

«Спеціальні та галузеві соціології» / Агарков Олег Анатолійович ; Дніпропетровський національний ун-т. — Д., 2006. — 215 с.

14. Кримський С. Б. Фронезис [Текст] / С. Б. Кримський // День. — 2006. — 14 листоп. — С. 2.

15. Нинюк М. А. Моральна культура державних службовців: сутність, стан та особливості формування [Текст]: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.01. «Теорія та історія державного управління» / Нинюк Марія Антонівна ; Українська академія державного управління при Президентіві України. — К., 2000. — 20 с.

16. Тенденции развития элиты в Украине [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://christosocio.info/content/view/918/> . — Название с экрана.

17. Лебедева И. В. Российские немцы в Германии: конец интеграции [Текст] / И. В. Лебедева // Каспийский регион: политика, экономика, культура. — 2011. — № 1 (26). — С. 212-215.

***Аксельрод Р. Б. Политико-культурный фактор профессиональной компетентности управленческой элиты***

*В статье раскрывается вопрос политико-культурной составляющей профессиональной компетентности управленческой элиты, определяются основные факторы развития ее профессиональной культуры, определена роль политико-культурных факторов в принятии качественных политических решений.*

**Ключевые слова:** профессиональная компетентность, культура управленческой элиты, интеллектуальный капитал, управленческое сознание, управленческое мышление, информационная компетентность.

***Axelrod R. Politico-cultural factor of professional competence of the managerial elite***

*In the article the question of political-cultural component of professional competence managerial elite, identifies the key factors of its professional culture, the role of political and cultural factors in making quality policy decisions.*

**Keywords:** professional competence, managerial elite culture, intellectual capital, management awareness, management thinking, information competence.

УДК 323.213.382:37.014.5

**Біляєва Ірина Іванівна,**  
аспірантка Університету економіки та права «КРОК»

**МЕДІА-ОСВІТА ЯК ЦІННІСНО-КУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ  
ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

*Розглянуто медіа-освіту як ціннісно-культурний компонент трансформації сучасного суспільства. Охарактеризовано сутність медіа-освітніх процесів та розкрито ступінь впливу на них суб'єктів інформаційної діяльності. Визначено державну медіа-освітню політику як засіб «імунізації» суспільства від негативних наслідків інформаційної діяльності.*

**Ключові слова:** медіа-освіта, цінність, трансформація, інформаційні відносини, інформаційна діяльність, інформаційна влада, державна інформаційна політика.

В умовах трансформації сучасного суспільства, яка тісно пов'язана з виникненням нових технологій, важлива роль відведена освіті як фундаменту формування суспільних цінностей. Недостатня увага держави до освітньої сфери може призвести до негативних і навіть руйнівних наслідків. Це особливо актуально в контексті побудови інформаційного суспільства, що ґрунтується на широкому впровадженні і використанні інформаційних

технологій та вносить суттєві корективи в освітні процеси. Тому поширення та засвоєння великих масивів інформації досить гостро ставить питання щодо конкурентноздатності освітньої підготовки сучасної особистості та виправдовує принцип безперервної освіти як можливості навчання впродовж усього життя.

Підтримання конкурентноздатності особистості мотивує її до пошуку різноманітних шляхів підвищення освіти. Наприклад, отримання традиційної «гуманітарної» освіти базується на чіткій ієрархічності та упорядкованості «мережі» знань, що систематично доповнюється періодичним і обов'язковим підвищенням кваліфікації за фахом. Крім того, допускається зміна раніше отриманого фаху шляхом здобуття післядипломної освіти. Важливе місце в контексті побудови інформаційного суспільства належить «товариській» освіті. Вона отримується на основі різних видів комунікації в суспільстві, без спеціалізованих закладів і організацій, лише за допомогою знайомих [13, с. 286]. Також невід'ємною складовою освітньої підготовки є «самоосвіта» впродовж усього життя особистості, що здійснюється за допомогою різноманітних друкованих та електронних матеріалів, мас-медійних джерел інформації тощо. В цьому відношенні німецький теоретик сучасного суспільства знань Х.-Д. Кюблер слушно зауважує: «нові технології засобів інформації роблять можливим навчання учнів будь-якого віку та можливостей, дозволяють безпосередньо та самостійно застосовувати навчальні матеріали, засвоювати їх» [5, с. 215]. Втім, використання особистістю засобів масової інформації (далі-ЗМІ) може формувати «мозаїчну» освіту, яка, на протигагу традиційній «гуманітарній» освіті, не створює чіткої системи знань та навіть, навпаки, сприяє фрагментарності та розірваності знань [12, с. 50]. Таким чином, оптимальний баланс отримання сучасної освіти полягає у використанні всіх вищезазначених способів її здобуття, з обов'язковою перевагою традиційної «гуманітарної» освіти. Даний оптимальний баланс формує «універсальну» систему сучасної освіти [1, с. 58], а його порушення, безперечно, спричинить до негативних змін світогляду особистості.

