

МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ПОЛІТИЧНИХ НАУК

УДК 32.019.51:008]:316.774

Остапенко М. А., Остапенко О. В.

МЕДІА-КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У статті аналізується медіа-компетентність як елемент політичної культури особистості. Їх взаємообумовлений характер розкривається через поняття інформаційної та медіа-культури.

Ключові слова: медіа-компетентність, політична культура, інформаційна культура, медіа-культура, медіа-освіта.

Політична культура є тим феноменом, який передбачає опанування суб'єктом політичних знань, їх осмислення та відтворення у політичній поведінці. Відповідно до сформованого рівня політичної культури, будується і його включення у сферу політичних відносин, елементом яких є процес комунікації. Серед іншого, політична культура впливає на формування національних особливостей медіа-розвитку суспільства. Зміст, інструменти та техніки медіа-середовища визначаються не лише економічними складовими, а й домінуючими у суспільстві політичними цінностями.

Розвиток інформаційного суспільства забезпечує доступність інформації, знань, використання інформаційних технологій, обумовлює його соціальний, культурний, економічний розвиток. Водночас дослідники застерігають про ризики інформаційного суспільства: формування споживацького ставлення до життя, яке знижує виробництво матеріальних та культурних цінностей; створення та використання інформації задля інформації; некерованість розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій, які призводять до використання їх з метою загрози суспільній єдності.

Дослідження таких теоретиків інформаційного суспільства як Д. Белл, М. Кастельс, М. Маклюен, Дж. Мартін, Й. Масуда, О. Тоффлер та інших переконливо доводять, що нове суспільство потребує змін не лише виробництва, а й змін у сфері культури, освіти, виховання. Наявність великого обсягу різноманітної інформації потребує знань про особливості інформаційного середовища, вміння роботи з інформацією – отримувати, переробляти, використовувати, в цілому орієнтуватися в потоках інформації.

Розвиток інформаційних технологій, а також лібералізація медіа-ринку в посткомуністичних країнах, до яких відноситься і Україна, загострили низку проблем. Серед них – відмежування засобів масової інформації (далі – ЗМІ) від держави, посилення відповідальності держави, засобів масової комунікації та безпосередньо особистості у розповсюдженні та споживанні інформації, проблема якості інформації. Політичний плюралізм, інформаційне різноманіття можуть сприяти як мобілізації політичної ідентичності та участі громадян, так і посилити несприйняття та конфлікти між групами. У цьому контексті набуває значимості можливість створення відкритих платформ для висловлення і обґрунтування різних поглядів та позицій. Останнє потребує відповідного рівня політичної культури та компетентності громадян.

Окреслені вище умови актуалізують питання знань, вмінь та навичок людини комфортно існувати в умовах інформаційного суспільства, значних масивах політичної інформації та спрямовує на вивчення медіа-компетентності як елементу політичної культури. Аналіз наукових джерел надав можливість зробити такі узагальнення. Ширшим до медіа-культури та медіа-компетентності поняттям є інформаційна культура (від лат. cultura – освіта, розвиток та informatio – роз'яснення). Це поняття позначає: «рівень досягнень певного суспільства у сфері інформаційних технологій та інформаційної діяльності; сферу освіти та виховання, наукової та мистецької творчості, а також установ й організацій, які це

забезпечують; рівень опанування особистістю сферою інформаційних правовідносин; узгодженість суспільних норм та норм інформаційних правовідносин; галузь загальної культури, що пов'язана з унормуванням суспільних інформаційних відносин; система цінностей інформаційного суспільства; тип розумової діяльності і мислення, пов'язаного з обробкою і пошуком інформації» [8].

Процеси демократизації суспільства потребують свідомої раціонально-критичної позиції особистості, яка здатна орієнтуватися і використовувати політичну інформацію. Звичайно, це посилює значимість медіа-культури і медіа-компетентності. Медіа-культура від інформаційної культури відрізняється, на думку О. Барішполець, більш вужчим змістом і позначає «систему потреб, орієнтацій, знань, умінь та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених у процесі її перебування в медіа-середовищі з використанням саме засобів мас-медіа для отримання інформації» [6, с. 70].

