, т. е. является условием социальной коммуникационной деятельности в электронной медиасреде, точнее, условием организационно-коммуникационного аспекта этой деятельности. Знания, умения, навыки поиска и обработки информации посредством электронной медиасреды, причем информации, необходимой только для организационно-коммуникационного аспекта электронной социальной коммуникации, являются отдельным элементом информационной культуры культуролога, поэтому данный аспект его электронной

социальной коммуникационной деятельности мы будем именовать *поисково-информационным*.

В итоге, социальная коммуникационная деятельность культурологов в электронной медиасреде имеет два аспекта: основной — организационно-коммуникационный и вспомогательный — поисково-информационный.

Специфика специальности «Культурология», таким образом, состоит в том, что практическая профессиональная и творческая деятельность культуролога в информационном обществе протекает обычно либо в форме коммуникации с коллективным субъектом, либо в форме информационного поиска. Учитывая то, что информационные и коммуникационные средства и ресурсы в условиях информационного общества интегрированы в единую электронную коммуникационную среду — электронную медиасреду, можно утверждать, что профессиональная и творческая деятельность культуролога почти всегда имеет форму коммуникации в электронной медиасреде.

В соответствии с вышеизложенным, сущность медиакультуры студентов специальности «Культурология» является система видов социальной коммуникации в электронной медиасреде, необходимых культурологам для практической деятельности в условиях информационного общества. Содержание основ медиакультуры включает знания, умения и навыки практико-ориентированных видов деятельности, осуществляемых культурологами в форме социальной коммуникации в электронной медиасреде (создание культурно-просветительных проектов на основе социальных сетей и блог-технологий; проведение досуговых интернет-мероприятий и др.). В структуру основ медиакультуры входят *организационно-коммуникационная и поисково-информационная компоненты*.

Организационно-коммуникационная компонента включает три блока знаний, умений и навыков организационно-коммуникационной деятельности в электронной медиасреде: использование свойств и технологий интерфейса (интерактивность, гипертекстовость, мультимедийность, интегральность, унифицированность и др.); осуществление коммуникационного позиционирования (ролевое, типовое, интерсубъектное); нахождение баланса репрезентативных функций (референтивной, конативной, кодовой и др.).

Поисково-информационная компонента содержит знания, умения и навыки поиска и обработки информации, необходимой для осуществ-

ления организационно-коммуникационной деятельности в электронной медиасреде (знания по теории поиска, умения использования поисковых систем и др.). На ее базе функционирует связь между основами медиакультуры и информационной культурой студентов, благодаря чему эти личностные качества согласуются, взаимопроникают и взаимоподдерживают друг друга.

Формирование основ медиакультуры является новой педагогической целью обучения информатике студентов специальности «Культурология». Ее постановка согласуется с государственным требованием: «содержание и методики обучения должны быть направлены на развитие творческих качеств личности, ее способностей к самостоятельным действиям и решениям, к непрерывному обновлению знаний и совершенствованию профессиональной компетенции» [2], что для культурологов невозможно без усвоения основ медиакультуры.

Список использованных источников

1. *Мойсейчук, С. Б.* Режиссура культурно-досуговых программ : учеб.-метод. пособие для студентов вузов по направлению специальности 1-21 04 01-02 «Культурология (прикладная)» / С. Б. Мойсейчук ; [реди рец. П. А. Гуд]. — Минск, 2011. — 98 с.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь ; редкол. : Я. М. Александрович [и др.]. — Минск : Юнипак, 2004. — 200 с.