

Концепція «technology expertise» як чинник формування аудиторного світогляду

О. І. Подаряща

Львівська філія Київського національного університету культури і мистецтв, м. Львів, Україна
Corresponding author. E-mail: marimax.lviv@ukr.net

Paper received 11.04.2016; Accepted for publication 20.04.2016.

Анотація. Різноманітність контенту, який подається у сучасних мас-медіа, складно назвати достовірним, правдивим і тим більше високодуховним. Велика кількість неправдивої інформації, що розповсюджується медіа, потребує серйозного і професійного аналізу. Мета дослідження полягає в необхідності застосування в комунікаційній практиці концепції «technology expertise», яка дозволить донести до аудиторії правдивий, компетентнісний підхід до висвітлення мас-медіа реалій. Методологія проведення аналізу ґрунтується на використанні загальнонаукових методів і спеціальних методик та підходів до вивчення закономірностей та особливостей проходження комунікаційних процесів та явищ. Результати: Технологічні зміни функціонування мас-медіа стають підґрунтям для кардинальних перемін контентних характеристик функціонування всіх компонентів комунікаційної культури. Все це знаходять відображення в розширенні змістової палітри висвітлення реалій. А тому різноманітні мас-медіа та комунікаційні технології стають одним з невідрефлексованих механізмів, які беруть надзвичайно активну участь в створенні сучасної палітри новин, аналітики, особистих інтенцій і активно втручаються в повсякденне соціальне середовище. Проведене дослідження дає можливість зробити висновки про те, що інформаційна відкритість сучасного світу створює в суспільстві стан «хаотизованого плюралізму», що дає нам можливість оцінити актуальний стан комунікаційної культури як кризовий. В основі цього стану є певний комунікаційний хаос, який ґрунтується на можливості інтерпретації реальності.

Ключові слова: автор, компетентність, мас-медіа, культура, професіоналізм, технології.

Вступ. У міжнародному комунікаційному просторі впроваджено та активно реалізуються на практиці технологічні схеми, які дають змогу втілити у життя головні ідеї так званого «компетентнісного» підходу до висвітлення мас-медіа реалій. Головними контентними компонентами цього підходу є базові засади компетентності, головними видами комунікаційної практики – застосування традиційних медіа та новітніх медіа, активність в соціальних мережах, проведення наукових досліджень в межах галузі соціальні комунікації, різноманітні презентації в середовищі цільової аудиторії, ведення персональних архівів тощо.

Якщо йдеться про компетентнісний підхід до висвітлення реалій мас-медіа, то, звісно ж, виникає певна засторога щодо проблеми технологічного наповнення медійної практики. Мається на увазі орієнтація в цільовому (репортерському чи аналітичному) наповненні матеріалу, вибір жанру тощо.

Основними складниками процесу формування компетентнісного підходу до висвітлення реалій мас-медіа є:

а) життєві навички аудиторії, її життєва практика, уміння долати особисті проблеми та стереотипи;

б) інтелектуальний та освітній рівень аудиторії, її вміння швидко й коректно опрацьовувати і систематизувати інформацію, здійснювати ділову й приватну комунікацію;

в) креативність і критичність мислення [1].

Втім, справді актуальною бачиться проблема компетентнісного підходу до висвітлення реалій масмедіа в процесі осмислення культурних цінностей. У наш час, коли людство підійшло до критичної межі збільшення глобальних проблем, надзвичайно важливо розібратися в соціокультурному сенсі, значенні та корекції ключових понять культури, мистецтва, духовності.

Актуальність проблеми духовності підтверджують тексти праць вітчизняних і зарубіжних науковців. Ключовими для аналізу стали наукові здобутки провідних вітчизняних і закордонних вчених, серед

