

Список використаних джерел

1. Ветвицький Д. О. Напрями та пріоритети розвитку державної екологічної політики України в умовах глобалізації. *Наукові розвідки з державного та муніципального управління*. 2013. Вип. 1. С. 108–121. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nrzd_2013_1_11.
2. Від практики реалізації природоохоронних заходів до екологічної політики в Україні: шляхи і проблеми: аналітична доповідь / В. Г. Потапенко, А. Б. Качинський [та ін.]; за ред. Ю. М. Скалецького, В. Г. Потапенко. Київ: НІСД, 2011. 31 с.
3. Енергетична стратегія України на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 р. № 1071-р. URL: zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc.
4. Про стратегічну екологічну оцінку: законопроект. URL: <http://www.menr.gov.ua/public/discussion/3656-zakonoprojekt-pro-stratehichnu-ekolohichnu-otsinku>.
5. Качурінер В. Л. Становлення та розвиток політики Європейського Союзу у сфері охорони навколишнього середовища та екологічних стандартів виробництва. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Юриспруденція*. 2013. Вип. 5. С. 326–331. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_jur_2013_5_73.
6. Колесник В. Ю. Поняття та загальна характеристика принципів екологічної політики Європейського Союзу. *Вісник Чернівецького факультету Національного університету "Одеська юридична академія"*. 2012. Вип. 1. С. 130–141. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vchfo_2012_1_15.
7. Мірошніченко О. П. Економічний механізм екологічної політики України та ЄС (порівняльний аспект). *Європейські перспективи*. 2012. № 2 (1). 205–207. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evpe_2012_2\(1\)_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evpe_2012_2(1)_37).
8. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року: Закон України від 21.12.2010 р. № 2818-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>.
9. Трофимчук В. О. Макроекономічні особливості реалізації екологічної політики в сфері поводження з відходами (на прикладі природоохоронних інвестицій). *Економічні науки. Серія: Облік і фінанси*. 2013. Вип. 10 (1). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10\(1\)_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10(1)_65).
10. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. *Inclusive Green Economy*. URL: <http://web.unep.org/greeneconomy/resources/greeneconomy-report>.

Надійшла до редколегії 20.03.2017 р.

УДК 35:316.77

МЕДІАПРОСТІР ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ПОБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Голованова Н. В.,

*аспірант кафедри політології та філософії,
Харківський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України,
м. Харків*

Проаналізовано різні підходи й системи підходів до визначення поняття "медіапростір". Уточнено характер процесів у медіапросторі, риси медіапростору як такого і медіапростору в його зв'язку з соціальним простором. Розглянуто різні моделі глобального суспільства. Наведено кількісні показники впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в Україні у 2011–2016 рр., надано оцінку рішень Уряду щодо інформаційної політики. Удосконалено модель сучасного медіапростору в контексті глобалізаційних процесів і часу.

Ключові слова: медіапростір, соціальний простір, інфосфера, інфоноосфера, соціоінфосфера, техносфера, багатоглибинність, медіаобрази, глобалізація, цивілізація, інформаційні феномени, інформаційна політика.

© Голованова Н. В., 2017

MEDIA SPACE AS AN IMPORTANT FACTOR IN BUILDING THE INFORMATION SOCIETY

Different approaches and systems of approaches to the definition of “media space” are studied. Nature of processes in media space, features such as media space and media space in its relationship with the social space are refined. Different models of global society are considered. Quantitative measures implementing ICT in Ukraine in 2011–2016 are resulted, an assessment of government’s information policy is made. The model of the modern media space in the context of globalization and time is improved.

Key words: media space, social space, infosphere, information noosphere, social infosphere, technosphere, multidimensionality, media images, globalization, civilization, information phenomena, information policy.

