

Е. В. Волоткозаступник директора
з соціально-виховної та профорієнтаційної роботи
Інституту економіки
Класичного приватного університету

ФОРМУВАННЯ МЕДІАОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ – ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА ЗМІ

У статті розглянуто особливості формування медіаосвітнього простору як напрямку реалізації взаємодії органів державної влади та ЗМІ. Визначено особливості взаємовідносин органів державної влади та ЗМІ в умовах кризи довіри до журналістики та зростаючої популярності альтернативних джерел інформації. Зазначено, що під впливом соціальних медіа стрімко змінюються культурні стандарти й норми масової культури, перш за все це стосується молодіжної когорти. Соціальні медіа нині стають додатковим майданчиком для комунікації та інструментом прямого звернення політиків до громадян для досягнення державних цілей.

З'ясовано, що на сучасному етапі співпраця між органами державної влади та ЗМІ будується з огляду на розуміння того, що влада не може проводити ефективну політику без оперативного висвітлення своєї діяльності, а ЗМІ необхідний безперешкодний доступ до інформації, що має державну значимість. Наведено механізми взаємодії ЗМІ, суспільства й держави. Проаналізовано основні напрями ЗМІ щодо оптимізації інформаційного впливу. Зазначено принципи, що забезпечують встановлення конструктивного діалогу та партнерських відносин з інституційними структурами громадянського суспільства.

Наведено результати впровадження медіаосвітнього факультативного курсу «Інформаційне забезпечення податкової освіти», завдяки якому майбутнім економістам стала зрозуміла позиція держави щодо обов'язку зі сплати громадянами податків, зросла зацікавленість нормативно-правовою базою, у студентів змінилося ставлення до ЗМІ, а найголовніше, у кожного з'явилася своя особиста позиція щодо комунікаційної взаємодії в трикутнику «державна – масмедіа – громадянин». Доведено, що медіаосвітній простір як спеціально організований простір вищої освітньої установи сприяє не тільки медіаосвітнім результатам, але й результату впливу на особистість майбутнього спеціаліста, а також дає змогу для формування у нього таких якостей особистості, як ініціативність, відповідальність, рефлексія, самооцінка й самоконтроль, готовність до самоосвіти, саморозвитку та самовдосконалення, що є цінним з позицій сучасного роботодавця.

Ключові слова: медіаосвітній простір, засоби масової інформації, органи державної влади, медіакомпетентність, громадськість, медіакультура.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство нині можна назвати інформаційним. Стрімкий розвиток цифрових аудіовізуальних ресурсів, інформаційно-телекомунікаційних технологій, соціальних сервісів та засобів зв'язку, а також їх активне впровадження в сучасну освіту актуалізує необхідність реалізації та розвитку медіаосвіти, завданням якої є формування насамперед медіакультури молодого покоління.

Медіапростір перетворився на важливу складову функціонування сучасного суспільства. Треба визнати, що сьогодні, як ніколи, він трансформує людську свідомість, спрямовуючи

дію не лише на загальнолюдські ціннісні орієнтації, але й на специфічні прояви національних особливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зростаюча роль медіапростору в сучасному світі спричинила підвищений інтерес учених до вивчення цього феномена з наукової точки зору. Питанням взаємодії органів державної влади й засобів масової інформації присвячені праці вітчизняних вчених, зокрема роботи В. Здорогеви, О. Копиленка, В. Лизанчука, В. Миронченка, А. Москаленка, Г. Почепцова, В. Різуна, А. Чічановського, В. Шкляра, В. Воробйова,

Т. Добросколонської, К. Маркелова, Л. Мухамедової, В. Попова.

Метою статті є аналіз особливостей формування медіаосвітнього простору як пріоритетного напрямку реалізації ефективної взаємодії органів державної влади та ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. Інформаційна сфера стає одним з найважливіших об'єктів державного управління. Основним інструментом державного управління інформаційною сферою є державна інформаційна політика. Комунікаційний потенціал державної влади полягає не тільки в наявності ефективних інформаційних каналів, за допомогою яких влада може пояснювати суспільству свої рішення, але й у встановленні зворотного зв'язку із суспільством, що дає змогу чути запити різних соціальних груп, аналізувати й коригувати державну інформаційну політику.