У науковому дискурсі є різні тлумачення медіа-культури. Фахівці сфери журналістики вбачають у ній засоби масової інформації, засоби масової комунікації, мас-медіа. Педагогічна наука зміст цього поняття пов'язує із результатом медіа-освіти особистості. Політична наука розглядає медіа-культуру як одну з умов формування демократичного суспільства, засіб досягнення консенсусу між владою та особистістю [6].

У «Концепції впровадження медіа-освіти в Україні» медіа-культура позначається як «сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіа-культура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі» [4].

Наведене трактування, а також висновки сучасних вітчизняних науковців визначають соціокультурний та психологічний виміри медіа-культури. Соціокультурний вимір розкриває процес виробництва та споживання медіа-продукції, де відбувається взаємодія, комунікація виробника та споживача інформації. Психологічний вимір медіа-культури позначає психофізіологічні і психологічні особливості споживання медіа-продукції людиною (мотиви, вміння і навички роботи з інформацією, що включають: пошук; збирання; зберігання; передавання; опрацювання; використання).

Погоджуємося з думкою Н. Коновалової, «що медіа-культура – діалоговий спосіб взаємодії з інформаційним суспільством, який включає ціннісний, технологічний та особистісно-творчий компоненти, призводить до розвитку суб'єктів взаємодії» [Див.: 3].

Медіа (від лат. *media, medium* – засіб, посередник) розуміють сукупність засобів аудіо-, теле- та візуальної комунікації (газети, журнали, радіо, телебачення, музика, комп'ютерні технології тощо). Медіа-культура як соціокультурний феномен опосередковується засобами масової комунікації (далі – ЗМК) і її споживанням масовою аудиторією, що в цілому створюють медіатизований простір – нове середовище та нові форми її життєдіяльності, формує нову практику комунікації та взаємодії з іншими. Створюючи такий простір, численні медіа позначаються на формуванні політичних, соціальних, моральних, естетичних інтересів та цінностей особистості, обумовлюють формування її політичної свідомості, поглядів та поведінки. Це загострює питання якості медіа-продукції, проблеми інформаційної «інтоксикації», трансляції та культивування насильства, агресії та інших ідей, які формують дезадаптацію особистості та можуть загрожувати цілісності суспільства.

Медіа-культура відображає медіа-компетентність особистості через призму «сукупності її мотивів, знань, вмінь, які сприяють вибору, використанню, критичному аналізу, оцінці і передачі медіа-текстів в різних видах, формах і жанрах, розумінні складних процесів функціонування медіа» [5]. Ускладнює формування медіа-культури неспроможність особистості обробляти великий обсяг інформації; характер самої інформації – фрагментований, мозаїчний, напівправдивий; різноманітність споживачів. Останнє, на наш погляд, пов'язане з рівнем медіа-компетентності особистості. Відповідно до «Концепції

впровадження медіа-освіти в Україні» медіа-компетентність відображає «рівень медіа-культури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіа-культурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіа-простором, створювати нові елементи медіа-культури сучасного суспільства» [4].

Досліджуючи завдання медіа-освіти в контексті підвищення якості професійної підготовки, А. Литвин визначає такі критерії медіа-компетентності: «розуміння видів впливу медіа на людину і суспільство, вміння уникати маніпуляцій; можливість здійснювати свідомий вибір медіа; вміння користуватися різними медіа-технологіями, вести пошук необхідної інформації; уміння самому створювати медіапродукти» [Див.: 2, с. 48].

У цьому контексті доречною є запропонована вітчизняними дослідниками класифікація споживачів інформації, яку можна співвіднести і зі споживачами політичної інформації:

- споживач з високою медіа-культурою, який цілеспрямовано шукає інформацію, споживає її селективно, відбирає лише необхідну і критично її сприймає, розуміє як головний зміст, так і її підтекст, здатен виявляти наміри виробників інформації, має власну думку;

- споживач із середньою медіа-культурою, який є активним учасником медіа-простору, цікавиться новинами, знайомиться із інформацією, транслює її іншим, проте акценти робить переважно на емоційній складовій інформації, засвоює її на базі сформованих стереотипів;

- споживач із низьким рівнем медіа-культури, який характеризується некритичним сприйняттям змістової та емоційної частин медіа-продукції, абсолютно довіряє отриманій інформації та легко стає об'єктом навіювання та маніпуляції [6, с. 74-75]. Виокремлені типи співвідносяться і з рівнем медіа-компетентності особистості.