Постановка проблеми. Існує проблема розуміння сутності поняття медіапростору як такого у період розвитку суспільства в напрямку суспільства інформаційного (постіндустріального) та постінформаційного. Існують і різні підходи до розуміння концепції інформаційного суспільства. З’ясування цих питань важливо для напрацювання принципів інформаційної політики держави на сучасному етапі, з певною перспективою у часі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У різних аспектах медіапростір досліджується у роботах П. Адамса, А. Аппадурі, Д. Аркілла, П. Бергера, Ж. Бодріяра, Н. Больца, С. Болл-Рокича, А. Бріггза, М. Бугайські, П. Бурдье, Е. Гідденса, Є. Гофмана, М. Дефлюера, І. Дзялошинського, Г. Зиммеля, М. Кастельса, П. Коблі, Н. Коулдрі, П. Лазарсфельда, Г. Лассвела, А. Лефевра, В. Ліпмана, Е. Лоренца, Т. Лукмана, А. Маккарті, Г. Маклюена, Є. Нім, І. Пригожина, Д. Рашкоффа, Д. Ронфледа, П. Сорокіна, Р. Стултса, Ф. Уебстера, М. Уотерса, М. Флера, Д. Фолкхаймера, С. Харрісона, А. Янссона, вітчизняних дослідників М. Бурича, Є. Волакової, С. Грицай, В. Дзюндзюка, А. Зубанової, В. Ільганаєвої, С. Кулібаби, О. Крюкова, О. Петрунька, Т. Піскун, Г. Почепцова, Є. Юдіної.

Метою статті є визначення основних рис концепції глобального медіапростору.

Виклад основного матеріалу. Поняття “медіапростір” (“media space”) стало використовуватися з 1980-х рр. у роботах Г. Маклюена, Р. Стултса і С. Харрісона. В українській науці термін “медіапростір” уведений у 90-х рр. ХХ ст. На думку дослідників, медіапростір – це весь обсяг інформації, що циркулює в інформаційних потоках, і всі засоби трансляції інформації, зокрема бібліотеки, архіви, сховища, ЗМІ, засоби усної комунікації, лекторські зали університетів і академій. Зокрема німецький вчений Н. Больц до предметного поля медіа відніс усне мовлення, писемність, книгу і засоби масової інформації. Виходячи з цього, він вважав, що історія медіа налічує шість епох різної тривалості: усне мовлення – писемність – книга – мас-медіа – діджитал медіа – мережі. Близькими за значенням поняттю “медіапростір” є поняття “інформаційний простір”, “інформаційно-комунікаційний простір”, “гіперреальність”. О. Тоффлер увів поняття інфоноосфери – перехідного етапу на шляху трансформації суспільства до майбутніх цивілізацій, від техногенеза до антропогенезу людської цивілізації. Д. Аркілла виокремлює три варіанти інформаційного простору: кіберпростір, інфосфера та ноосфера, при цьому ноосфера об’єднує всі три простори. Ми пропонуємо розглядати поняття “медіапростір” як найбільш близьке, синонімічне поняттю “ноосфера”.

Існують різні наукові підходи до визначення змісту поняття медіапростору: соціологічний – сукупність засобів соціальної комунікації (П. Бергер, П. Бурдье,

Є. Гідденс, Є. Гофман, Г. Зиммель, П. Лазарсфельд, Г. Лассвел, А. Лефавр, В. Ліпман, Т. Лукман, Т. Піскун, П. Сорокін, Є. Юдіна), психологічний – сукупність засобів психологічного впливу на особистість (Ж. Бодріяр, Г. Маклюен), журналістський – сукупність засобів масової інформації та засобів масової комунікації (М. Бурич), філософсько-культурний і антропологічний – медіапростір як багатоаспектний феномен, який розглядається на різних рівнях і у різних проявах (А. Аппадурі, С. Грицай, А. Зубанова, В. Ільганаєва, С. Кулібаба, Е. Лоренц, І. Пригожин, Д. Рашкофф, Ф. Уебстер, М. Уотерс). Зараз переважає соціологічний підхід до визначення поняття “медіапростір”, але, окрім вищезазначених, все активніше формуються філософсько-когнітивний і нейрофілософський підходи до визначення цього поняття. З одного боку, медіапростір є об’єктом уваги медійників, соціологів, культурологів, психологів, правників тощо, з іншого боку медіапростір сам формує такі сфери, як соціальний простір, культуру, юридичне поле, право тощо.