Відтак, стрімка і тотальна медіатизація сучасного суспільства спонукала державу до застосування «профілактичних» заходів для забезпечення інформаційної безпеки особистості, що проявляються не в обмеженні доступу до інформації, а, навпаки, в умінні її використання та аналізу. Це особливо актуалізує необхідність вдосконалення системи традиційної «гуманітарної» освіти, головною метою якої має бути формування критичного та аналітичного сприйняття інформації сучасною особистістю. Дане завдання й покладено в основу «Концепції впровадження медіа-освіти в Україні» 2010 року та введення її в дію у 2011 році згідно з наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 27.07.11 № 886 «Про проведення Всеукраїнського експерименту з упровадження медіа-освіти в навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів України».

Суттєвий вклад у розробку поняття медіа-освіти та формування її теоретико-концептуальних засад здійснили зарубіжні вчені: К. Безелгет, Ж. Берже, Р. Куїн, Р. К'юбі, М. Маклюен, Л. Мастерман, А. Моль, М. Сушон, Е. Харт та ін. Вагомий вклад серед російських авторів належить таким дослідникам, як: О. Вартанова, Я. Засурський, О. Короченський, С. Носова, А. Спичкін, Ю. Усов, І. Фатеева, О. Федоров, О. Шариков та ін. У вітчизняній науці вивченню проблем медіа-освіти приділяють увагу вчені, зокрема: І. Гуріненко, В. Іванов, Ю. Казаков, Л. Найдьонова, Б. Потятиник, В. Різун, В. Степанов, І. Чемерис, А. Шабунова та ін. В цілому, всі дослідники актуалізують важливість медіа-освіти для побудови інформаційного суспільства. Однак, на нашу думку, ключове значення у формуванні медіа-освітніх процесів належить саме суб'єктам інформаційної діяльності.

Метою статті є аналіз медіа-освіти як ціннісно-культурного компоненту трансформації сучасного суспільства. Завдання: 1) визначити основні суб'єкти здійснення медіа-освітніх процесів; 2) дослідити мету, характер та значення впливу суб'єктів інформаційної діяльності на медіа-освітні процеси; 3) розкрити сутність державної медіа-освітньої політики як засіб «імунізації» суспільства від негативних наслідків інформаційної діяльності.

Етимологія поняття «медіа-освіта» (з англ. «media educations») розкривається через зміст двох складових: «медіа» або «medium» – засіб, що в контексті досліджуваного поняття, опосередковує освітній процес. Крім того, термін «медіа» є скороченням поняття «mass media communications» – мас-медіа/ЗМІ. Особливе трактування терміну «mass media communications» дає вітчизняний дослідник Ю.М. Казаков, який визначає його як «комунікативна освіта» та вказує на невідповідність даного поняття змісту концепту медіа-освіта [3]. Однак, на нашу думку, така позиція є не зовсім коректною, оскільки медіа-освітні процеси не можливі без комунікативної складової. Друга частина досліджуваного поняття – термін «освіта» включає в себе всі види цілеспрямованої і систематичної діяльності, здійснюваної з метою задоволення освітніх потреб, та передбачає організаційний і стійкий процес комунікації, який породжує навчання [9, с. 373]. Виходячи з цього, медіа-освіта – це частина освітнього процесу, що здійснюється на комунікативних засадах за допомогою використання засобів масової інформації та комунікації (ЗМІК).

В «Концепції впровадження медіа-освіти в Україні» (2010 р.) поняття «медіа-освіта» розуміється як частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіа-культури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні, так і новітні медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Згідно концепції, основною метою медіа-освіти є формування медіа-культури особистості. Головне завдання медіа-освіти полягає в запобіганні вразливості людини до медіа-насилства і медіа-маніпуляцій, втечі від реальності у віртуальний світ, поширенню медіа-залежностей. Крім того, концепція передбачає формування: медіа-імунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіа-середовищу; рефлексії і критичного мислення як адекватного й різнобічного оцінювання та тлумачення інформації; здатності до медіа-творчості, медіа-культури, естетичних смаків тощо [4].