Одним із критеріїв медіа-компетентності особистості є навички роботи з інформацією. На наш погляд, корисними є 5 етапів такої роботи, які розробили сучасні науковці.

1. Визначення мети роботи з інформацією (чітке формулювання мети, цілей, задач, яку споживач бажає отримати).

2. Пошук інформації – визначення джерела інформації, перевірка його на достовірність, надійність, актуальність. Серед джерел політичної сфери умовно можна визначити такі групи: медійні джерела політичної інформації (інтернет-джерела, преса, ТБ, радіо); вузькоспрямовані (сайти і блоги політичних суб'єктів, книги та монографії, науково-аналітичні статті, сайти органів державної влади, політичних партій, громадських об'єднань та окремих політиків); «живі» джерела інформації (інформація конкретних людей, які є компетентними у питаннях політичної сфери (публічні виступи, особисте спілкування)).

3. Аналіз зібраної інформації – розподіл інформації на дві категорії: корисна інформація (яка буде використана для подальшого вивчення) і некорисна інформація (інформаційний шум, інформаційне «сміття»). Алгоритм розмежування інформації на ці групи – відповіді на такі запитання: Чим ця інформація є корисною? Як, де, коли, для чого можна її використати? Який ефект від використання цієї інформації? Якщо немає чітких відповідей, то ця інформація швидше відноситься до другої категорії. Крім того, аналіз отриманої інформації повинен обов'язково включати перевірку на точність і достовірність. «Фільтрами» такої достовірності є надійність джерел; порівняння інформації у різних джерелах.

4. Збереження інформації (зберігання інформації в паперовому чи в електронному вигляді).

5. Висновки, прийняття рішення, вибір дії на основі отриманої інформації відповідно до цілей, поставлених на першому етапі. Грамотність пошуку, аналізу, обробки, збереження інформації обумовлює ефективність останнього етапу [11].

Крім навичок роботи з інформацією, важливим є знання щодо природи та особливостей самих медіа та медіа-продукції. Дж. Пандженте визначає такі:

«1. Будь-який медіа-продукт – це сконструйована реальність; він відображає не реальний світ, а деякі суб'єктивні, ретельно дібрані уявлення про нього.

2. Медіа формують ставлення до об'єктів реального світу на основі медіа-повідомлень, які, своєю чергою, сконструйовані фахівцями, що мають визначені комунікативні цілі.

3. Отримувачі медіа-повідомлення інтерпретують його смисл. Інтерпретація та надання смислу обумовлюється власним досвідом, особистими запитами та очікуваннями, актуальністю проблеми, соціальним та культурним досвідом тощо.

4. Медіа мають комерційну підтримку. За будь-яким медіа-бізнесом стоять конкретні люди зі своїми інтересами, саме ці інтереси визначають зміст того, що дивиться, читає, слухає отримувач медіа-повідомлення.

5. Будь-яке медіа-повідомлення транслює ідеологію та інформацію про визначені цінності. Явно чи опосередковано, медіа створюють в очах аудиторії уявлення про «гарне» життя; формують споживацькі смаки та дають уявлення про загальну ідеологічну позицію.

6. Медіа виконують соціальні та політичні функції. Медіа впливають на політичну ситуацію, результати виборів та провокують соціальні зміни.

7. Зміст повідомлення залежить від форми медіа. Різні медіа передають повідомлення про одну подію, акцентуючи увагу на різних її аспектах. Таким чином, аудиторія має змогу ознайомитися з різними точками зору та сформувані власну позицію.

8. Кожен медіа-ресурс має власну естетичну форму подання інформації» [Див.: 2, с. 50].

Науковцями визначається, що країни, що розвиваються і які переживають трансформаційні зміни, серед яких і Україна, не у повній мірі використовують переваги та потенціал інформаційного суспільства. Наприклад, розвинуті країни здійснюють 85% сукупних світових інвестицій у науку, Індія, Китай, Бразилія та нові промислово розвинуті країни Східної Азії – 11%, і 4% – решта країн світу, куди входить і Україна [6, с. 28].

У Рекомендаціях парламентських слухань на тему «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України» (2016 р.) відзначено певні досягнення в Україні щодо поступового становлення та розвитку ознак інформаційного суспільства, наголошено на «важливості розвитку інформаційно-комунікаційних технологій як одного з вагомих чинників стимулювання економічного зростання та розвитку громадянського суспільства», зайнятості населення, розширення конкуренції і подолання «цифрового розриву». Водночас вказано на безсистемний характер розвитку інформаційних ресурсів та слабкий рівень їх використання в сфері державного управління та комунікації між суб'єктами політики [9].