яких наукові теорії та концепції, що формують фундаментальні наукові положення з соціальних комунікацій: теорія соціальної комунікації, теорія масової комунікації, методологія досліджень соціальних комунікацій В. Різуна; теорія соціології масової комунікації, інформаційна теорія та її роль в соціальних комунікаціях В. Іванова; теорія типології видів та засобів масовокомунікаційного впливу на аудиторію С. Квіта; теорія масової комунікації Г. Почепцова; теорія трансформації комунікації М. Маклюєна; теорії про постіндустріальне чи інформаційне суспільство. Ю. Хаяши, Е. Тоффлера, У. Дайзарда; функціональна концепція інформації Н. Вінера, К. Шеннона; ідеї до теорії політичних комунікацій Г. Лассуелла і П. Лазарфельда; теорія соціології масової комунікації М. Вебера; теорія “третьої хвилі” технологічної революції Е. Тоффлера; теорія конфлікту у соціальній сфері за концепіями Дж. Александера, Ч. Міллза, А. Голднера, Г. Ріттцера, Е. Фромма, Д. Тьорнера, Є. Вятра, українського вченого Б. Кістяківського; інтерпретаторська концепція в теорії конфлікту Т. Парсонса, Р. Коллінза, В. Танчера, А. Ручки; концепція соціальної рівноваги Л. Козера; теорія неофункціоналізму Дж. Александера, Ю. Хабермаса, що розглядають соціальну структуру суспільства як цілісну систему.

Саме такий підхід до тлумачення обраної для аналізу проблеми дозволяє твердити, що питання формування компетентнісного підходу до висвітлення реалій є надзвичайно актуальним. Це проблема не стільки соціального, скільки світоглядного характеру, адже вона пов’язана з таким поняттям як правдивість фактичного матеріалу, який ґрунтується на очікуваннях аудиторії.

Йдеться, зокрема, про духовність контенту, що його подають мас-медіа. Духовність органічно інтегрована в систему самої масової комунікації, тим самим вона набуває характеристики могутнього каналу впровадження реального контенту в життя суспільства [2]. Мабуть, саме тому у контексті духовно-

ціннісних орієнтирів діяльності мас-медіа постає і питання формування реального світогляду, який не лише являє собою один із різновидів світоглядного ставлення людини до суспільства й самої себе, але є безпосереднім наслідком втілення концепції «technology expertise».

Метою статті є аналіз концепції «technology expertise» – комунікаційного феномену, що ґрунтується на необхідності впровадження компетентнісного підходу до висвітлення реалій мас-медіа.

Досягнення зазначеної мети потребує розв'язання таких *завдань*: – вивчити феномен концепції «technology expertise» у контексті комунікаційної культури;

- проаналізувати вплив неправдивої інформації на духовний стан аудиторії та суспільства в цілому;

- систематизувати ефекти правдивості діяльності мас-медіа.

Методи дослідження. Методологічну основу монографії становить поєднання загальнонаукових методів і спеціальних методик та підходів до вивчення закономірностей та особливостей проходження комунікаційних процесів та явищ. В основу наукової статті покладено аналіз теоретичних опрацювань проблеми компетентнісного підходу до висвітлення мас-медіа реалій, здійснених представниками комунікативістики та соціології, а також наукові гіпотези авторки статті. Під час роботи застосовувались аналітико-синтетичний та логічний наукові методи, що допомогло сформулювати систему вихідних теоретичних положень, принципи відбору, аналізу та узагальнення матеріалу статті.

Результати і обговорення. Нині часто можна почути заклики щодо формування компетентної аудиторії. Але ж поштовхом і основною комунікаційною базою для цього мали б стати матеріали в мас-медіа, які базуються на компетентності журналістів. Неправда, помилки, фейки та свідомо брехня заповнили ефір та шпальта настільки, що про правдиву журналістику сьогодні не йдеться [9].

До того ж, взаємини аудиторії зі світом комунікаційних технологій та заснованих на технічних характеристиках матеріалізованого світу комп'ютерних систем є складними та переповненими протиріччями. З одного боку, вони сприяють розвитку аудиторії, розширюють поле життя, породжуючи певні смислотворюючі центри. З іншого боку, комунікаційні технології здійснюють деформуючий вплив на аудиторію, змінюють образ мислення, деградуєть шкалу культурних норм та цінностей. Антропологічний чинник функціонування мас-медіа стає продуктом вжитку технічних систем, які використовує людина, та які здатні здійснювати вкрай серйозний вплив на неї [4, с. 74-79].

