МЕДІАКУЛЬТУРА КРІЗЬ ПРИЗМУ КОГНІТИВНОГО СТИЛЮ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ

Є. В. Губар, КНУ імені Тараса Шевченка

Інститут післядипломної освіти

Науковий керівник: канд. психол. наук, **Вакуленко О.Л.**

Анотація:У роботі автор розглядає роль когнітивних стилів у формуванні медіакультури. Автор зазначає, що для створення безпечного медіапростору і підвищення рівня медіакультури особистості важливо розуміти, яким чином людина сприймає, обробляє та інтерпретує інформацію. Когнітивний стиль визначає розвиток інтелектуальних здібностей, критичного та самостійного мислення, навчання аудиторії розумінню змісту та підтексту медіаінфомрації, обумовлює здатність протидіяти маніпулюванню. Це важливо для подолання «когнітивних рамок», накладених небезпечним медійним впливом.

Ключові слова: когнітивний стиль, медіакультура, масова комунікація, медійний вплив.

Аннотация: В работе автор рассматривает роль когнитивных стилей в формировании медиакультуры. Автор указывает, что для создания безопасного медиапространства и повышения медиакультуры личности важно понимать, каким образом человек воспринимает, обрабатывает и интерпретирует информацию. Когнитивный стиль определяет развитие интеллектуальных способностей, критического и самостоятельного мышления, обуславливает способность противодействовать манипуляции. Это важно для преодоления «когнитивных рамок», наложенных опасным медийным влиянием.

Ключевые слова: когнитивный стиль, медиакультура, массовая коммуникация, медийное влияние.

Summary: In this work author considers the role of cognitive styles in the media culture formation. The author notes that for the purpose to create a safe media space and increase personality media culture it is important to understand how a person perceives, processes and interpret information. Cognitive style determines the development of intellectual abilities, critical and independent thinking, learning audience for understanding the content and implication of media information, makes the ability to resist manipulation. Media culture through the prism of cognitive style. This is important for overcoming the "cognitive frames" imposed by dangerous media influence.

Key words: cognitive style, media culture, mass communication, media influence.

В наш час новітніх технологій, коли медіапростір стає ареною для боротьби за вплив на формування світоглядних позицій, індивідуальних та групових цінностей, суспільної думки, вибір вектору соціальної та політичної активності, дослідження феномену медіакультури, як соціально-психологічного явища, є особливо актуальним.

Метою даної роботи є аналіз медіакультури суспільства в аспекті механізмів сприйняття та обробки людьми інформації (когнітивних стилів).

Саме поняття медіакультури прийшло в психологію порівняно недавно для позначення специфічного типу культури в інформаційному суспільстві, розвиток якого ознаменувався впровадженням нових сучасних засобів комунікації, таких як телефон, радіо, телебачення, інтернет тощо. Вивченням медіакультури займалися вчені, представники семіотики, мовознавства, культурології, соціології та психології: Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Ж. Бодріяр, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Ч. Пірс, Д. Соссюр, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Д. Лалл, К. Леві-Строс, Д. Рашкофф, М. Бахтін, Ю. Тинянов, Л. Виготський, Ю. Лотман, В. Михалкович, М. Ямпольский та інші.

Медіакультура нерозривно пов'язана із масовою комунікацією. При цьому медіакультура може розглядатися як на рівні взаємодії великих соціальних груп, суспільства і держави, соціуму і влади, так і на рівні міжособистісного спілкування, чи рівні культури сприйняття інформації окремою людиною [3, с.6]. В комунікативній та інформативній функції медіакультури розкривається її обумовленість розвитком когнітивних структур індивіда та типологічними особливостями аудиторії в цілому; це своєрідні «фільтри» для засвоєння інформації в базовій тріаді «повідомлення → комунікація → інтерпретація» на будь-якому рівні роботи з інформацією (груповому чи особистісному).

Стосовно окремої людини медіакультура виступає певною системою розвитку особистості, детермінованою особливостями її сприйняття, аналізу, структурування та категоризації, оцінювання, засвоєння медіаконтенту, критичного осмислення, прийняття рішення, вибору шляхів реагування тощо [3, с.31]. Дослідження таких індивідуальних відмінностей приводить нас до поняття когнітивного стилю.

Сам термін когнітивний стиль (від лат. cognitio «зання») почав використовується в психології в рамках стильового підходу для позначення стійких характеристик сприйняття, обробки, запам'ятовування інформації різними людьми, а також переважного для них способу вирішення завдань інтелектуальної діяльності.