На сьогодні, план реалізації «Концепції впровадження медіа-освіти в Україні» (2010 р.) здійснюється трьома етапами. Перший – *експериментальний етап* (2010-2013 рр.): впровадження всеукраїнського експерименту з медіа-освіти, зокрема, введення курсу медіа-культури для старшокласників у загальноосвітніх навчальних закладах, розробка навчальних програм, підготовка фахівців з медіа-освіти для загальноосвітніх шкіл, а саме, медіа-педагогів та медіа-психологів. Другий – *етап поступового укорінення медіа-освіти та стандартизації вимог* (2014-2016 рр.): громадське обговорення результатів експериментального впровадження медіа-освіти, затвердження державних стандартів фахової підготовки медіа-педагогів та їх масова підготовка, забезпечення інформаційно-методичними та інформаційно-комунікаційними матеріалами, проведення інтегрованої медіа-освіти, факультативів та гурткової роботи тощо. Третій – *етап подальшого розвитку медіа-освіти та завершення її масового впровадження* (2017-2020 рр.): масове впровадження медіа-освіти у всі складові освітньої системи, зокрема, введення медіа-освітньої складової у навчальні програми вищої школи з гуманітарної підготовки фахівців усіх профілів, їх науково-методичне, організаційне та технічне забезпечення, розширення практики обміну досвідом освітян як між собою, так і з медіавиробниками, розробка прикладних науково-дослідних тем з питань підвищення ефективності медіа-освіти для забезпечення наукового супроводу її впровадження тощо [4].

Таким чином, розробка і здійснення «Концепції впровадження медіа-освіти в Україні» (2010 р.) є надзвичайно важливою спробою держави подолати негативні наслідки використання новітніх інформаційних технологій в процесі трансформації сучасного суспільства. Державна медіа-освітня політика передбачає впровадження медіа-освіти в усі складові системи безперервної освіти в Україні, зокрема: дошкільну, шкільну, позашкільну, у вищій школі, батьківську, медіа-освіту дорослих та освіту засобами медіа. І якщо перші чотири складові повністю знаходяться під контролем та регулюванням держави, то три останні, навпаки, формуються «стихийно». Ключовою з них є медіа-освіта засобами медіа,

яка в залежності від пріоритетів, може мати як конструктивну, так і деструктивну спрямованість. Тож, попри всі наявні позитиви проведення державної медіа-освітньої політики, заявлені в «Концепції впровадження медіа-освіти в Україні» (2010 р.), на жаль, вона має ряд суттєвих недоліків, зокрема: довготривалий період її розробки та впровадження; розроблена державою медіа-освітня система на практиці стосується лише певних вікових категорій суспільства, що свідчить про обмеженість її впливу та дії. Відтак, медіа-освітній процес, здійснюваний державою, має бути направлений на безпосередній захист інтересів та цінностей кожної особистості.

Важливою умовою для впровадження медіа-освіти в Україні є попереднє вивчення стану медіа-культури населення України та міжнародного досвіду організації медіа-освіти. Основні положення державної медіа-освітньої політики відповідають завданням, сформульованим у Паризькій програмі-рекомендаціях з медіа-освіти ЮНЕСКО (2007 р.) та резолюції Європарламенту щодо медіа-грамотності у світі цифрової інформації (2008 р.) [4]. Зокрема, вітчизняний дослідник медіа-освіти Ю.М. Казаков наголошує, що в окремих країнах поняття «медіа-освіта» може тлумачитись по-різному та набувати специфічних формулювань, а саме: «візуальна грамотність» (США), «програма соціокультурної освіти» (Франція), «активні юні телеглядачі» (Франція) [3]. Зауважимо, у більшості держав, у тому числі в Україні, медіа-освіта функціонує як невід'ємна частина загальноосвітньої підготовки молоді, а також масових інформаційних процесів [4]. Відтак, сучасна медіа-освітня система має амбівалентну природу, яка представлена як «інь і янь», «чорне і біле», «відоме і невідоме», тому результат освітнього процесу може бути непередбачуваний. Особливо, зважаючи на те, що освітня підготовка особистості передбачає поєднання отриманої системи знань, умінь і навичок з особистими якостями та вміннями самостійно розпоряджатися набутими знаннями.