Мова може йти не тільки про появу нових форм впливу на людину, що виникають, наприклад, в результаті складного симбіозу функціонування мас-медіа та інформаційних технологій, але й про створення певних меж правди і неправди. Багатобічний вплив на аудиторію міксу з публіцистики, новин, інтерактивну тощо не дозволяє сприймати комунікаційні технології як апіорі позитивне явище [3, с. 124-129]. Без урахування цього фактора неможливо зрозуміти широту впливу мас-медіа (а саме вони є елементом прикладної характеристики комунікаційних

технологій) на суспільну свідомість, врахувати викривлення та містифікацію картини реального світу, яка складається у людини під їх впливом.

Йдеться, зокрема, про духовність контенту, що його подають мас-медіа. Духовність органічно інтегрована в систему самої масової комунікації, тим самим вона набуває характеристики могутнього каналу впровадження реального контенту в життя суспільства [4, с. 12-14]. Мабуть, саме тому у контексті духовно-ціннісних орієнтирів діяльності мас-медіа постає і питання формування реального світогляду, який не лише являє собою один із різновидів світоглядного ставлення людини до суспільства й самої себе, але є безпосереднім наслідком втілення концепції «technology expertise».

Класичний компетентнісний підхід завжди вважав суспільне просвітництво чи не найбільш вагомою функцією комунікаційної культури. На перший погляд, людина може вивчити, крім невеликої частини світу, в якому він живе, доволі багато для того, щоб знати і розуміти цей світ, розмістити в цьому світі світоглядні чинники власного світогляду; а для цього людина повинна значною мірою залежати від комунікаційної культури.

Мало того, що комунікаційна культура “оздоблює” людину з її свідомого відома інформацією та аналітикою та формують думку людини, кожна людина повинна сформулювати свої власні ідеї, передані через носії комунікаційної культури; самі ж носії можуть стимулювати цей процес, пропонуючи людині середовище для вираження цих ідей. У листі до М. Корея у 1823 році батько лібералізму Т. Джефферсон зауважив: “Преса є кращим інструментом як для освіти розуму людини, так і для поліпшення його як раціонального, морального і соціального буття” [11, с. 711].

Тісно пов'язаними з концепцією «technology expertise» є принципи обслуговування політичних систем. Влада вводить серйозну відповідальність за діяльність мас-медіа, яка (діяльність) надає захисту по гарантіях свого права на вільний вираз думок і вражень відповідно до необхідності дотримання прав людей. Комунікаційна політика влади ґрунтується на припущенні про те, що за обопільною згодою особи, які утримують суспільство, згодні на вираження думок з боку членів цього суспільства.

За нормальних, демократичних, латентних умов будь-який громадянин має право діяти самостійно. Він повинен мати змогу бути ознайомленим із цілим колом суспільних проблем, а на карту вирішення цих проблем поставлено вільний обіг поглядів; на підставі цього обігу і приймаються обґрунтовані рішення. Таким чином, реальність індивідуальної автономії і успіх демократичних урядів можуть залежати від тої міри, в якій носії комунікаційної культури мають можливість вільно розповсюджувати думки, а люди здійснюють розумне використання життєво важливих думок та інформації.

Ядро концепції «technology expertise» полягає у здійсненні ідеї максимальної компетентної автономії аудиторії. Тільки компетентна людина може розвивати свої здібності повною мірою; і, якщо людина розвивається, суспільство в цілому отримує вигоду. Хоча порушення індивідуальних свобод може

надходити з багатьох джерел, але влада мала б розуміти, що, по-перше, компетентність, по-друге, вільний доступ до мас-медіа є обов'язковими умовами свободи людей і суспільства в цілому.

Саме з компетентнісного підходу до висвітлення реалій мас-медіа починається розвиток самих мас-медіа. Якщо компетентнісний підхід не підтримується, неможливо зрозуміти тенденції у прагненнях аудиторії, а це породжує систему брехні та маніпуляцій в комунікаційній культурі.