Сучасні науковці відмічають перенасиченість інформаційного простору України впливом лобістських організацій, які викривляють об'єктивну реальність. На їх думку, ми «живемо в інформаційному хаосі, інформаційні – а найчастіше дезінформаційні шуми перекривають будь-який смисл слова й думки» [Див.: 1]. Інформаційно-політичний простір здатний забезпечити свободу особистості в отриманні та розповсюдженні політичної інформації. З іншого боку – зробити її об'єктом інформаційних та політичних маніпуляцій.

У цьому контексті важливого значення набуває питання медіа-освіти особистості. Погоджуємося із аргументацією важливості медіа-освіти у сучасному світі Л. Мастермана, серед яких «їх вплив на свідомість аудиторії; інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси; необхідність відповідати сучасним вимогам». Крім цього, важливим сьогодні є морально-демократичний аспект, на що вказує Б. Мак-Махон: «в епоху тероризму та війн ХХІ століття медіа-освіта молоді стає важливою вимогою демократичного суспільства» [Див.: 2, с. 42]

Отже, серед захисних прийомів від маніпуляції є система знань про політичне життя, раціонально-критичне мислення особистості та вміння осмислювати інформацію, визначати сутність питання і цілі комунікаторів, вміння аргументовано відстоювати свою позицію та бути відповідальним за свій вибір; прагнення до пошуку та аналізу альтернативних позицій.

Підсумовуючи, зазначимо, що медіа сьогодні є найпопулярнішим джерелом отримання політичної інформації та ланкою, що зв'язує особистість та владу, формують ставлення особистості до політики, політичних подій і власну думку та вибір форми політичної діяльності, що в цілому відображають її політичну культуру. Медіа, звичайно, впливають на аудиторію, проте цей вплив обумовлюється як соціальними, так і особистісними чинниками. Серед останніх – рівень медіа-компетентності особистості, її здатність сприймати, аналізувати, оцінювати медіа-текст та інтегрувати нові медіа-знання. Це залежить передусім від розвитку політичної культури особи та медіа-компетентності як її елементу. Адже сформованість культури подання та споживання політичної інформації, критичність сприйняття інформації сприяє комфортному існуванню особистості та обмежує маніпулятивні впливи в умовах інформаційного суспільства.

Використана література:

1. Гордієнко М. Г. Політична соціалізація як засіб формування громадянської зрілості особи [Електронний ресурс] / М. Г. Гордієнко // Особа в тоталітарному суспільстві: рефлексії ХХІ століття : матер. міжнар. конф. (Одеса, 23–27 чер. 2013 р.). – Режим доступу: [http://liberte.onu.edu.ua/upload/file/file_2/gordienko_m.%20%D0%B3.\(+\).doc](http://liberte.onu.edu.ua/upload/file/file_2/gordienko_m.%20%D0%B3.(+).doc)
2. Іванов В. Ф., Шкоба О. Я. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів [Текст] / В. Ф. Іванов, О. Я. Шкоба // Інформаційне суспільство. – 2012. – Випуск 16. – С. 41–52.
3. Колеснікова І. В. Медіакультура та її значення в сучасному інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] / І.В. Колеснікова. – Режим доступу: http://www.zippo.net.ua/data/files/KafMetNavPredm/NaukRobota/2_Kolesnikova.pdf
4. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm
5. Лашук Н. М. До питання аналізу категорії «медіа компетентність» [Електронний ресурс] / Н. М. Лашук. – Режим доступу: http://ps.stateuniversity.ks.ua/file/issue_72/part_2/22.pdf
6. Медіакультура особистості; соціально-психологічний підхід: навчально-методичний збірник [Електронний ресурс] / О. Т. Барішпольця, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. С. Голубева, В. В. Різун та ін.; За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Барішпольця. – К. : Міленіум, 2009. – 440 с. – Режим доступу: <http://lobtim.ucoz.ua/Mediaosvita/Posibnik.pdf>
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд [Електронний ресурс] / В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с. – Режим доступу: <http://www.irf.ua/files/ukr/programs/media/aup-media.pdf>
8. Основи інформаційного права України : Навч. посіб. [Електронний ресурс] / В. С. Цимбалюк, В. Д. Гавловський, В. В. Гриценко та ін.; За ред. М. Я. Швеця, Р. А. Калюжного та П.В. Мельника. – К.: Знання, 2004. – 274 с. – Режим доступу: <http://uristinfo.net/2011-01-16-19-18-47/237-osnovi-informatsijnogo-prava-ukrayini-tsimbaljuk-6390-informatsijna-kultura-jak-obekt-informatsijnogo-prava.html?start=1>
9. Рекомендації парламентських слухань на тему: «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України» (Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2016. – № 17. – ст. 191) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1073-19>
10. Череповська Н.І. Про експериментальну модель програми спеціального медіа-освітнього курсу для старшокласників «Медіа-культура» [Електронний ресурс] / Н.І. Череповська. – Режим доступу: http://leader.ciit.zp.ua/files/menu_r2/media/prog_media1.doc
11. Як працювати з інформацією? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://invest-program.com.ua/yak-pratsyuvaty-z-informatsiey/>