Дослідники визначають маніпулятивний характер процесів, які протікають у медіапросторі, пластичність медіапростору (визначається тими чи іншими соціальними та політичними структурами), його пов’язаність із соціальним простором. “Створюючи нові умови життєдіяльності соціуму, нова реальність впливає не тільки на його організаційні, комунікаційні особливості, але й на характер суспільних відносин, які стають стрімкішими, медіанасиченішими, розмаїтішими та інтенсивнішими, породжуючи нові соціально-психологічні, інформаційно-психологічні феномени: інформаційні фобії, інформаційні навантаження та напруження, агресію та інформаційні злочини. Такий підхід надає нам можливість розглянути визначення поняття “медіапростір” з позицій його багатоаспектності, синтетичного характеру, складності сучасного інформаційно-комунікаційного простору, який “охоплює кілька середовищ, що утворюють нові умови суспільного життя: техносферу, яка побудована на ІКТ; інфосферу, що базується на інформаційно-мережевих магістралях; соціоінфосферу, яка обіймає будь-які потоки інформації, структури, що їх організують і управляють, створюють їх споживання і впливають на стан соціального інтелекту” [4].

Структурно поняття медіапростору трактується різними дослідниками по-різному. Але, на нашу думку, у всіх визначеннях він є багатоаспектною суперпозицією або відзеркаленням суперпозиції трьох видів просторів: інформаційного, віртуального та фізичного. Про різні принципи підходів до поняття медіапростору (текстоцентричний, структурний, територіальний, технологічний, екологічний) пише Е. Нім і пропонує три виміри медіапростору: медійований простір – “переданий”, який репрезентує простір за допомогою медіа (як фізичний, так і соціальний), є медіаобрази і медіатексти як результат медійного “картографування” реальності; медіатизований простір – будь-який тип соціального простору, що передбачає використання медіа та/або відчуває їх значний вплив, тобто це середовище поширення медійних технологій, що змінюють природу і конфігурацію самих просторів (можна говорити про медіатизацію публічного і приватного простору, політики, релігії, роботи, відпочинку, шопінгу, подорожей тощо); простір медіа (“старих”, “нових”, їх конвергентних форм) – матеріальний простір мас-медійних мереж і потоків (може мати як фізичну, так і “віртуальну” географію). Якщо медійований простір співвідноситься з контентом, медіатизований – із середовищем його розповсюдження та споживання, то медійний простір – це канали виробництва і передачі інформації, тобто самі медіа та система їх взаємозв’язків. Межі між цими трьома вимірами досить умовні. У інформаційному суспільстві медіа втрачають свою автономність від суспільства і “розпорошуються” в соціальній реальності, насичуючи її цифровими образами й наративами [7].

За Н. Коулдрі та А. Маккарті, медіапростір – це діалектичне поняття, що відображає як медіаформи виробляють і одночасно самі виробляються існуючим соціальним простором. Крім того, це поняття, яке має кілька вимірів. З одного боку, медіапростір матеріальний і складається з об'єктів (приймачів, дисплеїв, кабелів, серверів, передавачів), “вбудованих” в географічно конкретні структури влади і сегменти економіки. З іншого боку, вже стало звичним підкреслювати “віртуальність”, “примарність” і ефемерність медіапростору (особливо кіберпростору) на противагу “реальності”, його віддаленість від матеріального плану існування.

За Д. Фолкхаймером і А. Янссоном, медіапростір і комунікації треба розглядати у трьох вимірах: ідеологічному та політичному, технологічному, текстуральному (матеріалізація простору за допомогою культури, – тут відчутний вплив ідей А. Лефевра, І. Гофмана, Е. Гідденса).

Метод дослідження медіапростору як топологію медіакомунікацій пропонує П. Адамс [7].