Компетентнісний підхід переконливо обґрунтовує отримання мас-медіа яскравого іміджового прибутку. Концепція «technology expertise» стверджує, що тільки вільна журналістика діє в рамках системи професійного комунікаційного ринку, а це притаманно класичному компетентнісному підходу; компетентнісна журналістика в комунікаційній культурі виконує завдання підвищення рівня освіти громадськості, повноцінного обслуговування політичної системи, захисту приватних цивільних свобод. Тільки компетентні мас-медіа, які власне через свою компетентність не зобов'язані ні владі, ні будь-якій владній структурі, може служити справі істини і, в кінцевому рахунку, права особи на чесний інтерес у суспільній сфері будуть домінувати.

Звісно ж, сучасний стан запровадження компетентнісного підходу до висвітлення реалій залежними мас-медіа є критичним. Мас-медіа, які належать безпосередньо владі, були б більш зацікавлені в збереженні актуальної партії влади, ніж насправді цього хочуть представники суспільства, що означає: процеси контентного наповнення мас-медіа буде загрозувати більш компетентним приватним та корпоративним неурядовим комунікаціям.

Будь-яка кореляція контентної, а тим більше компетентної автономії мас-медіа має чітку спорідненість з економічною теорією А. Сміта, згідно з якою кожний окремий носій комунікаційної культури з власною вигодою служить добробуту суспільства. Необхідність одержати прибуток тісно звужує наміри мас-медіа максимально задовольнити суспільні потреби і бажання. Як висловився Джордж Сокальський, «битва за циркуляції — битва за правду» [14].

Концепцію «technology expertise» часто сварять по ключових параметрах її практичного втілення. Ця концепція займає центральне місце в сучасному світі. На жаль, внаслідок дедалі все більш відчутного монополізму мас-медіа переходять під контроль могутніх економічних чинників, а відтак, їм усе важче залишатися вільним ринком ідей. Сама комунікаційна культура за таких обставин служить вже не суспільству, а – здебільшого – бізнесу, виступає проти серйозних соціальних змін. Перетворення мас-медіа на засоби отримання максимальних прибутків за доволі непрозорих контентних умов функціонування спричинилося до погоні за сенсаціями, втягуванням у коло публічного дискурсу приватного життя відомих людей, що є відвертою примітивізацією контенту.

Концепція «technology expertise» є свободою контенту. А відтак, компетентнісний підхід мусить розглядатися як ключовий етап переходу до нового типу функціонування інформаційної культури. Йдеться про

соціальну відповідальність мас-медіа, про соціально відповідальну модель інформування про реалії.

Для українського суспільства вкрай гострою стала потреба адекватного реагування на зміни в інформаційному просторі та висвітлення реалій мас-медіа. Україна та її інформаційний простір опинилися на певному комунікаційному роздоріжжі, яке окреслюється наявними та вже науково осмисленими моделями та концепціями функціонування мас-медіа – зокрема, концепцією «technology expertise», вільного та професійного втілення контенту в межах мас-медіа. Ця концепція повністю ґрунтується на постулаті про те, що поширення інформації має бути максимально відповідальним.

Не треба плутати контекст відповідальності в межах *концепції* «technology expertise» із відомою *моделлю* соціальної відповідальності журналістів та мас-медіа: згідно з останньою автори контенту повинні виконувати перед суспільством певні зобов'язання. Мас-медіа в межах цієї моделі мають бути плюралістичними, давати можливість висловлювати різні точки зору й відповідати на критику. Ця модель демократичного представництва передбачає, що окремі представники аудиторії та аудиторні спільноти повинні мати право на використання мас-медіа у власних інтересах [7]. Модель соціальної відповідальності журналістів та мас-медіа є однією із чотирьох теорій преси [13].

Відмінність між концепцією «technology expertise» та моделлю соціальної відповідальності журналістів та мас-медіа полягає в тому, що модель відділяє контент: новини від редакційних статей, повідомлення від думок, вона надає місце для висвітлення різних поглядів і точок зору на проблему, вона дає цілковиту картину різних соціальних груп у суспільстві, а також зобов'язана займатися роз'ясненням аудиторії загальнолюдських цінностей (про це пише О. Мітчук [8, с. 79]). Модель соціальної відповідальності передбачає елементи цензури – у випадку, коли матеріал, що готується, може суперечити певним інтересам.