Остапенко М. А., Остапенко О. В. Медиа-компетентность как элемент политической культуры личности в информационном обществе

В статье анализируется медиа-компетентность как элемент политической культуры личности в информационном обществе. Их взаимообусловленный характер раскрывается через понятия информационной и медиа-культуры.

Ключевые слова: медиа-компетентность, политическая культура, информационная культура, медиа-культура.

Ostapenko M., Ostapenko O. Media Competence As An Element Of Person's Political Culture In The Informative Society

The article analyzes media competence as an element of a person's political culture in the information society. Their interdependent character is revealed through the concepts of information and media culture.

Keywords: media competence, political culture, information culture, media culture.

УДК 377.3:32]:004.9

Зарва В. В.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ ФАХІВЦЯ-ПОЛІТОЛОГА: КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД

У статті йдеться про потребу розширення освітньо-кваліфікаційних характеристик фахівця-політолога за рахунок інформаційних якостей. Їх перелік знаходиться у відповідності з потребами України у розвитку інформаційної культури майбутніх політологів в умовах національного культуро творення.

Ключові слова: компетентнісний підхід, інформаційні системи і технології в професійній діяльності, інформаційна компетентність, компетенції, знання, уміння.

Стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій та інформатизація суспільства висувають підвищені вимоги до підготовки спеціалістів з будь-якого фаху у ВНЗ. У зв'язку з цим найважливішим завданням вищої школи слід вважати випуск фахівців, які в своїй професійній діяльності здатні ефективно використовувати такі потужні інструменти, як персональний комп'ютер, комп'ютерні мережі та сучасні інформаційні технології.

Широке впровадження сучасних інформаційних технологій в навчальний процес ВНЗ допомагає: розкриттю, збереженню і розвитку природного потенціалу студента, формуванню його пізнавальних здібностей, прагнення до самовдосконалення; забезпеченню комплексності вивчення явищ дійсності, усвідомленню нерозривності взаємозв'язку між природознавством, технікою, гуманітарними науками та мистецтвом; забезпеченню динамічного, постійного оновлення змісту, форм і методів процесу навчання й виховання.

Питання щодо впровадження та використання інноваційних ІКТ в освітньо-наукове середовище досліджує досить велика кількість як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Проте, враховуючи специфіку особистісно орієнтованого аспекту певної фахової спеціальності – впровадження ІКТ в освітній простір вищих навчальних закладів має не тільки надавати знання в сфері технічного використання комп'ютерних технологій, а й виховувати компетентного спеціаліста, якого потребує сучасний ринок праці. Тому варто розглянути використання ІКТ в професійній освіті фахівця, зокрема фахівця-політолога, на основі компетентнісного підходу.

Загальнотеоретичні основи дослідження проблеми професійної компетентності обґрунтовано у дослідженнях зарубіжних та українських учених (М. В. Аверіна, С. С. Антоненко, А. Г. Асмолов, Н. М. Бібік, Є. В. Бондаревська, Л. С. Ващенко, Л. С. Виготський, І. А. Ільїн, В. В. Раєвський, Н. В. Кузьміна, І. Я. Лернер, А. К. Маркова, В. О. Матусевич, О. В. Овчарук, О. І. Пометун, М. М. Скаткін, С. Е. Трубочева, А. В. Хуторський та ін.).