Російський теоретик з філософії освіти Б.С. Гершунський, виділяє щонайменше чотири аспекти змістовного трактування поняття «освіта»: як цінність, як система, як процес, як результат [9, с. 373]. Обмежені рамки даного дослідження та його пріоритети змушують зосередитися на розгляді першого аспекту. Цінність – це будь-який об'єкт у т.ч. й ідеальний, що має життєво важливе значення для суб'єкта (індивіда, групи, етносу). У широкому розумінні, в якості цінностей можуть виступати не тільки абстрактні привабливі сенси або ситуативні цінності, але і стабільно важливі для індивіда конкретні матеріальні блага. У більш вузькому значенні, прийнято говорити про цінності як про духовні ідеї, які в процесі освоєння культури формуються у свідомості людини [9, с. 659].

Ціннісну характеристику освіти Б.С. Гершунський розглядає у сукупності трьох взаємопов'язаних блоків: освіта як цінність державна, освіта як цінність суспільна, освіта як цінність особистісна [9, с. 374]. Даний поділ можна використати і в нашому дослідженні при розгляді ціннісно-культурного компоненту медіа-освіти, зокрема: «медіа-освіта як цінність державна», «медіа-освіта як цінність суспільна», «медіа-освіта як цінність особистісна». Принагідно зауважимо, що складову «медіа-освіта як цінність суспільна» розглянемо в контексті суспільних утворень/ груп/ соціальних спільнот. Вказані три складові медіа-освіти як цінності вважаємо основними суб'єктами інформаційних процесів та інформаційної діяльності. В залежності від якості їх взаємодії в процесі здійснення інформаційної діяльності формуються суспільні цінності.

Розвиток інформаційного суспільства та постійне вдосконалення новітніх інформаційних технологій спонукає до виникнення рівноцінних суб'єктів інформаційної діяльності щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання та поширення інформації. Тобто держава, суспільні утворення/ групи/ соціальні спільноти та безпосередньо кожна особистість як суб'єкти інформаційної діяльності, знаходяться на одному рівні. Однак, пріоритет держави як головного суб'єкту поступово нівелюється. З метою збереження державного суверенітету, стабільності та сталого розвитку суспільства, а також збереження пріоритету головного суб'єкту інформаційної діяльності, держава намагається

співпрацювати з іншими суб'єктами інформаційної діяльності. Розробка, схвалення та введення в дію уже згадуваної «Концепції впровадження медіа-освіти в Україні» (2010 р.) є доказом того, що держава почала проводити інформаційну політику щодо захисту («імунізації») кожної особистості від негативних інформаційних впливів, тобто політику інформаційної безпеки особистості. Це свідчить про пряму готовність держави відкрито співпрацювати з іншими суб'єктами інформаційної діяльності, зокрема, з кожною особистістю. В протилежному випадку, повне невтручання з боку держави та «стихийна» інформаційна діяльність може привести до негативних наслідків трансформації сучасного суспільства та його ціннісно-культурного компоненту. Тож, піклування, контроль, регулювання, збалансування інтересів суб'єктів інформаційної діяльності лежать в основі першої складової «медіа-освіта як цінність держави», яка має вплив на дві інші складові. Адже, за визначенням відомого вітчизняного вченого Ю.С. Шемшученка: «держава – це організація політичної влади, головний інститут політичної системи суспільства, який спрямовує і організовує за допомогою норм права спільну діяльність людей і соціальних груп, захищає права та інтереси громадян. Акумуляуючи у своїх руках владні повноваження, держава політично інтегрує суспільство і представляє його як у внутрішніх, так і зовнішніх відносинах» [16, с. 144].

Щодо другої складової «медіа-освіта як цінність суспільних утворень/ груп/ соціальних спільнот», то в процесі побудови інформаційного суспільства їх поєднує одна спільна риса – інформаційна діяльність. Проте, ці суб'єкти інформаційної діяльності, зазвичай, мають мінімум відповідальності та діють переважно в межах своїх статутних зобов'язань, а також інтересів тощо. На слушну думку вітчизняного дослідника А. Фісуна, це характерна ознака т.зв. «західного стилю» інформаційної діяльності з притаманними йому цінностями індивідуалізму, нарцисизму та іноді з повним ігноруванням будь-якої відповідальності. Все зазначене «призводить до втрати історичного коріння, нівелювання національних цінностей та особливостей, і в кінцевому підсумку, до розпаду нації та політичної нації як такої» [15, с. 276-277]. З іншої сторони, різні суспільні утворення/групи/соціальні спільноти як незалежні суб'єкти інформаційної діяльності, за власним бажанням можуть співпрацювати з державою і відповідно здійснювати спільну інформаційну діяльність для формування, зберігання та примноження суспільних цінностей.