Натомість концепція «technology expertise» не зосереджується на дотриманні якогось набору комунікаційних технологій: її прихильники в основу свого бачення соціальних реалій поставили одну технологію: відсутність будь-яких зіткнень протилежних поглядів, прагнень, інтересів. Тут дотримуються якоїсь спільної, інтеграційної особливості контенту, згідно з якою не інтерпретації, а чіткий виклад конкретних історичних та поточних контекстів усувають конфлікти (дивимось у Р. Коллінза [12, с. 134 – 135]).

Виникнення та практичний розвиток концепції «technology expertise» можна вважати явищем, тісно пов'язаним із створенням та розвитком комунікаційної культури. При цьому вартує особливо наголосити, що має йти не тільки про авторитет комунікаційної культури, але й про певну пересторогу щодо цілої низки її представників – мас-медіа, зокрема.

Аналітичний розгляд концепції «technology expertise» у контексті комунікаційної культури безпосередньо залежить від того, якими є потреби і очікування аудиторії. Журналіст завжди знаходиться поруч із аудиторією, він є учасником комунікаційного процесу – але не завжди довіра до нього з боку аудиторії

супроводжує весь комунікаційний процес. Саме тому функціональні характеристики концепція «technology expertise» у контексті комунікаційної культури передбачають, зокрема, втілення власного бачення проблеми тими авторами, які мають авторитет знання та досвіду. Саме тоді комунікаційна культура допомагає закріпленню контенту, якому в суспільстві надається особливого значення. При цьому закріплення одного, цілком конкретного варіанту взірця комунікаційної культури стає основою для того, щоби його контент проходив до аудиторії не у вигляді його постійної зміни та переробки, а у вигляді створення нових чітких, ледь не дефініційних значень цілісних комплексів вже не контенту, а смислів.

Аналітичний розгляд концепції «technology expertise» у контексті комунікаційної культури безпосередньо залежить від того, якими є потреби і очікування аудиторії. Журналіст завжди знаходиться поруч із аудиторією, він є учасником комунікаційного процесу – але не завжди довіра до нього з боку аудиторії супроводжує весь комунікаційний процес.

В інформуванні аудиторії важливого значення набуває процес формування ціннісного ставлення до реалій, а це в подальшому визначатиме ставлення людини і до навколишнього світу, і до поведінки в суспільстві. Це тривалий і складний процес, на який впливають родина, окремі соціальні інститути і групи, засоби масової інформації, суспільство. Втім, чи не найважливішу роль у цьому процесі відіграє система мас-медіа. З огляду на це постає завдання розробити таку цілісну організацію мас-медійного простору, яка створювала би умови для контентного наповнення чіткою, правдивою і перевіреною інформацією. Ця інформація має стати особистою системою цінностей, центром реального, правдивого і довірливого взаємного ставлення між учасниками системи соціальних комунікацій.

Теоретичними засадами визначення змісту феномену «technology expertise» є його розуміння як особистої контентної організації передачі повідомлень, інформації, матеріалів, а це матиме прояв не у чуттєво-емоційній сфері, а у передачі конкретних світоглядних та ціннісних орієнтацій людини, якими детермінуються її життєві домагання, потреби, професійна сфера тощо [5].

На відміну від інших сфер духовного життя, комунікаційна культура органічно інтегрована в систему соціальних комунікацій. Ба більше, розвиток конвергентної журналістики [6] поява гнучких медіа стала цілковитим і логічним продовженням постмодерністської концепції комунікаційної культури [10].

Висновки. Отже, розвиток комунікаційних технологій збудує суспільство, яке – завдяки піднесенню технічних можливостей комунікації – саме стає активним учасником комунікаційних процесів. Народжується явище соціально-комунікаційних технологій.

Подібні зміни стають підґрунтям для кардинальних пертурбацій контентних характеристик функціонування всіх компонентів комунікаційної культури та знаходять відображення в розширенні змістової палітри висвітлення реалій. А тому різноманітні мас-медіа та комунікаційні технології стають одним з невідрефлексованих механізмів, які беруть надзвичайно активну участь в створенні сучасної палітри новин, аналітики, особистих інтенцій і активно втручаються в повсякденне соціальне середовище.