До поняття медіапростору у контексті теми спілкування і розуміння ми звернулися як до “надструктури буття” і показали: з медіапростором, на нашу думку, пов'язані на рівноцінних суб'єктно-об'єктних засадах (і медіапростір у певній мірі є їх складовою) простори: геополітичний, лінгвістично-мовленнєвий, соціокультурний і націєутворюючий, науковий, психологічний, простір пам'яті й забуття, небуття та інформаційної викривленості, етнонаціональний, віртуальний і его-простір, особистісний простір, сюрреалістично-іраціональний (казка, фантастична гіперреальність, любов, фашизм тощо). Меншою мірою “над” особистістю (ззовні та зсередини, як тотальність, яка репресує) стоїть простір контексту іншого, іншості, простір дискурсів. Органічні – простір релятивної відстані для усамітнення-споглядання, простір контрасту (наші терміни). Також не занадто тотальними, а більш звичними, ніж наведені вище, хоч і проблемними, для людини є простори монетарний, сексуальний, простір умовностей, побутовий, мас-медіа, динамічний тощо. Всі вищеназвані складові хвилеподібно, кожна у різній мірі, здатні давати безліч варіантів картинок-суперпозицій – контекстів і варіантів. У статті розглянуті моделі комунікації як складової медіапростору, наведені праці авторів з цього питання [3].

Для медіапростору характерні: поліфункціональність і поліструктурність; “перетинання” функцій і структур, труднощі визначення структур; рухливість хвиль медіапростору; розподіл у просторі й розмитість різних смислів; неприступність для безпосереднього спостереження; висока адаптивність нових смислів; людиноцентризм; безмежність (регулюється так званими конвенціональними межами, пов'язаними з державною чи військовою таємницею тощо) [8, с. 202–206; 13; 15].

Інформаційним потокам, які формують медіапростір, притаманні універсальність – інформація не знає державних кордонів і ніяких інших меж; безмежність – інформація має кумулятивну властивість постійного накопичення і самовідновлення; ієрархічність – інформація має ієрархічну структуру й тенденцію до переходу на більш високі рівні ієрархії та до збільшення кількості нових зв'язків; адресність – інформація завжди пов'язана з деяким матеріальним носієм; направленість – від об'єкта до суб'єкта; безперервність; унікальність і багатоманітність. Інформація – це двигун розвитку, неспокій матерії [12, с. 35–78].

Інформація, на нашу думку, з'являється як: трансляція фактів, реальних і нереальних (про предмети, людей, події); трансляція результатів роздумів і аналітичної роботи; думка мовчки внаслідок аналізу у стані мовчання; обмежена трансляція думок (наприклад, за умов секретності чи у стані опору офіційній точці зору, у підпіллі); як така, що вже існує (у загублених архівах тощо),

або є припущення, що існує, але не знайдена чи не відновлена; як набір гіпотез, що можуть чи не можуть бути підтвердженими; твір мистецтва, реклами, сон, мрія, релігійний міф, фантастика тощо.

Медіасфера інтегрується в соціальне середовище й пропагує широкій аудиторії зразки високої класики, культурні, духовно-ціннісні і освітні стандарти. Звідси особлива роль книжності і друкованого слова. Глобальний медіапростір є відкритим для людської взаємодії, що розширює межі світу особистості і її можливостей до глобального електронного конференц-залу, планетарної екосистеми, – це є засадами ціннісної трансформації ноосфери, розвитку нових ідей духовної культури. Осмислення проблем занурення світу реального в цифровий віртуальний світ свідчить, що триває формування нового базового медіапростору – реаловірту – тривимірного світу безмежних можливостей і властивостей, йде процес його стрімкого розширення на основі створення нової системи відтворення сигналів, руху інформаційних потоків. Одночасно будучи і результатом, і стимулом процесу глобалізації, медіапростір усуває всі традиційні обмеження фізичного простору, скасовує будь-яку географічну віддаленість; подальша глобалізація розкриває перед людством унікальні інформаційні, освітні, наукові та культурні можливості, формуючи людину медійну і нову, медійну цивілізацію.