Третя складова «медіа-освіта як цінність особистості» є наймасовішим суб'єктом інформаційної діяльності. Особистість – це суб'єкт соціальних відносин та свідомої діяльності, що визначається включеністю в соціальні зв'язки і системною якістю індивіда, який формується у процесі спільної діяльності та спілкування [9, с. 281]. Відомі західні вчені К. Роджерс та А. Маслоу розглядають особистість активним суб'єктом соціалізації та слушно наголошують, що «вибудувати особистість може лише сама людина» [8, с. 122]. Однак, процесу соціалізації властиві різноманітні впливи на особистість, результатом яких є набуття знань. Цілковито погоджуємось з позицією німецького дослідника Х.-Д. Кюблера: «знання здобуваються не нейтрально, воно залежить від суб'єкта, а створення чи перехід до суспільства знань є окремою справою, в якій бере участь кожен індивідуум». Вчений переконаний, що дана тенденція ігнорується багатьма системами освіти, в результаті чого, концепти суспільства знань залишаються фрагментарними [5, с. 229]. Тож, складнощі суспільного буття особистості виявляються в тому, що з одного боку, вона є вільною, оскільки в сучасному суспільстві сама приймає рішення як, де, в яких умовах жити, до яких суспільних утворень входить. З іншого боку, особистість є незахищеною, бо жити поза суспільством вона не може і цілком залежить від медіа-освіти як цінності, що впроваджується на рівні держави та на рівні суспільних утворень/ груп/ соціальних спільнот.

В процесі суспільного розвитку та поширення новітніх інформаційних технологій, особистість як один із суспільних елементів та складових медіа-освіти як цінності, стає більш бажаною та доступною для інформаційного впливу не тільки на державному, а й на міжнародному рівні. На сучасному етапі саме особистість є носієм механізмів регуляції

суспільства, різних його утворень та стабільності держави в цілому. Вітчизняний дослідник А. Фісун наголошує, що постійні інформаційні впливи як невід’ємна частина інформаційного суспільства «здатні змінити головний геополітичний потенціал держави – національний менталітет, культуру та моральний стан людей. Всі ці процеси надають капіталу культури, ... не абстрактно-теоретичне, а стратегічне значення» [15, с. 273]. В цьому ж контексті Х.-Д. Кюблер підкреслює, що «для збереження культурної спадщини функціонують певні правила і канони, але й вони залежні від впливу часу, суспільних факторів та пануючих ціннісних орієнтирів» [5, с. 229-230]. Погоджуємось також із висновками вітчизняного дослідника Л.В. Пономаренко, яка стверджує, що «інформація перетворюється в достатньо ефективну зброю, що здатна знищувати не людей, а механізми регуляції суспільства, насамперед соціокультурні та моральні..., відбувається занепад загальнолюдських цінностей, що з одного боку є загрозою для психічного здоров’я людей, а з іншого – підґрунтям для нівелювання цінностей суспільної моралі» [11, с. 97].

Як відомо, формування, збереження, передача та зміна цінностей здійснюється в процесі комунікації. В умовах побудови інформаційного суспільства та розвитку новітніх інформаційних технологій процес комунікації набирає обертів та спонукає до ґрунтовних досліджень наслідків використання ЗМІК. Результати цих розвідок різні та суперечливі: від всебічного і тотального впливу медіа з деструктивними наслідками до його відсутності, внаслідок розрізненості та фрагментарності конкуруючих між собою джерел; від сприяння позитивному розвитку особистості до її спустошення; від впливу на трансформацію системи цінностей особистості до зміни картини буття та характеру суспільства в цілому тощо. Протиріччя в результатах досліджень впливів ЗМІК, на нашу думку, пов’язані, перш за все, з тим, що медіа – це лише засіб передачі інформації. За якісне наповнення інформаційного змісту та рівень інформаційного впливу несуть відповідальність саме суб’єкти інформаційної діяльності. Ця проблема стосується всіх сучасних засобів масової інформації та комунікації і є справою морально-етичних засад та якісної гуманітарної підготовки кожної особистості як суб’єкта інформаційної діяльності. За визначенням Л.В. Пономаренко, «суспільна мораль – це система етичних норм, правил поведінки, що склалися у суспільстві на основі традиційних духовних і культурних цінностей, уявлень про добро, честь, гідність, громадянський обов’язок, совість, справедливість». В умовах побудови інформаційного суспільства вона як соціальний інститут виконує функцію «природного фільтру». В цьому контексті, варто погодитись з думкою Л.В. Пономаренко, що «сучасні реалії призводять до зміщення акценту домінуючої функції моралі з механізму адаптації до системи захисту від інформації та будь-яких видів продукції, що безпосередньо або опосередковано впливають на формування морального клімату в суспільстві» [11, с. 97].