Взаємовідносини влади та ЗМІ здійснюються за рахунок прес-служб, створених в органах влади. Ці відносини багатопланові та можуть мати безліч форм (як конфронтації, так і позитивної взаємодії). Здебільшого основною формою взаємовідносин є конструктивний діалог. На сучасному етапі співпраця між органами державної влади та ЗМІ будується з огляду на розуміння того, що влада не може проводити ефективну політику без оперативного висвітлення своєї діяльності, а ЗМІ необхідний безперешкодний доступ до інформації, що має державну значимість. ЗМІ оперативно висвітлюють роботу органів державної влади, будучи посередником між суспільством та державою. Сьогодні, коли майбутнє влади багато в чому визначається громадськістю, діяльність ЗМІ стає вирішальною. Лояльні масмедіа стають для держави одним із факторів стабільності, надаючи їй право розраховувати на політичне довголіття. ЗМІ чекають від держави свободи слова та фінансової підтримки, що є одним з найважливіших стимулів їх діяльності [1, с. 132].

Вивчення взаємовідносин органів державної влади та ЗМІ в умовах кризи довіри до журналістики й зростаючої популярності альтернативних джерел інформації, таких як соціальні мережі або блоги, представляє безперечний науковий та практичний інтерес. Необхідно відзначити, що на нинішній стан ЗМІ, крім політичної та економічної обстановки, впливає перерозподіл капіталу в державних та приватних видавничих будинках. У цьому контексті потрібно оцінити трансформацію ділових ЗМІ, які зазнали змін

під впливом вищезазначених факторів. Сьогодні ділові ЗМІ нарівні із суспільно-політичними виданнями схильні до ризику зміни парадигми, перегляду якості та врахування балансу думок у бік лояльності до державної політики. Механізми взаємодії ЗМІ, суспільства й держави є:

- правовими (з боку громадських структур і органів влади йдеться про фундацію преси, масово-інформаційне законодавство, юридичні санкції в судовому порядку; з боку ЗМІ – реалізацію права на запит інформації у державних службовців та громадських діячів, захист конституційного права громадян на отримання інформації, юридичні санкції);

- організаційними (з боку громадських структур та органів влади йдеться про інформування прес-службами журналістів, участь держслужбовців та громадських діячів у редакційних радах; з боку ЗМІ – роботу в законодавчих та виконавчих органах влади як депутатів, радників, експертів, акредитованих кореспондентів);

- фінансовими (з боку громадських структур та органів влади йдеться про пряме субсидування преси з громадського фонду та держбюджету, періодичну дотацію, банківські кредити під гарантії; з боку ЗМІ – підвищення прибутковості за рахунок господарської діяльності, скорочення державних і громадських дотацій, повернення банківських кредитів);

- етичними (з боку громадських структур та органів влади йдеться про експертизу змісту преси за критеріями моралі, громадянськості, патріотизму; з боку ЗМІ – експертизу дій громадських структур та органів влади в національних інтересах за принципом соціальної справедливості) [2, с.116].

Громадянське суспільство через ЗМІ як основного комунікатора має можливість контролювати відкритість діяльності державних структур. Тут головною засадою є доступність інформації всім громадянам, крім тієї, яка регулюється законом про державну таємницю. ЗМІ повинні отримувати офіційну інформацію в інтересах суспільства, а не для формування іміджу влади й політичних партій. Довіра громадян до масмедіа безпосередньо залежить від незалежності ЗМІ та пріоритетності інформації. Отже, основними напрямками ЗМІ щодо оптимізації інформаційного впливу повинні стати:

- забезпечення пріоритетності в інформаційній сфері запитів громадянського суспільства, а не окремих чиновників;

– проведення громадських дискусій з найбільш актуальних питань загальноукраїнського й обласного порядку денного зі включенням в обговорення експертів та громадськості;

– достовірність, повнота, якісність та об'єктивність інформації про діяльність органів влади різних рівнів і гілок;

– забезпечення зворотного зв'язку з телеглядачами й читачами завдяки інформаційним матеріалам в обласних та муніципальних ЗМІ;

– рівний доступ різних політичних сил і громадських інституційних структур до офіційної інформації [3, с. 4].

Процес формування нової медіакультури, медіатизація сфер життєдіяльності суспільства, активний розвиток комп'ютерних технологій, Інтернету й мобільних засобів комунікації привели до того, що ЗМІ є незаперечним лідером у сфері формування світогляду й політичної культури молоді, здійснюючи цілеспрямований вплив на її політичну свідомість та поведінку.

