

9. Політологія: Посібник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. О. В. Бабкіної. – К.: Видавничий центр «Академія», 1998. – с. 369.

10. Положення про Міністерство інформаційної політики України. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України № 2 від 14 січня 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/documents/7.html>. – Заголовок з екрана.

11. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – 663 с.

12. Синєокий О. В. Інформаційне право України та електронне право високих технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/books/2010/10sovipu.pdf – Назва з екрана.

13. Соснін О. В. Проблеми державного управління системою національних інформаційних ресурсів з наукового потенціалу України: Монографія. – К.: Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2003. – 572 с.

-----***-----

*Д. В. Іванов,
аспірант Міжрегіональної
Академії управління персоналом*

ШЛЯХ ДО СУСПІЛЬСТВА ЗНАНЬ: РОЛЬ СУСПІЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ У ПИТАННІ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Принцип свободи інформації породив різного роду явища, що стимулюють суспільний поступ, розвиток людини та її колосальний вклад у власний економічний добробут, а також добробут держави, капіталу інших.

Мотивація людини працювати, йти вперед, не шкодуючи свого здоров'я та вітальної енергії, має своїм джерелом не тільки потребу самореалізації, бажання забезпечити своєму потомству високі стандарти життя, але й міфи.

Міфи такі стали елементом повсякденності, вони є також відповіддю на базові потреби людини щодо впорядкування реальності, впорядкування світу.

Особливістю міфів у інформаційному суспільстві є штучне їх створення на замовлення. Замовниками виступають держава, капіталісти або ж комерційні структури, що відстоюють власні інтереси. Суспільство і людина у даному випадку мають пасивну роль веденого, а не ведучого.

Ключовою проблемою тут не є предметне ставлення до людини і суспільства, але той обман, що здатен «поламати» людині життя. Міф виступає вказівником на дорозі, який вказує хибний шлях подорожньому, адже вказівник поставлено для досягнення цілей замовника.

Віра у міфологічну природу явищ, у чудо була історично обумовлена для мотивації людей до роботи, яка не коштувала тих затрат, які в неї вкладали. Нинішні міфи є більш розгалуженими, за рахунок окремої людини вони слугують розвиткові економіки, її безперервному рухові.

Міфами, як і чутками, світ повниться і живе. Їх поширюють як пересічні люди, які просто повторюють гарну ідею, гарний лозунг, так і ЗМІ: газети, Інтернет, радіо і телебачення. До останніх двох (радіо і телебачення) ступінь довіри завжди був найвищим, тому вони виступають головними підприємствами-продуцентами міфів. Міфи як взаємодоповнюють один одного, так і конкурують між собою.

Для інформаційного суспільства взагалі властивий елемент конкуренції інформації та джерел інформації, і конкуренція ця має становити базу для об'єктивності інформації. Проте автор дійшов до висновку, що джерела ці обмежені і вони не можуть забезпечити безсторонність інформації, можуть лише відстоювати інтереси різних груп, що борються між собою та мають активи (ресурси) для такої боротьби. Цю тезу підкріплює вже доведена у статтях автора позиція щодо

асиметричності медіаринку, структура якого будується за правилами домінації на ньому приватного сектору. Така асиметрія вказує на недосконалість нинішніх розв'язань побудови медіаринку в цілому в світі. Усунення цієї недосконалості пов'язано з переходом від інформаційного суспільства до суспільства знань, розумного суспільства. З таким переходом пов'язується і боротьба з міфами, що продукують державні і комерційні ЗМІ.

Розв'язання проблеми міфів переплетено з авторськими поглядами щодо визначення місця суспільного телебачення і радіомовлення на медіаринку, реформою медіаринку та розумінням природи суспільного телерадіомовлення.

На думку автора, незмінною метою суспільного телебачення і радіомовлення є служіння людині та її розвитку. Основними завданнями такого мовлення мають виступати: просвітництво (поширення знань) і створення програм для формування у людини системи орієнтації у світі, освіта за допомогою програм розважального змісту, розвіювання міфів, створених приватними ЗМІ та державними ЗМІ, створення безпечного для дітей контенту.

Для реалізації авторського підходу щодо суспільного телебачення і радіомовлення і створення такого мовлення в Україні необхідно здійснити реформу медіаринку, змінивши його структуру. Така необхідність обумовлюється тим, що суспільне телерадіомовлення у світі зараз фактично відіграє роль державного мовлення. У нинішніх концепціях суспільного мовлення і законодавствах (у тому числі України) змішано державний та суспільний інтереси і, як правило, таке мовлення реалізує державну інформаційну політику. Тому, зважаючи на асиметричність медіаринку, з метою його зрівноважування (нині він приватноорієнтований) є необхідність у створенні окремо державного телерадіомовлення і окремо суспільного.

Таким чином, з суспільного мовлення буде знято тягар відстоювання державних інтересів і воно здатне буде служити людині та виконувати завдання, вказані у авторській концепції суспільного телерадіомовлення.

