Медиамәдениет және мифшығармашылық.

Дәстүрлі журналистикадағы мәдениеттің метаморфозасы.

Медиа» термині (латын тілінде «media», «medium» – құрал, тасымалдаушы) XX ғасырда «бұқаралық мәдениет» құбылысын анықтап көрсету үшін енгiзiлген («mass culture», «mass media»). Қазіргі кезде «масс-медиа» термині бұқаралық коммуникация құралдарын мағынасын білдіруде: баспа басылымдары, теледидар, радио хабарламалар, интернет беттеріндегі ақпарат қайнарлары, сонымен қатар кино, видео, ұялы телефондық байланыс және т.б. Бүгінгі күнде олардың маңыздылығы соншалықты, яғни басым бөлігі масс-медиаға тәуелді болғандықтан, тек «ақпараттандырылған»қоғам деп атап қана қоймай, сонымен бірге «медиаландырылған» қоғам деп те аталуда. Бұл үрдіс аталған ұғымның институциялану барысын аңғартады.

Медиамәдениет – ақпараттық қоғамның ерекше бір мәдени үлгісі. Заманауи мәдени зертеулерде медиамәдениетті кең мағынада, тұлғаның әлеуметтенуі мен қоғамдық сананың қалыптасуына септігін тигізетін, мәдени-тарихи даму үрдісіндегі адамзатпен жинақталған, материалдық және интеллектуалды құндылықтардың ақпараттық-коммуникативті құралдарының жиынтығы ретінде анықтайды . Медиамәдениеттің салыстырмалы түрде кең таралған баспа, визуалды және аудиовизуалды құралдар жүйесі саласы «бұқаралық коммуникация құралдары» түріндегі анықтамасында қазіргі кездегі ғылыми және күнделікті қолданыста айтарлықтай көп айтылатын ұғым болып табылады.

Тілші Е.Масанов медиамәдениеттің мәдени-философиялық қырын төмендегідей тұжырымдар негізінде қарастырады: медиамәдениет – сөз, дыбыс және визуалды бейнелер арқылы әлемнің мәдени-әлеуметтік түсінігін қалыптастырушы, дәстүрлі және электронды бұқаралық ақпараты құралдарының іс-әрекет ету амалы мен болмысына ие, ақпараттық қоғамның өзектілігімен көрініс тапқан мәдениет;   медиамәдениет – шынайлықтың қалыпты бейнесі ретінде айқындалып, өзіне тән белгілі кодтар арқылы бұқаралық ақпарат құралдары көмегімен өмірсүру тәжірибесін игерудің ерекше амалы;   медиамәдениет – белгі құбылысы әрекет ретінде, адамзат қоғамындағы әрекетінің бағыты, оның мазмұны көпқырлылықпен толықтырылған: әлде біреудің көздеген мақсатынан туындайтын тұлғаны манипуляциялаудан бастап, ғылым, шығармашылық және мәдениет саласының шынына адамды жетелейтін қатынасқа дейнгі ықпал ету.

Медиааумақ дегеніміз – адамзатты тіршілік ету барысында күнделікті қоршаған ортасы. Бұл дегеніміз бұқаралық коммуникациялардың (баспа, радио,теледидар, видео, кино, компьютер арналары, интернет және т.б.) тасымалдауы арқылы, сол ортадағы немес басқа ортадан келетін адамгершілік-эстетикалық құныдылықтарды насихаттап, адамдардың әрекеті мен бағалаушылық ойларына идеологиялық, экономикалық немесе ұйымдастырушылық тұрғыда әсер етіп, ақпараттандырып және көңілін көтеріп, адамды қоршаған ортамен байланыстыратын, медиамәдениеттің қызмет ету алаңының түбірлі  алғышартының жиынтығы. Яғни, сөзбен қоғамдық санаға ықпал етеді.

Көпшілік аудиторияда медиамәтіннің танымалдылығы көптеген факторлармен анықталады:

Ø     танымдық,

Ø     ақпараттық,

Ø     коммуникативті,

Ø     терапевтік,

Ø     компенсаторлық,

Ø     рекрестивті,

Ø     эстетикалық,

Ø     адамгершіліктік,

Ø     әлеуметтік,

Ø     катарсикалық және т.б. өнерлердің қызметтерінде қолданысымен;

Ø     үрейлі ойын-сауықтық жанрдағы (әдеттегідей мифологияға негізделетін),

Ø     стандарттауға,

Ø     сериялық,

Ø     сенсациялық,

Ø     «эмоционалды тебіреністер» жүйесіне,

Ø     көрермендердің жүйке жүйесінің толғаныстарына дүмпу беруге көмектесетін көмекші құрал;

Ø     гипнотизм,

Ø     жұртшылықтың тілегін табу,

Ø     интуиция және т.б.