Інформаційна відкритість сучасного світу створює в суспільстві стан «хаотизованого плюралізму», що дає нам можливість оцінити актуальний стан комунікаційної культури як кризовий. В основі цього стану є певний комунікаційний хаос, який ґрунтується на можливості інтерпретації реальності. Концепція «technology expertise» дозволить внести у цей хаос як мінімум частку професіоналізму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеенко А.П. Природа духовності / А.П. Алексеенко : Монографія. – Харків: Факт, 2004. – 239 с.
2. Артюхова О.В. Критерії та показники сформованості художнього світогляду в учнів старшого шкільного віку / О.В. Артюхова // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. Зб. наук. праць. – Вип. 1. – Харків – Донецьк, ХДАДМ, 2004.
3. Бітаєв В.А. Естетичне виховання і гуманізація особи / В.А. Бітаєв. – К.: Стожари, 2003. – 231 с.
4. Богословский М.И. Парадоксы культуры XX столетия / М.И. Богословский : Сб. статей. – Х.: 2000. – 218 с.
5. Данилов Н.А. Акмеология развития ценностных ориентаций и профессионализм преподавателей. Сб. научн. Тр. / Н.А. Данилов. – Вип. 2. / Под ред. Н.В. Кузьминой, А.С. Гуртовой. – Москва: Игуя, 1999, с. 5 – 54.
6. Золяк В. Конвергенція як універсальне виявлення збігу спільних ознак / В.В. Золяк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. Наук.-досл. центр періодики. – Львів, 2007. – Вип. 15. – С. 306 – 314.
7. Іванов В. Поняття про засоби масової комунікації: теоретичні та історичні аспекти / В. Іванов // Українська періодика: історія і сучасність: доп. та повідомл. VII Всеукр. наук.-теорет. конф. / ЛНБ ім. В. Стефаника. НДЦ періодики. – Львів, 2002.
8. Мігчук О. А. Українська ліберальна інформаційна культура в системі соціальних комунікацій: монографія / О. А. Мігчук. – Рівне : О. Зень, 2014. – 320 с.
9. Національна культура в сучасній Україні / Ін.-т націон. відносин і політології НАН України; Упор. Н.О. Старовойтова. – К.: «Асоціація Україна», 1995. – 336 с.
10. Руденко Л. С. Постмодерністський текст: деякі особливості прочитання / Л. С. Руденко // Психолінгвістика: Наук. журнал. — Переяслав-Хмельницький, 2008. — Том 1(1). — С. 204—209.
11. Adrienne Koch and William Peden, eds., *The Life and Writings of Thomas Jefferson*; New York: - The Modern Library, 1944.
12. Collins R. *Three Sociological Traditions* / R. Collins. – N. Y. Oxford Un. Press, 1985.
13. Siebert F. *Four theories of the press*. University of Illinois press / Fred Siebert, Theodor Peterson, Wilbur Schramm. - Urbana, 1963. - 153 p.
14. *The Free and Responsible Press*, "an address delivered at the Don R. Education, p. 34. Mellett Memorial, University of Syracuse, May 8, 1947.

The concept of «technology expertise» as the factor of audience outlook formation

Podaryashcha O.

Abstract. A variety of content served in the modern media is hardly credible, truthful and especially highly spiritual. A large number of false information disseminated by media needs serious and professional analysis. The purpose of the study is in the necessity to use in practice the concept of «technology expertise», which will bring the true, competence approach to the coverage of the media realities to the audience. Methodology of the analysis is based on the use of scientific methods and special techniques and approaches to the study of patterns and characteristics of passing communication processes and phenomena. Results: Technological changes of the mass media functioning become the basis for drastic changes of content characteristics of the operation of all components of the communication culture. All this is reflected in the range of content when depicting reality. Therefore, various media and communication technologies are becoming one of non-reflexive mechanisms which are extremely actual in creating a modern content of news, analytics, personal intentions and actively interfere into the daily social environment. The study makes it possible to make conclusion that the information openness of the modern world creates in the society the state of "chaptic pluralism", which allows us to assess the current state of culture as a communications crisis. The state is based on a certain communication chaos grounded on the possibility of interpreting reality.

Keywords: *author, competence, media, culture, professionalism, technology.*