

Ідея вибору передбачає формулювання альтернатив щодо сучасного політичного процесу в Україні та вибір однієї із альтернатив.

По-перше, однозначний вибір між авторитарною та демократичною моделлю управління. За 26 років так і не вдалось зруйнувати остаточно радянську модель управління. Пошук оптимальної управлінської моделі в Україні триває та знаходить відображення у конституційному процесі. Він включає вибір форми правління (парламентська або президентська) та електоральної моделі. Демократизація передбачає пошук механізмів вирішення одного із головних завдань: перетворення раціональних дій індивідуальних та колективних політичних акторів на колективну раціональну дію із задоволення суспільного інтересу.

По-друге, вибір між президентською та парламентською формою правління. Традиційно пострадянська еліта намагається уникати вибору за принципом «або – або», але політична історія України знає багато прикладів, коли «змішування» призводило до політичних криз, протистояння гілок влади та їх безвідповідальності.

По-третьє, вибір електоральної моделі. В Україні вибори проводились за пропорційною, мажоритарною та змішаною моделями. Основна дилема щодо електоральної моделі полягає у виборі між повноцінним представництвом й структурованою радою. Пропорційний розподіл голосів на виборах забезпечує чітку і відносно стабільну структуру парламенту – у цьому полягає перевага пропорційної системи. До того ж пропорційна виборча система дозволяє суспільству ідентифікувати політичну історію кожної партії, її ефективність у створенні коаліцій та результат участі в урядуванні. За пропорційної системи зростає роль та вага політичних партій, які можуть поступово перетворитись на ефективний інститут політичного представництва.

Список використаних джерел

1. Ландсбург С. Экономист на диване: экономическая наука и повседневная жизнь / Пер. с англ. Л. Гончаровой. – М.: Издательство Института Гайдара, 2012. – 304 с.
2. Яковлев Д. Alea jacta est: вибір як елемент соціальної взаємодії / Д. Яковлев // Пріоритетні напрямки розвитку суспільних наук у 21 столітті : матеріали міжнародної наукової конференції (м. Херсон, 27–28 лютого 2015 року). – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2015 – С. 155–159.

*Прудникова Олена Вікторівна, доктор філософських наук, доцент,
доцент кафедри культурології*

Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

ВПЛИВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ НА ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Багатогранний вплив телебачення на розвиток інформаційної культури суспільства в цілому й регіональних суб'єктів зокрема обумовлений тими функціями, які воно виконує у соціальних відносинах.

До таких функцій доцільно віднести: організаторську, пропагандистсько-агітаційну, науково-пізнавальну комунікативну і, як найзначніша і найскладніша, що поєднує усі попередні – виховна. Вплив радіо і телебачення на слухачів і телеглядачів здійснюється у двох сферах: раціональній і емоційній. Впливаючи на розум і почуття, соціальна інформація у вигляді мовних та образотворчих повідомлень завдяки сприйняттю та інтерпретації, виступає у свідомості особистості у вигляді ціннісних духовних установок. Так, радіо і телебачення належать до найбагатшого арсеналу засобів освіти і виховання, а як наслідок розвитку інформаційної культури суспільства та особистості.

Сучасне телебачення стало головним інструментом для поширення повідомлень, що впливають на свідомість і підсвідомість людей. Причому це може відбуватися неусвідомлено, без будь-яких зусиль з боку людини, а в деяких випадках – і без її волі.

Масова культура, яка формується електронною комунікацією, виконує в сучасному суспільстві наркотизуючу функцію, тобто відволікає людей від реального життя, наповнює його вигаданими картинами, занурює суспільство в летаргічний сон.

Як бачимо, телебачення інтенсивно впливає на інформаційну культуру сучасної людини: заповнює її дозвілля, інформує про події у світі та суспільстві, виховує, розважає, навчає її. Телебачення сприяє формуванню духовних цінностей, способу мислення окремих людей і суспільств, стилю світосприйняття, а як наслідок утвердженню певного типу культури, інформаційної зокрема. Тобто даний засіб масової комунікації є одним з найважливіших механізмів культурного розвитку регіонів, що виконує інформативну й культурно-просвітницьку функції шляхом освоєння культурних цінностей минулого, створення нових цінностей, поширення традиційних і новостворених цінностей у суспільстві. Особливо важливим тут є трансляція й популяризація загальноукраїнських цінностей на регіони з метою об'єднання на цій підставі усієї української території і сприяння її соборності.