М. Бугайські, аналізуючи вплив медіапростору на мову, пише, що нині “розповсюдження отримує тільки один універсальний різновид мови, який можна назвати “медійним”. Це і “новомова”, незрозуміла та запутана, і вживання табуованої та зниженої лексики, некогерентні вислови та суперечливі повідомлення, і повторення певних комбінацій слів, що мають пропагандистський зміст і спричиняють ефект навіювання [2, с. 20].

Глобальний медіапростір надає новій реальності (інформаційному суспільству) нових рис, адже “його особливості – віртуальність, множинність смислів і мультипарадигмальність, гіпер- (полі-, макро-, мульти-) текстуальність, анонімність (відчуження від авторства), інтерактивність, міфологічність, нестабільність (турбулентність), агресивність, стресогенність (афективність, тривогогенність), висока маніпулятивна спроможність та деякі інші – дають підстави говорити про нього як про агресивне, здатне чинити явний і прихований психологічний тиск на тих, хто перебуває в сфері його впливу. За певних умов у ньому можуть активуватися чинники, які можуть руйнувати окремі його структури і/або ініціювати їх саморуйнування” [9, с. 187].

Специфіка дослідження медіапростору з точки зору науки державного управління визначається у процесі розмежування його предмета з предметами аналізу медіатеорії та комунікативних наук. “У найбільш загальному вигляді ця предметність проявляється у тому, що соціальна філософія не аналізує медіапростір з погляду його інструментально-фізичної наповненості, як конкретні наукові дисципліни щодо медіа. Її основним предметом є визначення медіальності та її значенневого змісту з погляду соціальних суб’єктів, а також загальної атрибутивності медіальності соціальному простору. У цьому зв’язку найбільш загальними предметами соціально-філософського дослідження медіапростору є медіатекст у соціокультурному контексті та реальність медіапростору з погляду його впливу на формування соціальної реальності і картини світу людей” [5].

Розвиток медіапростору є складовою інформаційної політики держави. У свою чергу, характер сучасного медіапростору дозволяє нам говорити про те, що і медіапростір визначає інформаційну політику. Адже інформаційна політика працює р такими чутливими сферами, як контент, суспільні цінності та характер суспільства.

Обопільно зворотній зв'язок “медіапростір-нова реальність” розвиває і реальність, і медіапростір.

Ось визначення сучасної доби – доби “суспільства, яке змінюється”:

- “епоха невизначеності” (Юрген Габермас);
- “світ, який втікає” (Ентоні Гідденс);
- “кінець відомого світу” (Іммануїл Валлерстайн);
- “світ сучасності, що тече” (Зігмунт Бауман) [6, с. 12].

Західні соціологи представили образ існування світу у чотирьох моделях:

- історико-соціологічна генералізація інформаційного суспільства;
- інформаційне суспільство як соціально-інженерний проект;
- інформаційне суспільство як техніцистський ідеал;
- інформатизація західного товариства як глобальна інтеграція [1, с. 231, 234–237, 270].

Маємо зокрема такі визначення інформаційного суспільства:

- комунікаційне (Р. Брейтенштейн);
- наукове, знань, творче (М. Понятовський та ін.);
- багатоканальне, телематичне (Д. Мартін, М. Понятовський).

Згідно з Д. Пелтоном, визначати медіапростір буде синтез думок письменників і філософів, таких, як М. Вебер, Т. Веблен, С. Гедіон, Д. Мітрамі, В. Феркис, Е. Хаас, О. Шпенглер [1, с. 255–258, 271].

За прогнозами деяких вчених, медіапростір майбутнього у великій мірі визначатиме комунікація одинаків. Такі явища, як одинак і як віртуальна комунікація матимуть, на нашу думку, і позитивні, і негативні наслідки. Це буде потужне творче поле, творчий простір. Час втратить категорію обмеженості, необмеженими будуть і думка та можливість думати, зосереджуватися. Та П. Блонда бентежить атомізація людини й життя, – він вважає, що це полегшує керування нею. Людина перебуває в полі масової комунікації натомість живої, міжособистісної [10].