Загальновизнано, що інформація постійно примножується і кількість її збільшується у геометричній прогресії. Постійне комунікаційне навантаження і перенасичення інформацією призводить до перенапруження та появи «синдрому інформаційної втоми» [7, с. 85]. Ця «недуга» інформаційного суспільства пов’язана з виникненням та потребою переробки великих масивів інформації. До одного із перших симптомів синдрому інформаційної втоми можна віднести «появу ностальгії за дозованим та перевіченим інформаційним репертуаром, тому часто можна спостерігати тимчасові спроби втекти до зон, де відсутні комунікації» [5, с. 228]. В іншому випадку, особистість, яка потребує розумового відпочинку, свідомо обмежує себе розважальним інформаційним продуктом і цим самим формує попит. На думку вітчизняної дослідниці О. Петрунько, «людина інформаційного суспільства з раннього дитинства не лише змушена перебувати у медіасередовищі, створеному нею самою разом з мас-медіями, а й потребує цього перебування». Вона також наголошує, що саме медіасередовище виконує низку важливих функцій для формування особистості та «опосередковує перебіг її соціалізації: інформує про навколишній світ та інших людей, дає альтернативні зразки поведінки в соціумі, уможливорює переживання яскравих емоцій і почуттів, дає змогу виходити за межі буденності й переноситися у принципово інший

альтернативний/віртуальний вимір існування» [10, с. 74]. Отже, можна стверджувати, що в процесі трансформації сучасного суспільства, особистість таким способом на природному рівні захищає себе від небажаних інформаційних впливів та водночас впливає на формування нових суспільних цінностей.

Суб'єкти інформаційної діяльності, прагнучи задовольнити попит на інформацію, використовують різноманітні ЗМІК. Втім, медіа як засоби передачі інформації, суттєвої загрози суспільству не несуть, оскільки, як слушно стверджує західний дослідник Д. Ліллекер: «ЗМІ – це тільки одне джерело впливу із багатьох» [6, с. 162]. Небезпека від різних ЗМІК може проявлятися тільки у тісному взаємозв'язку з інтересами певних суб'єктів інформаційної діяльності. Останні для досягнення своїх інтересів використовують у інформаційно-просвітницькій кампанії різні види комунікацій. У цьому зв'язку, доцільним є аналіз специфіки самих комунікаторів, зокрема, держави, окремих видів медіа-утворень/груп/спільнот і особистостей як активних суб'єктів інформаційної діяльності та ефектів, які вони спричиняють [2, с. 42-43].

У здійсненні інформаційних процесів в Україні суб'єкти інформаційної діяльності вивчають та використовують досвід інших країн. Це, безперечно, корисно, однак варто уникати «калькування» і враховувати особливості свого суспільства. Тому, виключно важливу роль, на нашу думку, має критично-аналітичний підхід усіх суб'єктів та об'єктів інформаційної діяльності, який забезпечує якісна освітня система, зокрема, її гуманітарна складова та медіа-освіта. Інакше, особистість розчиняється в масі, якою значно легше управляти. Принагідно зауважимо, що постійне скорочення годин на вивчення дисциплін гуманітарної підготовки у вищих навчальних закладах може бути *однією із причин* суспільно-політичних криз в країні з непередбачуваним результатом. Класична гуманітарна підготовка є основою збереження цінностей і традицій у суспільстві та має відігравати важливу роль в його розвитку.