Таким чином, розвиток інформаційної культури неможливий без ретрансляція загальнонаціональних цінностей та їх відтворення у регіонах, що є одними з найголовніших функцій телебачення, які забезпечують зв'язок між різними цивілізаційними системами, типами суспільств, поколіннями, територіями у межах однієї держави. Так, завдяки телебаченню, яке саме стало новим видом культури, з'явилась можливість включення у соціальну та духовну сфери життя суспільства невідомих раніше або маловідомих цінностей: етнічних, релігійних, культурних (субкультури).

В наш час розвиток телебачення досяг такого рівня, що освоєння культури піднімається на якісно новий щабель, коли її цінності можуть накопичуватися в спеціальних “банках інформації”, “відеотеках”, а це в свою чергу відкриває величезні можливості для накопичення знань про минуле і використання їх для вдосконалення сучасної національної культури та

формування духовного світу особистості й суспільства як у центрі нашої держави, так і в регіонах. Якість інформаційної культури суспільства в цілому безпосередньо залежить від якості телевізійного продукту, трансльованого в регіонах: побудованого відеоряду, коментарів до суспільнозначущих подій, розставлених певним чином смислових, емоційних та ціннісних акцентів у телепередачах тощо.

На рубежі другого й третього тисячоліть спілкування людей, опосередковане технічними системами, набуває масового характеру і ставить людину в ситуацію безперервної гіперстимуляції, інформаційного стресу і комунікативного пресингу. Телебачення як комунікативна корпорація породжує символічну реальність, яка “переступивши” через екран, стає фактом суб’єктивної реальності людини і створює комунікативну ситуацію – “поруч, але не разом”. Телевізійні програми творять інформаційну культуру нації повсякчасно прямо або опосередковано впливаючи на індивідуальну та колективну свідомість кожного регіону. Людина фактично сприймає події через телевізійний екран, який є вікном у світ. У той же час, самі телевізійні програми є зразками певного типу інформаційної культури, які відображають духовні запити як різних верств населення, так і різних регіонів.

Сьогодні з’являється безліч освітніх програм, відеоматеріалів, комп’ютерних розвиваючих ігор і програм, що надають допомогу у вихованні, в розширенні кругозору та відкривають зовсім нові обрії знання, вони часто позбавлені відповідної організаційної, програмної, матеріальної підтримки, носять несистемний характер і, відповідно не завжди мають належне фінансування та не завжди відповідають нормам естетично-комп’ютерного оформлення (забарвленню, привабливості тощо), залишаючись непоміченими, незатребуваними. В результаті – панування у телеєфірі належить жахливим подіям, насильству, сексу, рекламі, неформальним стосункам тощо. Найбільшій небезпеці підлягають люди, чий морально-духовний світ ще не є усталеним, чий душі не напрацювали ще елементарного імунітету людяності, естетичної та духовної культури. Вочевидь, створюючи певні образи та картини світу телевізійна індустрія стала потужним джерелом інформаційно-комунікативних відносин у сучасному суспільстві. Фактично інформаційна культура формується сьогодні власниками впливових медіа, які володарюють над думками, смаками, навіть бажаннями людей, причому, далеко не завжди з урахуванням культурної специфіки регіональних культур.

Телебачення – це не тільки технічний об’єкт, але й “соціальний апарат”, який вривається в суспільство як символічна культурна форма відносної влади, що діє як симулякр електронних образів, перетворюючих все в семіургічний світ реклами і влади, ... телебачення є реальний світ постмодернізму.