Характеризуючи інформаційне суспільство, американські соціологи та політологи говорять про “теледемократію” та повернення влади людям, про тісний зв'язок народів (Д. Мур, Г. Краух, М. Лейвер, Г. Робінсон, Д. Рубенс).

Разом із тим, ми можемо говорити тільки про перспективи інформаційного суспільства, а не про перспективи інформаційної цивілізації, бо саме поняття людської цивілізації пов'язане з соціальною формою матерії взагалі і не може бути якоїсь комп'ютерної цивілізації, навіть високорозвиненої, адже це була б штучна ера – замітник людства. Натомість високий техніко-технологічний рівень розвитку людської цивілізації свідчатиме про високий розвиток третьої форми матерії – соціальної. У світі відомі соціально-інженерні проекти: “TAMAMA-CCIS” та “Hi-Ovis” (Японія), “TELIDON” (Канада), “TERESE” (Швеція) та ін. Це свідчить про те, що і медіапростір буде певною мірою розвинений і максимально наближений до соціального. При цьому важливі освіта (вона зсередини дає цілісність духу, самоутворення людини) і когнітивний розвиток як основа формування образу світу [1, с. 259–266, 274–289]. Французький історик Л. Февр: “Цивілізація – це рівнодіюча сил матеріальних і духовних, інтелектуальних і релігійних, які діють у цей відрізок часу у цій країні на свідомість людей” [14, с. 1–3].

Основною умовою глобалізації є формування єдиного політичного простору, який, у свою чергу, повинен забезпечити вироблення єдиної політичної мови, яка б слугувала основою взаєморозуміння між світовими культурами. Потрібний новий проект світоустрою, який базується на екзистенціалізмі “передчуття та відчуття ризику”. Нові форми організації життя трансформують державний примус у форму експертного управління суспільством і у

різновид епізодичної комунікації, заснованої на політичному виборі людини. При цьому комунікація – одна з основ медіапростору – має не допоміжно-технічний характер, а є системоутворюючим елементом політики. Набирає силу медіакратія. І якщо на Заході вона стримується традиціями демократичного діалогу влади і суспільства, відповідальністю еліт, то в Україні посилення медіаполітичних способів управління державою, по суті, нічим не обмежені [3, с. 7–15].

Передумовами формування глобального інформаційного суспільства вчені бачать: глобальний соціальний міф; єдиний експертний простір (створення єдиної концепції світу, нова трансцендентна цілісність); мережеве суспільство.

Виникають горизонтальні (на рівні й у межах держав) і вертикальні зв'язки (між державами). З іншого боку, зростає кількість ефективних вирішень на рівнях, нижчих за національний. Відбувається ерозія національної держави. Маємо нову глобальну систему, для безпечності якої важливе прийняття паритетних цінностей у форматі діалогу та компромісу [6, с. 15–23].

Час стає життєзберігаючим ресурсом, одним зі співмеханізмів утворення майбутньої цивілізації, невидимою “канвою, на яку наноситиметься творчий візерунок інтелекта” (Й. Масуда). Згідно з теорією Масуди інформаційне суспільство розшириться до міжнародного масштабу, встановиться система ГПІ – глобального інформаційного простору [1, с. 267–271].

Національна держава у сучасному світі справляє вирішальний вплив на еволюцію системи міжнародних відносин. Один із прикладів – Україна у світовому політичному й медійному просторі 2014–2016 рр. (дипломатичні та професійні зв'язки України за США, Європою, Ізраїлем тощо, телерадіомости за участю різних країн світу, спільні галузеві проекти, воєнне співробітництво).