Зв'язок авторської концепції суспільного телерадіомовлення з питаннями трансформації інформаційного суспільства у суспільство знань, проглядається у позитивістському підході до реалізації суспільним мовником його місії. Тобто, якщо коротко сформулювати, роль і завдання суспільного мовника - базуючись на наукових, доведених знаннях створювати і поширювати свої програми. Такий підхід пояснюється тим, що в інформаційному суспільстві потреба впорядковувати світ полягає у роботі з впорядкування інформації – тобто, знання є, їх потрібно селекціонувати та систематизувати і донести до аудиторії. Цінністю є вже впорядковані та перевірені знання (наукові). Позитивістсько-орієнтована інформація, в значенні перевірених фактів про світ, місце людини у світі, людей як виду, інтеракції між людьми, розвитку людини, філогенезу, онтогенезу, опису природи та соціальних явищ і т.п., має поширюватися для цілей розвитку людини та створення розумного суспільства знань. Тут мова не йде просто про доступ до інформації, який у інформаційному суспільстві має досить сприятливий режим, але про селекціоновану (вибрану), науково доведену інформацію, поширення якої сприятиме розвитку людини, процесу пошуку нею ідентичності, її становлення як людини розумної, відповідальної, розуміючої навколишній світ. Безперечно, у цей процес в жодному разі не можна допустити ані державу, ані капіталістів з їхніми інтересами. Лише за таких умов інститут суспільного мовлення зможе створити базу знань та поширювати її у формі, доступній для кожного. Для суспільних трансформацій мовник повинен також розвіювати міфи, розповідаючи про їхню мету, стимулювати медіаграмотність і критичність, недовіру і несприйняття брехні і маніпуляцій, які лунають від приватних та державних мовників.

Такою вбачається роль та завдання для суспільного мовлення у справі трансформацій інформаційного суспільства у суспільство знань.

У випадку реалізації наведеного вище буде також втілено в життя ідею рівності доступу до знань. Це стане ще одним кроком у бік розвитку у напрямку розумного суспільства, суспільства знань, адже кожен зможе отримати дійсно ґрунтовну наукову інформацію у доступній формі, і за бажання та тям почати будувати свій світогляд, орієнтуючись на обґрунтовані, науково доведені факти, фундаментальні знання, а не на брехню політиків, пропаганду та міфи, поширені державним і комерційними мовниками. Саме орієнтація на наукові факти, науковий світогляд, на думку автора, і є основою формування суспільства знань. Таким чином, в питанні формування світогляду людини суспільне телерадіомовлення у суспільстві знань частково візьме на себе роль школи, університету та родинного виховання.

Запровадження авторської концепції суспільного телерадіомовлення може відіграти одну з ключових ролей в питанні поширення знань, оскільки вона повністю компатибельна (підходяща) ідеї «освіти впродовж всього життя», базової для концепції суспільства знань. Крім того, саме телебачення і радіомовлення, як засоби масової інформації, є найбільш пасивним джерелом поширення інформації, таким, що не потребує великих затрат на пошуки і ставить адресата у пасивну роль слухача/глядача, який споживає уже створений контент. Це повністю співвідноситься з ідеєю селекції наукової інформації і усуненням інформаційного сміття (адже для розумного суспільства характерний швидкий темп життя а часу для селекції обмаль), ідеєю довіри аудиторії до суспільного мовника та ідеєю безпечного контенту суспільного мовника. Наукова інформація і позитивістський підхід забезпечать не тільки реалізацію цих базових принципів суспільного мовлення, але і

сприятимуть популярності цього телерадіомовлення, що в свою чергу вирішить проблему повноцінного його фінансування.

Доступність інформації (у тому числі її зрозумілість, що реалізується через простоту викладення) – принцип класичної концепції суспільних ЗМІ, також абсолютно відповідає цілям поширення знань (просвітництва) та ідеї «освіти впродовж всього життя». З огляду на цю ідею, одне з ключових завдань суспільного телерадіомовлення у суспільстві знань можна сформулювати як лозунг: «забезпечувати освіту впродовж всього життя, доступну для кожного».

-----***-----

*О. Г. Радзівська,
с.н.с., НДІП НАПрН України*

ІНФОРМАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ДИТИНИ У СУСПІЛЬСТВІ ЩО ТРАНСФОРМУЄТЬСЯ: ОГЛЯД СТАНУ

Ще у далекому 1983 році Й. Масуда стверджував, що зміна цінностей у новому суспільстві матиме такий сильний вплив на людство, що значно змінить не лише наше мислення та спосіб поведінки, але й концепцію світосприйняття [1]. Уже сьогодні ми маємо можливість у повній мірі підтвердити висловлювання вченого, спостерігаючи за розвитком соціальних, комунікативних, економічних та інших взаємозв'язків між людьми в умовах надзвичайно швидкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та підвищення ролі інформації у житті кожної особистості на Землі. Інформація сьогодні стає важливим суб'єктом у житті сучасного суспільства. Її накопичення, миттєва передача та трансформація робить можливим покращення матеріального життя людства за рахунок інноваційного розвитку сучасних технологій. Потоки інформації формують громадську думку, ставлення людей до того чи іншого предмета чи явища, мають здатність до різного роду інформаційних впливів. З іншого боку інформація залишається