Можна констатувати, що телебачення як засіб вираження особливостей інформаційної культури суспільства і активний суб’єкт її формування в регіонах, повинно вирішувати такі завдання:

- поглиблення розуміння культури аудиторією з урахуванням регіональної специфіки;
- збільшення рівня “культурності” кожного з членів суспільства й суспільства в цілому;
- демонстрація оволодіння людиною методологією використання вже існуючого у суспільстві знання й показ перспектив розробки принципово нового;
- висвітлення й пояснення субкультурних і контркультурних подій, зразків класичного мистецтва, явищ масової культури, науково-технічних, економічних, соціальних, політичних та інших явищ.

Отже, телебачення охоплює своїм впливом всі верстви населення і відображає та інтерпретує події у різноманітних сферах суспільного життя, утверджуючи як цивілізовані зразки інформаційної культури, так і, нажаль, демонструючи (іноді без належної оцінки) антикультурні явища, стилі поведінки тощо.

Телебачення пропонує до уваги глядача сукупну, об’ємну цілісність видовища. Ця цілісність полягає, з одного боку, в передачі аудіовізуальних повідомлень, освітніх передач та шоу одним і тим же способом, а з іншого – в сукупності в кожному окремому телевізійному творі особливих конструктивних елементів, які умовно можна позначити як мова, візуальна ситуація (зміст кадру, монтаж, динаміка зображення) і аудіоситуація (музика, шуми, тиша). Потенційна інтеграція в одній і тій же системі взаємодіючих текстів, зображення і звуків, доступних аудиторії в обраний нею час, ґрунтовно змінює характер комунікації. В той же час, характер комунікації обумовлює формування певного типу інформаційної культури, оскільки, ми бачимо реальність не такою, як вона є, а такою, якою наші мови дозволяють нам її бачити. А наші мови – це наші засоби масової інформації. Наші ЗМІ – це наші метафори. Наші метафори створюють зміст нашої культури. Оскільки культура вводиться і передається за допомогою комунікації, самі культурні типи, тобто історично побудовані системи вірувань і кодів під впливом ЗМІ взагалі і телебачення зокрема піддаються фундаментальним трансформаціям.

В наш час, варто вести мову не тільки про позитивний вплив телебачення на розвиток інформаційної культури суспільства, але й про негативні наслідки впливу телевізійного продукту на ціннісні настанови громадян українських регіонів.

На сьогодні можна констатувати, що з формуванням ринкових відносин в Україні телебачення пішло американським шляхом розвитку, тобто шляхом комерціалізації. Безумовно, десятки вітчизняних та зарубіжних телеканалів щоденно пропонують телеглядачам програми традиційно інформаційно-аналітичні, в яких зосереджена інформація про сучасний стан і проблеми внутрішньої та зовнішньої політики, економіки, науки, культури, всіх галузей життєзабезпечення суспільства. Безсумнівно, заслуговують на увагу окремі

авторські проекти чи цикли телепередач і навіть телеканали, що показують та аналізують проблеми історії, екології, культури, науки як нашої країни, так і людства загалом. Натомість не вшухає тривога педагогічного й батьківського товариства з приводу морально неспроможних, світоглядно збиткових телепередач, що стають небезпечними для особистості дитини, адже мають деструктивний духовно-моральний вплив, спотворюють уявлення про загальнолюдські, національні й регіональні цінності, руйнують національну й регіональну ментальність та ідентичність.

Усе частіше серед глядацької аудиторії лунають досить аргументовані судження та претензії щодо низькопробної реклами, яка негативно впливає на розвиток культури (інформаційної також) українського соціуму в цілому й на регіональні культурні особливості, особливо стосовно молодшої генерації. Проблема щодо розвитку інформаційної культури полягає в тому, що суб'єкт інформаційного простору призвичаюється "споживати" телевізійний продукт невисокої якості з естетичної, етичної, аналітичної, емоційно-духовної точок зору.