Але є певні кількісні показники розвитку України в контексті інших країн. За результатами міжнародних досліджень рейтинги України за окремими індексами, що стосуються впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, становлять (2011–2016 рр.):

- глобальний індекс конкурентоспроможності 2011-2012 (WEF Global Competitiveness Index) – 82 місце зі 142 держав; 2015-2016 – 79 місце зі 140 держав, 2016-2017 – 85 місце зі 138 держав [17, с. 23];

- індекс технологічної готовності 2011-2012 (WEF Technological Readiness Index) – 82 місце зі 142 держав;

- індекс мережевої готовності 2011-2012 (WEF Networked Readiness Index) – 75 місце зі 142 держав, 2015 – 71 місце зі 143 держав, 2016 – 75 місце зі 151 держави [16];

- готовність уряду (Government readiness) – 122 місце зі 138 держав;

- використання урядом інформаційно-комунікаційних технологій (Government usage) – 75 місце зі 138 держав;

- рейтинг за електронною готовністю 2010 (EIU eReadiness Ranking) – 64 місце зі 70 держав;

- індекс електронного уряду ООН 2012 (UN e-Government Index) – 68 місце зі 193 держав, 2016 – 62 зі 193, за інформацією від 04.08.2016 р. готовність е-уряду України на 23 % перевищила середній показник готовності по ООН [11–18].

Проблеми, пов'язані з об'єктивними процесами, що відбуваються в медіапросторі:

- загроза інформаційного потопу, тобто неконтрольованого збільшення кількості інформації, що робить практично безглуздими спроби управляти інформаційними процесами;

– формування нового глобального медіапорядку, де основними суб'єктами, що беруть участь у виробництві контенту і регулюванні інформаційних процесів, буде виступати дуже обмежене коло транснаціональних корпорацій;

– наростання інформаційної та комунікаційної нерівності як між країнами, так і між регіонами, соціальними групами та індивідами;

– підвищення залежності соціальних інститутів і людей від засобів масової інформації.

Україна останніми роками зазнала втрати конкурентоспроможності. За умов негараздів економічної глобалізації (надвиробництво, надспоживання, фіктивні гроші) і такої загрози, як воєнна експансія, Україна мусить виробляти інформаційну політику з урахуванням цих загроз. За умов ущільнення ноосфери, динамізму глобального медіапростору, насичення простору соціальними змістами маємо простір будь-якого дискурсу як частку медіапростору – багатоемоційний, полілогічний, полізмістовний, і вже класичні філософські підходи не справляються з синтезом цієї сутності та описом медіапростору як єдиного цілого; немає одного консолідованого опису, немає єдиної конгломератної програми, такого простору немає в природі – як єдності. Тут потрібні підходи й методи постнекласичних наук.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок.

Медіапростір пов'язаний із соціальним простором. Нові умови життєдіяльності соціуму породжують нові інформаційні феномени. Поняття “медіапростір” набуває багатоаспектного характеру й охоплює кілька середовищ: техносферу, інфосферу, соціоінфосферу. Існують різні підходи до визначення інформаційного простору як такого. Відповідно медіапростір визначають: синтез “людини, яка слухає” і “людини, яка дивиться”; суспільство, яке змінюється; зворотній зв'язок; творчість кожного і розвиток наук, перебіг дійсності в майбутнє; руйнація старих кордонів, поліцентричність, глобалізація; універсальність і багатоманітність, нескінченність і динамізм інформації; теледемократія, повернення влади людям, тісний зв'язок народів; високий розвиток третьої форми матерії – соціальної. Із медіапростором як “надструктурою буття” пов'язані на рівноцінних суб'єктно-об'єктних засадах інші простори. Пропонуємо розглядати поняття “медіапростір” як найбільш близьке, синонімічне поняттю “ноосфера”. Таке його розуміння відповідає глумаченню поняття “медіапростір” в умовах глобальної реальності. Ноосферний підхід є продуктивним у визначенні глобального та національного у інформаційній політиці держави, у розширенні задач інформаційної політики як домінуючої та формуючої політики, відповідно у системному аналізі конкретних кроків уряду, у тому числі у неінформаційній сфері.