Чому якісна медіаосвіта так потрібна сьогодні молоді? Незалежній державі необхідно підготувати нове покоління до сприйняття різноманітної інформації, до життя в сучасних медійних умовах, навчити учнів та студентів розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку. Є таке поняття, як медіакомпетентність. Вона дає молодим людям розуміння того, як медіатексти, меседжі, які нині стали частиною щоденного життя, допомагають пізнанню світу в різних соціальних, економічних та політичних ситуаціях, тому медіаосвіту можна розглядати як навчання, спрямоване на розвиток медіакомпетентності [4].

Слід звернути увагу на той факт, що під впливом соціальних медіа стрімко змінюються культурні стандарти й норми масової культури, перш за все це стосується молодіжної когорти. Молодь здебільшого читає тепер не тільки і не стільки книги, написані літературною мовою, скільки пости, твіти й коментарі в соціальних мережах. Соціальні медіа сьогодні стають додатковим майданчиком для комунікації та інструментом прямого звернення політиків до громадян для досягнення державних цілей.

Зазначений вид медіаресурсів кардинально змінює канали та форму отримання інформації молодими громадянами. Принцип поширення повідомлень у таких ресурсах будується на соціальних зв'язках і дає змогу користувачам мобільно реагувати на актуальні події. Однак «кліпова» свідомість молодих громадян при-

водить до зміни їх поведінки. У зв'язку з цим виникла необхідність регулювання впливу на свідомість і поведінку молоді за участю таких структур, як державні органи влади, органи місцевого самоврядування, інститути громадянського суспільства [5].

В умовах трансформації соціально-політичної та економічної сфер владним структурам важлива реалізація такого політичного курсу, який ставить своїми першочерговими завданнями зміцнення демократичних прав і свобод громадян, їх участь в управлінні країною, підвищення довіри до органів влади та методів проведеної політики, незалежний характер нових ЗМІ, їх незаангажованість, прихильність принципам служіння інтересам суспільства.

Ми приходимо до розуміння того, що державні структури повинні керуватися принципами, що забезпечують встановлення конструктивного діалогу та партнерських відносин з інституційними структурами громадянського суспільства.

По-перше, це соціальна й духовна орієнтація громадян. Тут головним чином передбачається вжиття основних заходів політики, які повинні будуватися з урахуванням соціальних та духовних інтересів громадян і, що важливо, з урахуванням лабільності свідомості молодого покоління.

По-друге, це забезпечення державного фінансування, підтримки та контролю таких сфер, як культура й мистецтво. Інформаційний матеріал, який може завдати шкоди психологічному й моральному здоров'ю молодих громадян, необхідно тримати під жорстким контролем з обмеженням часу ефіру.

По-третє, рівність інтересів у ЗМІ. Інформаційна політика держави повинна однаковою мірою враховувати інтереси всіх інституційних структур та суб'єктів, що беруть участь в інформаційній діяльності.

По-четверте, це інформаційна відкритість політики органів державної влади. У зв'язку з цим необхідно забезпечити відкрите обговорення громадськістю основних заходів, яких вживає держава із залученням молодіжних структур, що найбільш актуально в умовах постреформування [6, с. 20].

В системі «держава – масмедіа – громадянин» ефективні державні комунікації неможливі без висококласних фахівців як серед держслужбовців, так і серед працівників засобів масової інформації. Однак звичайний громадя-

нин незалежно від його посади, місця роботи, соціального статусу, споживаючи інформацію, повинен бути медійно обізнаним, якщо можна так сказати. На жаль, в Україні медіаосвіта досі здійснюється переважно стихійно за ініціативи педагогів-ентузіастів, педагогів-новаторів.

Більшість вчених, які займаються темою медіаосвіти, вважає, що треба приділити увагу саме підготовці педагогів. Однак, на нашу думку, які б курси не організовували, які би практичні заняття не розробляли, фахівцем у медіапросторі з огляду на темпи його розвитку та щоденного оновлення стати важко, тому педагог у школі чи у вищому навчальному закладі повинен бути провідником чи посередником між школярами, студентами та фахівцями медіа.