Медиа құбылысының мәдениеттанулық тұжырымын канадалық мәдениеттанушы ғалым М.Маклюэн алғаш рет ғылыми қолданысқа ұсынды. Ол ғылыми қолданысқа «коммуникация құралдары» ұғымын енгізумен қатар, оған бұқаралық ақпарат құралдарынан басқа жол, дөңгелек, транспорттық көліктері (велосипед, автокөлік, ұшақ), баспа, кітап, комикс, жарнама, баспасөз, телеграф, жазба машинасы, телеграф, ауызша әңгіме, хат, жол, сан, киім, тұрғын үй, қала, ақша, сағат, электрондық жарық, фотография, автоматты құралдар, ойындар, телефон, фонограф, кино, радио, теледидар, қару және көптеген сол сияқтыларды жатқызды. Бұл «технологиялар» немесе «тасымалдаушылар» адамның қоршаған ортамен (табиғи да, әлеуметтік тұрғыда болсын) коммуникациясына түбірлі өзгерістер енгізіп, оның өмір сүру және дүниетаным амалдарын қайта қалыптастырды. М.Маклюэн зерттеулерінде адамзаттың техникалық дамуының табиғатын анықтауда өте метафоралы: «Біз өзіміздің орталық жүйке жүйемізді әлемдік деңгейге дейін ұлғайттық және уақыт пен кеңістікті біздің ғаламшар көлемінің шекарасына дейінгі өлшем бойынша қысқарттық... Шоғырланған электрлік күштің қарқынымен қазіргі кезде әлем ауылдан да үлкен емес», - деп жеткізді.

Осындай ой-толғамдарды жасай отырып, ойшыл М.Маклюэн медианы адамның әр түрлі қоршаған сыртқы орта туралы түсінігінің ұлғаюы ретінде баяндады. Ұсынылатын анықтама бойынша медиамәдениет, медиа түсінігі ұғымының көлемі мәдениет категориясымен теңестірілетін деңгейіне дейін ұлғаятындығын байқауға болады.

Медиа – негізі М.Бахтиннен бастау алып, Ю.Лотман, В.Библер және т.б. зерттеушілермен жалғасын тауып, «мәдениет сұхбаттастығы» теориясын іске асырудағы қолданбалы факторлардың біріне айналды.

Алайда ақпараттық және компьютерлік технологиялардың етене қолданысқа кіру жағдайында жеке адамнан бастап жалпы қоғамға тұтастай бұқаралық ақпараттық құралдарының ықпал ету әдістерінің жағымды ғана емес, жағымсыз да ықпалы көрініс табуда. Қазіргі кездегі байқалатын трансформация мәдениетке жат элемент «медиа вирустар» (Д.Рашкофф) түрінде оның барлық жүйесіне орнығуы арқылы түбірлі өзгертуде. А.А.Зиновьев, С.Г.Кара-Мурза, Г.Шиллер, Р.Харрис және т.б. сол сияқты бірқатар ғалымдардың пікірінше, БАҚ-тың адамға ықпалы мен қоғамдық сананы манипуляциялауы «мәдени-әлеуметтік соққының» (К.Оберг) негізгі себебі болып табылады. Ұсынылатын түсінік бұл жағдайда адамзаттың бұрын-соңды қалыптасқан мәдени құндылықтар мен іс-әрекеттерін жарамсыз қылып, жаңа талаптарға икемделуге мәжбүрлейтін жалпы жағдайын көрсету үшін қолданылады.

Қазақстандағы жаңа медиамәдениттің ерекшелігінің мәні, монологтық қарым-қатынастың орнына, азаматтардың ақиқатқа құқылы, әр алуан пікірлі және диалогтық коммуникацияның таралып, алмасуымен айқындалады. Заманауи Қазақстандық медиамәдениетті қалыптастыруға бір-біріне тәуелсіз әр түрлі қатысушылар атсалысуда. Яғни қазіргі Қазақстан қоғамының дамуының маңызды факторына айналған, бүгінгі Қазақстанның медиааумағындағы адам мәселесін жан-жақты тұрақты қарастырып, зерттеуге мәдени-философиялық тәжірибелер негіз болмақ. Сондықтан, медиамәдениетте заманауи адамның оның құндылықтық-шығармашылық және мәдени жасампаздық іс-әрекеттеріндегі жетістіктерінің үрдісін мәдени-философиялық талдауға назар аударылады. Медиамәдениет кеңістігінде адамзаттың өмірлік жағдайлардағы ұсынылатын таңдауларда адамгершілігімен байланысты бір нәрсеге басымдылық беруі, оның рухани аясы анықталып, құбылыстардың жаңа мағынасын айшықталады.