Дійсно, за твердженням американського відомого дослідника інформаційного суспільства Е. Тоффлера, відбувається фрагментація суспільства, яка несе з собою диверсифікацію цінностей. Зокрема, вчений підкреслює: «ми присутні при розвалі однастайності. У більшості попередніх суспільств існувало велике центральне ядро суспільно визнаних цінностей. Це ядро зараз скорочується... Вплив іде ззовні через різноманітність, а не зсередини, через єдність. Це пояснює фантастично незлагоджену систему пропаганди, яка силує людський мозок у техноспільнотах – школа, корпорація, церква, засоби масової інформації і мільярд субкультур – всі рекламують різноманітні набори цінностей. Результат для багатьох: «ніщо не підходить» – відношення, яке саме по собі є ще однією ціннісною позицією». Також дослідник підкреслює, що ціннісна система технологічних товариств не має підстав повернення в стан «стійкої рівноваги», тому «для видимого майбутнього ми повинні прийняти більш високу швидкість зміни цінностей» [14, с. 140].

Таким чином, в процесі аналізу *медіа-освіти як цінності* та невід'ємної частини освітньої системи розглянуто *медіа-освіту як систему, медіа-освіту як процес, медіа-освіту як результат*. *Медіа-освіта як система* простежується в одному із основних гасел інформаційного суспільства «освіта впродовж усього життя» та включає сім складових: медіа-освіта дошкільна, медіа-освіта шкільна, медіа-освіта позашкільна, медіа-освіта у вищій школі, батьківська медіа-освіта, медіа-освіта дорослих, медіа-освіта засобами медіа. *Медіа-освіта як процес* виявляється в суб'єктно-об'єктних відносинах учасників інформаційної діяльності й характеризується цілеспрямованими діями та цілями кожного суб'єкта інформаційних процесів. *Медіа-освіта як результат* характеризується збереженням, набуттям, примноженням та передачею якісних цінностей в процесі спільної взаємодії держави, суспільних утворень/груп/соціальних спільнот і особистості.

Медіа-освіта – це державна політика «імунізації» суспільства, спрямована на збереження і розвиток його культурних цінностей, звичаїв та традицій. Вона є важливим

інструментом формування громадянської свідомості та сприяє розвитку критично-аналітичного підходу до сприйняття різних інформаційних процесів і становить важливу складову модернізації сучасної освіти. Медіа-освіта є відкритою і децентралізованою частиною освітньої системи, що досліджує закономірності функціонування ЗМІК та суб'єктів інформаційної діяльності, сприяє формуванню високих естетичних цінностей та суспільної моралі. Медіа-освіта є дієвою для всіх вікових груп та здійснюється впродовж всього життя сучасної особистості.

### *Література:*

1. Біляєва І.І. Вплив загальноосвітніх тенденцій суспільного розвитку на формування і впровадження інформаційної політики України / І.І. Біляєва // Актуальні проблеми міжнародних відносин: збірник наукових праць. – Вип. 81. – Ч. I. – К. – Київський національний ун-т імені Тараса Шевченка Ін-т міжнародних відносин, 2008. – С. 56-60.
2. Іванов В.Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів / В.Ф. Іванов, О.Я. Шкоба // Інформаційне суспільство. – 2012. – Вип. 16. – С. 41-52.
3. Казаков Ю.М. Медіаграмотність сучасного фахівця як компонент професійної культури [Електронний ресурс] / Ю.М. Казаков // Вісник Черкаського ун-ту. – 2008. – № 157. – С. 78-82. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchu/](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchu/)
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (постанова Президії НАНУ від 20.05.10, протокол № 1-776-150) [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://www.ispp.org.ua/news\\_44.htm](http://www.ispp.org.ua/news_44.htm)
5. Кюблер Х.-Д. Міфи про суспільство знань / Х.-Д. Кюблер: [Перекл. з нім.] – К.: Вид. дім Дмитра Бураго, 2010. – 264 с.
6. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Д. Лиллекер: [Пер. с англ.] – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. – 300 с.
7. Матвієнко О.В. Інформаційна культура особистості: освітньо-виховний контекст / О.В. Матвієнко. – К.: Ун-т «КРОК», 2006. – 116 с.
8. Омельченко Л.М. Проблема соціалізації підлітків в Україні / Л.М. Омельченко // Науковий вісник Національного ун-ту біоресурсів і природокористування України / Редкол.: Д.О. Мельничук (відп. ред.) та ін. – К., 2009. – Вип. 137. – С. 121-128.
9. Педагогика: большая современная энциклопедия / Сост. Е.С. Рапацевич. – Мн.: «Современное слово», 2005. – 720 с.
10. Петрунько О. Соціалізаційний потенціал медіасередовища / О. Петрунько // Соціальна психологія. Спецвипуск. – 2007. – С. 71-83.
11. Пономаренко Л.В. Проблеми захисту суспільної моралі / Л.В. Пономаренко // Нові технології навчання. Збірник наукових праць: Шляхи розвитку духовності та професіоналізму за умов глобалізації ринку освітніх послуг / Спецвипуск № 4. – Ч. 1.: Ін-т інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України, Вінницький соціально-економічний ін-т Університету «Україна», Київ-Вінниця, 2007. – С. 96-100.
12. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства / В.И. Сапунов. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 384 с.
13. Тоффлер Э. Революционное богатство / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ПРОФИЗДАТ, 2008. – 569 с.
14. Тоффлер Э. Футурошок / Э. Тоффлер: [Пер. с англ.] – Спб.: Лань, 1997. – 461 с.
15. Фісун А. Політична культура як об'єкт інформаційного впливу / А. Фісун // Сучасна українська політика. – К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012. – Вип. 26. – С. 270-283.
16. Шемшученко Ю.С. Держава / Ю.С. Шемшученко // Політичний енциклопедичний словник / Упорядник В.П. Горбатенко; За ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. – К.: Генеза, 2004. – С. 143-144.