Необхідність вироблення у сучасної людини навичок сприйняття й використання інформації, умінь конструювання вербальної проєкції візуального образу, розуміння й розкриття семантичних особливостей пропонованої до використання інформації, а також її застосування в практичній діяльності, підвищення інформаційної компетентності та ступенів свободи щодо знакового матеріалу підсилюють зв'язок кінцевого результату навчання з рівнем медіаосвіти. Потік інформації, що обрушується на школяра, буде такою мірою сприяти досягненню освітніх цілей, в якій учень навчений сприйняттю інформації та її використанню.

Одне з головних завдань педагога полягає в тому, щоби навчити дитину жити та діяти поза зоною комфорту. Підліток має дві головні зони комфорту, такі як родина, домівка, де він мешкає, та навчальний заклад, де він також проводить дуже багато часу. Не секрет, що сьогодні заклади освіти вже не мають монопольного статусу у сфері виховання особистості. Пліч-о-пліч, можна сказати, крокують медіаструктури, серед яких перше місце посідає мережа Інтернет, після якої йдуть супутникове та кабельне телебачення, радіо. Сьогодні створило умови для безперешкодного доступу молоді до антигуманної, аморальної та просто недостовірної інформації. З'явилися можливості широкої маніпуляції свідомістю людей, а підлітковий вік – це вік критичного, швидкого мислення, прагнення до пізнання всього, що оточує. Розвиток електронних систем породив абсолютно новий вигляд комунікації, перше місце в межах якої посідають соціальні мережі.

Кінцевою метою медіаосвіти є розвиток медіаграмотності учнів. Звичайно, ми не проти

того, щоби педагоги займалися медіаосвітою. Обов'язково треба підвищувати фахову компетентність педагога в галузі сучасних освітніх технологій шляхом отримання нових знань та пошуку нових ідей для реалізації цікавих проєктів.

У Класичному приватному університеті у вигляді експерименту було організовано факультативний курс з такою цікавою назвою, як інформаційне забезпечення податкової освіти. Визначено такий проблемний трикутник: «держава – громадянин – платник податків – ЗМІ». Держава зацікавлена у вихованні сумлінних платників податків, ЗМІ майже повністю є комерційними, тому працювати в цьому напрямі хочуть не всі, а робота державних службовців з майбутніми платниками податків не давала потрібного результату, бо діти не розуміють, як діє механізм під назвою «Держава».

Отже, на експериментальному курсі було приділено дуже мало уваги податковій грамотності й дуже багато часу витрачено на вивчення механізмів взаємодії органів державної влади, ЗМІ та громадськості. Студенти вчилися взаємодіяти як представники влади, організували кругли столи, прес-конференції, писали роз'яснювальні матеріали для ЗМІ, а потім, як громадяни, платники податків, вчилися спілкуватися зі ЗМІ, брали участь у ток-шоу на телебаченні. Потім пробували себе в ролі журналістів та брали участь у зустрічах з чиновниками, вчилися ставити питання. В результаті цього нашим студентам – майбутнім економістам стала зрозуміла позиція держави щодо обов'язку зі сплати громадянами податків, вони самі стали цікавитися нормативно-правовою базою, у студентів змінилося ставлення до ЗМІ, а найголовніше, у кожного з'явилася особиста позиція, своя думка щодо комунікаційної взаємодії і цього трикутника.

Слід також зазначити, що медіаосвітній простір як спеціально організований простір вищої освітньої установи сприяє досягненню не тільки медіаосвітніх результатів, але й результату впливу на особистість майбутнього спеціаліста. Таке розуміння дало змогу виявити низку супутніх освітніх можливостей, у яких медіаосвітній простір ЗВО сприяє формуванню навчальної та професійної автономії (самостійності), коли відбувається переосмислення ролі, функцій та діяльності того, хто навчається (розвиток кругозору, самопізнання, самовиховання, самонавчання, самоствердження, самовизначен-

ня, регуляція стану, соціалізація) [8, с. 71]. Це означає формування таких якостей особистості, як ініціативність, відповідальність, рефлексія, самооцінка й самоконтроль, готовність до самоосвіти, саморозвитку та самовдосконалення, що є цінним з позицій сучасного роботодавця. Таким чином, ми бачимо, що медіаторська діяльність всередині медіаосвітнього простору ВНЗ дає особистості студента реальний шанс поповнити професійні кадри, ставши успішним, самостійним, медіакомпетентним, неабияким професіоналом.