Останніми роками на телебаченні віддається перевага як зарубіжним, так і вітчизняним серіалам й окремим фільмам, де за єдиним сюжетним алгоритмом відтворюються криваві сцени індивідуального та масового терору, замовних убивств, бандитизму, шахрайства, зґвалтування, порочного образу життя молоді, алкоголізму, наркоманії як засобів отримання людиною внутрішньо прийнятної життєвої позиції. Частка художніх та документальних фільмів про людську доброту, справедливість, морально здоровий спосіб життя, трудовий та ратний героїзм на наших телеекранах досить не значна. Повсякденно спостерігаючи втрату ціннісно-художніх орієнтирів, перш за все, педагоги починають бити на сполох і перейматися питанням, де поділася продукція багатющого вітчизняного кіно-фонду, в якому представлені зразки патріотичних подвигів, розкриті засади істинних духовно-моральних цінностей людини, її активної ролі як суб'єкта соціально-творчої практики, адже сучасне телебачення виступає для дітей чинником моделювання та формування системи поглядів на світ.

Характеризуючи вплив на українське суспільство сучасних ЗМІ, зокрема телебачення, доцільно використовувати поняття "інформаційний терор" (С.Якименко). Особливості сучасного етапу розвитку українського суспільства характеризуються переходом від звичайної пропаганди, суб'єктом якої стають ЗМІ, до відвертого інформаційного терору. На споживача, особливо глядача телевізійної інформації обрушився потік повідомлень різнобічного характеру, систематично далекий від об'єктивності. За умов відсутності виваженої, об'єктивної інформації зробити свідому оцінку отриманої інформації не завжди можливо. Досить активний користувач засобів масової інформації – це молодь. Телебачення привертає увагу молодих людей своїми терапевтичною, рекреативною, розважальною, естетичною, пізнавальною, інформаційною, комунікативною функціями. Перегляд телевізійних програм стає для них

своєрідною звичкою. Молоді люди, які пережили перше телевізійне десятиріччя, природно всмоктали в себе невтримну пристрасть до глибокого втягування, яке змушує всі віддалені цілі звичайної культури здаватися не тільки нереальними, а й безжиттєвими. Однак сьогодні значна частина молоді, особливо в регіонах України, не готова до повноцінного життя в інформаційному суспільстві, їй не вистачає відповідних знань та умінь у галузі медіа. Просто споживати інформацію вже не достатньо, треба вміти “читати між рядками”.

Варто зазначити, що проблеми розвитку інформаційного суспільства та інформаційної культури зокрема, найбільш рельєфно проявляються саме серед молоді, оскільки ця вікова група є найактивнішим споживачем інформаційного продукту: телевізійного та Інтернет-контенту. Але в той же час, варто зауважити, що до інформаційного буму останніх двох десятиріч виявилися неготовими і люди старшого покоління, особливо ті, чий світогляд формувалася за радянських часів, коли у населення формувалася звичка довіряти ЗМІ, державою не підтримувався плюралізм думок та критичне мислення. Фактично у СРСР формувалася тоталітарний тип інформаційної культури суспільства, який лишився у громадян після проголошення незалежності України і почав долатися в процесі загальної демократизації соціальних відносин.

Необхідно також зазначити, що константи та навички інформаційної культури формуються у людини в процесі соціалізації. Саме ж телебачення є впливовим соціалізуючим фактором, як у світ реальний, так і у світ вигаданих образів та ситуацій. Розвиток інформаційної культури демократичного суспільства повинен бути спрямований на те, щоб шляхом виховання сформувати у людини здатність до критичного мислення, убезпечивши її свідомість від маніпулятивного впливу різноманітних медіа, в тому числі й телебачення. Регіональний напрямок цієї проблеми на сьогодні має стати пріоритетним у роботі відповідних державних структур та інститутів громадянського суспільства.

*Яковлева Лілія Іванівна, кандидат політичних наук, доцент, докторант
Одеського регіонального інституту державного управління НАДУ при
Президентові України*

РОЛЬ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У ЗДІЙСНЕННІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

В основі ефективної державної політики знаходиться легітимність влади. Повною мірою це стосується як загальнонаціонального рівня здійснення влади, так і регіональної політики. Особливої теоретичної та прикладної ваги дослідження проблеми формування громадянської ідентичності як чинника легітимності влади та здійснення регіональної політики набуває у