Список використаних джерел

1. Александровская В. Идеальный образ: Концептуально-психологические векторы исследования: монографія. Сумы: Университетская книга, 2015. 340 с.
2. Бугайски М. Язык коммуникации = Jezyk w komunikowaniu / пер. с польск.; науч. ред. канд. филол. наук А. А. Киселева. Харьков: Гуманитарный Центр ; Артеменко Э. Г., 2010. 544 с.
3. Голованова Н. Міжнародний діалог як складова медіа простору. *Державне будівництво*. 2016. № 1. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2016-1/doc/1/07.pdf>.
4. Грицай С. Визначення поняття “медіа простір” з позицій міждисциплінарного підходу. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 36. С. 235–243. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2012_36_27.
5. Довгаль С. Медіапростір як предмет соціально-філософського дослідження. Дніпро: Грані, 2012. № 3. С. 67–69.
6. Князев В., Бакаєв Ю., Василевська Т. та ін. Філософські проблеми державного управління. Київ : НАДУ, 2012. 52 с. URL: http://www.academy.gov.ua/%5CNMKD%5Clibrary_nadu%5CNavch_Posybniky%5C1ccac80d-0edf-4c8a-97c1-7223d3f957c0.pdf.

7. Нім Е. Медиапространство: основные направления исследований. *ВШЕ: Бизнес. Общество. Власть*. 2013. № 14. URL: <https://www.hse.ru/mag/27364712/2013--14/83292427.html>.
8. Павлюк О. Екологія інформаційного простору України: проблеми дослідження. *Сучасна українська держава: Вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів*: Всеукр. наук.-практ. конф., 13 лютого 2016 р. Одеса, 2016. 226 с.
9. Петрунько О. В. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі: монографія. Полтава: ТОВ НВП "Укрпромторгсервіс", 2010. 480 с.
10. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: ВД "Києво-Могилянська академія", 2015. 497 с.
11. Розпорядження "Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні" від 15.05.2013 р. № 386-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80>.
12. Романенко В., Нікітенко Г. Научные и педагогические вызовы начала XXI века. Предварительный анализ / LAP Lambert Academic Publishing. Київ, 2012. 152 с.
13. Тоффлер А. Футурошок / пер. з англ. Санкт-Петербург, 1997. С. 60–72, 139–165.
14. Удовик С. Л. Глобализация. Семиотические подходы. Киев: Ваклер, 2002. 480 с.
15. Хашишва Л. В., Єгіозар'ян А. Г. Еволюція методів урядування та розвиток проблемних політичних мереж на рівні Європейського Союзу. *Теорія та практика державного управління*. 2015. Вип. 3 (50). С. 187–192.
16. Global Information Technology Report 2016. 2016. URL: <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/networked-readiness-index/>.
17. Schwab K. The Global Competitiveness Report. *World Economic Forum 2016–2017*. Published 28 September 2016. 400 p. URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf.
18. Ukraine 23 % higher than world average in UN e-Government development index. 04.08.2016. URL: <http://dhrp.org.ua/en/news/1381-20160804-en>.

Надійшла до редколегії 22.03.2017 р.

УДК 35.071.2

СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ е-ВРЯДУВАННЯ ЯК ОСНОВА МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Забейворота Т. В.,

здобувач кафедри політології та філософії,

Харківський регіональний інститут державного управління

Національної академії державного управління при Президентові України,

м. Харків

Здійснено концептуальний аналіз модернізації системи державного управління з метою підвищення його ефективності. Досліджено сучасні концепції електронного врядування у порівнянні з іншими провідними моделями державного управління.

Ключові слова: модернізація, ефективність, New Public Management, Good Governance, e-Government, e-Governance.

Zabeivorota T. V.,

Seeker of PhD Degree, Politology and Philosophy Department, KRI NAPA, Kharkiv

MODERN CONCEPT OF e-GOVERNANCE AS TOOL FOR PUBLIC ADMINISTRATION MODERNIZATION

The conceptual analysis of the modernization of public administration is considered in order to increase its effectiveness. We study the modern concept of governance, which can serve as a benchmark of state-legal reforms and determine the nature of the modernization of public administration.

Key words: modernization, effectiveness, New Public Management, Good Governance, e-Government, e-Governance.

© Забейворота Т. В., 2017