Висновки і пропозиції. Медіаосвіта відкриває великі можливості для розвитку людини, її інтелектуальних та творчих здібностей, самостійного мислення, формує вміння орієнтуватися в сучасних інформаційних потоках. Задля побудови ефективної взаємодії владних інституцій, ЗМІ та громадськості медіаосвіта, на наш погляд, є саме тим засобом, що суттєво впливає на засвоєння соціальних норм та формування ціннісних орієнтацій особистості. Головною метою української системи освіти має бути створення умови, точніше, надання можливостей для розвитку та самореалізації кожної особи як громадянина України.

Список використаної літератури:

1. Пилипенко Т. Інформаційна складова глобалізації як виклик сучасній Українській державі. Інформаційні ресурси та інтелектуальна власність в освітньо-науковому просторі: правові та філософські виміри : збірник матеріалів круглого столу / упорядники: О. Довгань, М. Беланюк, С. Лапшин, О. Радзівєвська, О. Яременко. Київ : Артєк, 2017. С. 130–136.
2. Буханевич А. Публічний контроль за діяльністю органів державної влади: теоретико-методологічний аналіз : дис. ... канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління». Київ, 2010. 206 с.
3. Іжа М., Крупник А. Трансформація публічного управління в умовах соціально-політичної модернізації України. Актуальні проблеми державного управління : збірник наукових праць. Вип. 4 (52). Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2012. С. 3–7.
4. Головань М. Інформатична компетентність: сутність, структура та становлення. Інформатика та інформаційні технології в навчальних закладах. 2007. № 4. С. 62–69. URL: http://uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_VM/Holovan_05.pdf.
5. Карлова В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>.
6. Стадник М. Інформаційне забезпечення в публічному управлінні. Інформаційне суспільство в Україні: стан, проблеми, перспективи. Дні інформаційного суспільства – 2015 : матеріали щорічної науково-практичної конференції за міжнародною участю (Київ, 19–20 травня 2015 р.) / упоряд.: М. Малюга ; заг. ред. Н. Грицяк. Київ : Тезис, 2015. С. 20–21.
7. Ткачук В. Інформаційний вплив на політичну свідомість в умовах глобалізації. Socialscience. URL: http://www.socialscience.com.ua/journal_content/411/political_psyhology.
8. Лапшин С. Вплив засобів масової інформації на формування сучасного інформаційного суспільства в Україні. Інформаційні ресурси та інтелектуальна власність в освітньо-науковому просторі: правові та філософські виміри : збірник матеріалів круглого столу / упорядники: О. Довгань, М. Беланюк, С. Лапшин, О. Радзівєвська, О. Яременко. Київ : Артєк, 2017. С. 68–76.

Volotko E. V. Formation of media-educational space – priority direction of implementation of effective interaction of state authorities and media

The article discusses the features of the media education space formation as a direction for the implementation and interaction of public authorities and the media. The peculiarities of the relations between the state authorities and the media in the context of the crisis of confidence in journalism and the growing popularity of alternative information sources are identified. It has been noted that, under the influence of social media, cultural standards and norms of mass culture are changing rapidly, most notably the youth cohort. Social media is now becoming an additional platform for communication and a tool for direct appeal to achieve public goals' politicians.

It is found out that at the present stage cooperation between public authorities and the media is being built on the understanding that the authorities cannot carry out effective policies without prompt coverage of their activities, and that the media need unimpeded access to information of national importance. The mechanisms of interaction between the media, society and the state are presented. The main directions of the media in optimization of information influence are analyzed. The principles for establishing a constructive dialogue and partnerships with the institutional structures of civil society are outlined.

The results of the introduction of the media-educational optional course "Information Support for Tax Education", through which future economists became aware of the state's position on the obligation to pay taxes, increased interest in the legal framework, students have changed their attitude to the media, and most importantly each of them has their own personal position on communication interactions in the triangle "state – mass media – citizen". It is proved that media-educational space as a specially organized space of higher education institution contributes not only to media educational results, but also to the result of influence on the personality of the future specialist and enables them to form such qualities of personality as initiative, responsibility, reflection and readiness for self-education, self-development and self-improvement, which is valuable from the modern employer's point of view.

Key words: *media education space, mass media, state authorities, media competence, public, media culture.*