**Билыева И. И. Медиа-образование как ценностно-культурный компонент трансформации современного общества**

*Рассмотрено медиа-образование как ценностно-культурный компонент трансформации современного общества. Охарактеризовано сущность медиа-образовательных процессов и раскрыта степень влияния на них субъектов информационной деятельности. Определено государственную медиа-образовательную политику как средство «иммунизации» общества от негативных последствий информационной деятельности.*

**Ключевые слова:** медиа-образование, ценность, трансформация, информационные отношения, информационная сфера, информационная власть, государственная информационная политика.

**Bilyaeva I. Media education as a value-cultural component of modern society transformation**

*Media education as a value-cultural component of modern society transformation was considered. The essence of media educational processes was characterized and the degree of influence on their subjects of information activities was revealed. The state media-educational policy was determined as means of society's «immunization» from negative consequences of information activities.*

**Keywords:** media education, value, transformation, information relations, information sphere, information power, state information policy.

УДК 329.73 (498=161.2) : (32+008)

**Волощук Юлія Іванівна,**  
кандидат політичних наук, старший викладач  
кафедри політичних наук НПУ імені М.П. Драгоманова

**ДІЯЛЬНІСТЬ СОЮЗУ УКРАЇНЦІВ РУМУНІЇ: ПОЛІТИКО-КУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ**

*У статті аналізується діяльність Союзу українців Румунії по збереженню та розвитку традицій культури української менишини як однієї із основних ознак нації. Характеризуються основні форми роботи, які відзначаються великою чисельністю учасників і найбільше пробуджують національний український дух, особливо серед молоді.*

**Ключові слова:** культура, українська національна менишина Румунії, Союз українців Румунії.

Процес формування націй не міг відбутися без наявності поколіннями сформованої культури. Її зараховують до головних ознак або критеріїв нації. Нація остільки і через це є нацією, оскільки вона виявляє культурно-творчу здатність та захист. У загальному розумінні «культура» означає таку форму життєдіяльності людей, яка, перш за все, фіксує відмінність біологічних, природних форм життя від діяльності людини згідно з її потребами, інтересами, уподобаннями і представлена продуктами матеріального та духовного виробництва, людськими взаєминами, ставленням людини до себе самої. Якісним виміром культури є своєрідність її історичних, національних форм, а також форм суспільної свідомості та діяльності індивідів, соціальних і етнічних груп у їх предметно-практичному та духовному опануванні об'єктивної дійсності. Національна культура є виявом специфіки того чи іншого етносу в сфері культурних досягнень і включає у себе особливості національного менталітету, психології, традицій, мистецтва, міжетнічних відносин тощо. Вона є надбанням історичного розвитку нації, виробленням і закріпленням у свідомості етносу тих рис, які притаманні саме цій, а не іншій нації. Національна культура може бути критерієм ідентифікації нації, але у той же час вона не є суто автономним, ізольованим явищем.