Дослідженням когнітивних стилів займалися чимало вчених: А. Адлер,

Г. Олпорт, М. Полані, Дж. Берклі, Г. Лейбніц, Асмолов О.Г., Аллахвердов В.М., Вяткін Б.О., Ільїн Є.П., Клімов Є.О., Корнілова Т.В., Кочарян О.С., Маствіліскер Е.І., Мерлін В.С., Палей О.Й., Скотнікова І.Г. Толочек В.О., Холодна М.О. та ін. За своєю сутністю когнітивний стиль є стійкою інструментальною характеристикою інтелектуальної діяльності, яка відображає специфіку організації пізнавальної сфери і не стосується при цьому її вмісту [7, с.31]. В загальних рисах це – спосіб роботи з інформацією.

Наприклад, когнітивний стиль *полезалежність/поленезалежність* обумовлює здатність інтелекту успішно виділити головний стимул на фоні перешкод. В результаті представники поленезалежного стилю швидше і точніше виділяють потрібну деталь із інформаційного мотлоху, більше спираються на власний досвід, краще працюють із складностуктурованою (наприклад, науковою) інформацією. Представники ж полезалежного стилю орієнтуються на поле зовнішніх стимулів, сприймають його цілісно. Їм складніше вдається структурувати, упорядковувати, деталізувати, критично оцінювати.

Полюс *конкретність/абстрактність* детермінує процеси диференціації та інтеграції понять. Так, для «конкретних» людей характерне «чорно-біле» мислення, залежність від статусу і авторитету джерела інформації, стереотипізація рішень, тоді як абстрактний стиль дає незалежність та об’єктивність в оцінках, гнучкість і креативність мислення. Стиль *згладжування/загострення* визначає, чи буде людина тяжіти до запам’ятовування особливостей матеріалу, чи навпаки, спрощувати його відкидаючи деталі. Стиль *ригідний/гнучкий пізнавальний контроль* визначає швидкість зміни способу обробки інформації (наприклад, переключення з вербальних процесів на сенсорно-моторні). *Низька/висока толерантність до нереалістичного досвіду* показує, наскільки людина сприймає нову інформацію, яка не відповідає наявному у неї суб’єктивному досвіду. *Імпульсивність/рефлекторність* визначає швидкість прийняття рішення в ситуації множинного вибору. Стилі *фокусуючий/скануючий контроль та вузький/широкий діапазон еквівалентності* детермінують особливості систематизації та класифікації

інформації.

Всі ці критерії є вкрай важливими для розуміння, як саме сприймається медійна інформація і які саме послання доходять до адресата. Наразі вже проводяться дослідження когнітивних стилів на рівні типологізації культур, великих соціальних груп, етносів, що розвиваються на базі концепцій М. Вебера, Н. Данилевского, Дж. Фейблмана, К. Юнга, Л. Уайта, Л.С. Виготского.

Водночас необхідно зазначити про негативний маніпулятивний вплив друкованих та електронних медіа, про ті когнітивні рамки, що усталюються в процесі сприйняття медіа-інформації. Про це пишуть такі сучасні дослідники як З. Бауман, М. Маклюен, Д. Лалл. Останній доводить, що сучасна медіакультура «трайбалізує» суспільство та перетворює його на електронізоване «глобальне село» [5, С. 19-39].

Тому, на мою думку, вивчення когнітивних стилів сприятиме поглибленню розуміння таких вкрай важливих аспектів, як розвиток здібностей людини до самостійного та критичного мислення, інтелектуальної автономії особистості, навчання аудиторії розумінню соціальних, політичних, культурних змістів та підтекстів медіа-інформації.

Таким чином, одним із чинників, що обумовлюють медіакультуру, є індивідуально-специфічні характеристики сприйняття та обробки інформації аудиторією, до яких належать у тому числі когнітивні стилі, які можуть бути розглянуті як на рівні сприймання медіа-інформації окремою особистістю, так і соціальною групою, етносом, суспільством в цілому. Окремої уваги потребує проблема «когнітивних рамок», створюваних сучасними медіа-засобами; розробка стратегій запобігання та нейтралізації маніпулятивного впливу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бриггз А. Медиа. Учебник. / Бриггз А., Кобли П.; Пер. с англ. Ю.В. Никуличева – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 550 с.

2. Ильин Е.П. Психология индивидуальных различий / Ильин Е.П. – СПб.:

Питер, 2004. – 701 с.

3. Кириллова Н.Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну. / Кириллова Н.Б. – М:Академический проект, 2005 – 448 с.

4. Корнилова Т.В. Подходы к изучению когнитивных стилей: двадцать лет спустя / Корнилова Т.В., Парамей Г.В. // Вопросы психологии. – 1989. – N6 – С. 140-146.

5. Лалл Д. Медіа, комунікації, культура. Глобальний підхід / Джеймс Лалл. – К.: К.І.С., 2002. – 264 с.

6. Харитонов М.В. Психология современных массовых коммуникаций: монографія / М.В. Харитонова. – СПб: Издательство СПбАУЭ, 2010. – 352 с.

7. Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. / М.А. Холодная. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с.