

Стрільчук О.В.
м. Київ
Інститут соціальної та політичної
психології НАПН України

Медіаосвіта як шлях подолання кризи в умовах інформаційної війни

Великий енциклопедичний словник визначає поняття кризи як різкий крутий перелам, скрутне становище [1]. На думку Ю. Розенталя та Б. Піджненбурга: «Криза – це ситуація, позначена високою небезпекою, станом непевності, відчуттям невідкладності» [5]. Більш глобальний підхід до визначення кризи застосовує група дослідників на чолі В.О. Василенком позначаючи це явище як крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі, що загрожує її життєстійкості у навколишньому середовищі [2].

Етап, який переживає українське суспільство сьогодні можна сміливо назвати найбільш кризовим за весь період незалежності нашої держави. Кризові явища в суспільстві мобілізуючи максимальний потенціал особистості в подальшому призводять до її фрустрації та розчарування перетворюючи людську психіку на об'єкт впливу та маніпуляцій.

Високий рівень тривожності, відчуття непевненості та небезпеки у суспільстві виступають найбільш сприятливим ґрунтом для запуску механізму ведення інформаційної війни. Вільна енциклопедія визначає термін інформаційна війна (англ. Information War) як використання і управління інформацією з метою набуття конкурентоздатної переваги над супротивником [6]. Американський дослідник М. Маклуен виводить цікаву тезу, що звучить так: «Істинно тотальна війна — це війна за допомогою інформації».

На сьогодні найбільш красномовним прикладом ведення інформаційної війни є державна політика Російської Федерації у сфері ЗМІ. Ще у 2002 році В.Путін декларував безцінну роль засобів масової інформації у формуванні світового іміджу Росії цим самим прекрасно усвідомлюючи їх роль у формуванні власного іміджу.

Безупинне поширення ЗМІ ще у ХХ столітті спричинило до виникнення таких понять як медіа культура, медіаосвіта та медіаграмотність, які надають змогу споживачу чинити супротив тотальному впливу медіа та критично оцінювати зміст того, що ними пропонується.

На теренах пострадянського простору найактивнішими дослідженнями у цій сфері відзначилися саме російські науковці. Н.Б. Кирилова у своїй праці «Медіакультура: от модерна до постмодерна» відзначає, що трансформація медіа простору та інформаційні «виклики» постмодерністської цивілізації ставлять людство перед дилемою пошуків нової ідентичності. Об'єктом дослідження в монографії виступила медіакультура як особливий тип культури інформаційного суспільства, який є посередником між суспільством і державою, соціумом і владою [3].

Інший дослідник А.В. Федоров у своїх працях відстоює точку зору, що впровадження медіаосвіти необхідне для формування критичного мислення в населення та здатності аналізувати інформацію, яка поширюється через ЗМІ. Зокрема дослідник описує методіку проведення занять із медіаосвіти як таку, що базується на проблемних, евристичних ігрових та інших формах навчання, які розвивають індивідуальність учня, самостійність його мислення, стимулюють його здібності через безпосереднє залучення в творчу діяльність, сприйняття, інтерпретацію і аналіз структури медіа тексту, засвоєння знань про медіакультуру [4].

Інформаційна війна виникає там де суспільство переживає кризовий період свого розвитку, зокрема і найгострішу його форму «військовий конфлікт». Особистих інтересів певної групи політиків недостатньо для розв'язання війни, необхідно, щоб ці інтереси стали суспільними. Засилля та всевладність засобів інформації надзвичайно прискорює та підігріває цей процес. Здавалосьь-би людство здійснило чималий прогрес у своєму розвитку, але приклади держав, які демонструють успішну політику впливу на масову свідомість доводять, що завдання вміти протистояти маніпулятивному інформаційному впливові перебуває на піку актуальності. Звичайно, мова йде про всезагальне підвищення рівня як культури в цілому так і медіа культури зокрема. На даний

момент найбільш дієвим інструментом, який не дозволить особистості перетворитись в раба споживацтва виступає медіаосвіта.

В Україні вже зроблені перші кроки до впровадження медіаграмотності як повноцінної дисципліни на вседержавному рівні. Лабораторією медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України з 2012 розпочатий всеукраїнський пілотний експеримент з впровадження медіаосвітніх дисциплін, який охопив 80 шкіл. Надати оцінку його ефективності стане можливим лише через певний час, але необхідність подальшого впровадження медіаграмотності доводиться тим, що багато юних користувачів мережею вважають що телебачення здатне маніпулювати думкою громадян, але Інтернет, на відміну від нього, – це свобода. Таке безпечне уявлення про мережу робить їх легкою здобиччю для тих, хто управляє всесвітньою павутиною.

Список використаної літератури:

1. Большой энциклопедический словарь: В 2-х т. / Гл. Ред. А.М. Прохоров. – Сов. энциклопедия, 1991. – Т.1. – 863 с.
2. . Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 507 с.
3. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд.; перераб. и доп. – М.: Академический Проект, 2006. – 448 с.
4. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
5. Rosenthal U. and B. (1991) ‘Simulation – oriented scenarios’, U. Rosenthal and B. Pijnenburg (edc), Crisis Management and Decision Making: Simulation Oriented Scenarios. Dordrecht . Kluwer, P. 3.
6. Визначення поняття інформаційної війни // http://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційна_війна#.