

8. *Клименко Н. П.* Обдарована дитина / Н. П. Клименко, С. Р. Хімко, О. В. Федотова // Олімпіада як складова роботи з обдарованою молоддю. — К.:ООО «Атопол», 2006. — № 2. — С. 2–6.
9. *Андреева Г. М.* Социальная психология / Г. М. Андреева. — М.: Аспект Пресс, 1999. — 375 с.
10. *Дубчак Н. С.* Класифікація юридичних клінік: загальнотеоретичний аналіз / Н. С. Дубчак // Вісник Академії адвокатури України. — 2012. — Число 3. — С. 198-200.
11. Про затвердження типового положення про юридичну клініку вищого навчального закладу України: Наказ Міністерства освіти і науки України № 592 від 3 серпня 2006 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0956-06>
12. *Соколенко О. Л.* Юридична клініка в правоосвітній діяльності / О. Л. Соколенко // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Право. — 2009. — № 1. — С. 40-44.
13. *Моїсєєв Ю. О.* Щодо питання про мету та завдання юридичної клініки як бази для практичного навчання студентів старших курсів / Ю. О. Моїсєєв, М. В. Удод // Правничий часопис Донецького університету. — 2013. — № 1. — С. 85-91.

УДК: 316.3

Захаренко К.

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТА МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Засоби масової інформації є головними носіями і поширювачами інформації у суспільстві. Їх соціальна роль і значення – неоціненні. Вони можуть не тільки сприяти зміцненню інформаційної безпеки, але й спричинювати її занепад. Звертаючи на це увагу, чимало сучасних дослідників пропонують різні засоби обмеження впливу ЗМІ на людину і суспільні процеси. Тим не менше важливими рисами сучасного інформаційного суспільства є його здатність виробляти необхідну для життєдіяльності громадян інформацію та її доступність для всіх членів соціуму. Одночасно таке суспільство розвивається на засадах використання інформаційних технологій, формування електронної демократії, проведення електронних референдумів тощо. Це сприяє посиленню демократичних процесів у державі, зокрема участі громадськості в прийнятті державних рішень і здійсненні впливу на творення державної політики. Винесення інститутів представницької демократії у кібер-простір відбувається під пильним наглядом громадськості та ЗМІ.

Ключові поняття: *засоби масової інформації, інформаційне суспільство, електронна демократія, інформаційна безпека.*

Захаренко К. Средства массовой информации как инструмент и механизм развития информационного общества. Средства массовой информации являются главными носителями и распространителями информации в обществе. Их социальная роль и значение - неоценимы. Они могут не только способствовать укреплению

інформаційної безпеки, але і викликати її упадок. Звертаючи на це увагу, багато сучасних дослідників пропонують різні засоби обмеження впливу ЗМІ на людину і суспільні процеси. Тим не менше важливими рисами сучасного інформаційного суспільства є його здатність виробляти необхідну для життєдіяльності громадян інформацію і її доступність для всіх членів соціуму. Одночасно таке суспільство розвивається на основі використання інформаційних технологій, формування електронної демократії, проведення електронних референдумів і тому подібне. Це сприяє посиленню демократичних процесів в державі, зокрема участі громадянства в прийнятті державних рішень і здійсненню впливу на створення державної політики. Внесення інститутів представницької демократії в кібер-простір відбувається під пристальним наглядом громадянства і ЗМІ.

Ключові поняття: засоби масової інформації, інформаційне суспільство, електронна демократія, інформаційна безпека.

Zakharenko K. Mass media as an instrument and mechanism for the development of the information society. Mass media are the main carriers and distributors of information in society. Their social role and meaning are invaluable. They can not only help to strengthen information security, but also cause its decline. Turning to this attention, many modern researchers offer various means of limiting the influence of the media on man and social processes. Nevertheless, the important features of the modern information society are its ability to produce information necessary for the vital activity of citizens and its accessibility to all members of society. At the same time, such a society develops on the basis of the use of information technologies, the formation of e-democracy, the conduct of electronic referendums, and the like. It contributes to the strengthening of democratic processes in the state, in particular the participation of the public in the decision-making of the state and the exercise of influence on the establishment of a state policy. The passing of institutes of representative democracy into the cyber space takes place under close observation by the public and the media.

Key concepts: media, information society, e-democracy, information security.

Засоби масової інформації є важливим чинником та механізмом впливу на свідомість і поведінку людини. Можуть використовуватись вони й як інструмент маніпуляції. Яскравим прикладом цього є використання ЗМІ політичними структурами сучасної Росії. ЗМІ, по суті, перетворились в Росії зброєю гібридної війни проти України і світу. Мінімізація їх впливу на людину потребує глибокого наукового дослідження природи ЗМІ, характеру їх впливу на людину, механізмів розповсюдження інформації, тощо.

Як відомо, питання про роль ЗМІ в інформаційному суспільстві підіймалось практично усіма теоретиками інформаційного суспільства та його сучасними дослідниками. Зокрема, один із засновників теорії інформаційного суспільства австрійсько-американський економіст Фріц Махлуп у своїй праці «Виробництво та

розповсюдження знань у США» [1], яка побачила світ ще у 1962 році, ЗМІ характеризує як один з п'яти секторів «індустрії знань», тобто інформаційної діяльності у суспільстві, наряду із освітою, науковими дослідженнями і розробками, інформаційними технологіями та інформаційними послугами.

Інші теоретики інформаційного суспільства М. Маклюен, О. Тоффлер, М. Кастельс, Дж. Нейсбіт, Й. Масуда, Т. Фрідман та ін., які у своїх працях вказують на такі важливі риси інформаційного суспільства як доступність необхідної інформації для всіх його членів, здатність суспільства виробляти всю необхідну для його життєдіяльності інформацію, а також забезпечити всіх громадян засобами доступу до цієї інформації, також у підкреслюють зростаючу роль ЗМІ у цих процесах.

В цьому контексті на особливу увагу заслуговує концепція відомого канадського дослідника Маршалл Маклюен, яка знайшла втілення у працях «Розуміння Медіа: зовнішнє розширення людини» (1964), «ЗМІ і є саме повідомлення. Перелік наслідків» (1967), «Закони медіа» (1988). Досліджуючи три історичні епохи розвитку комунікації (усної комунікації або дописемної культури, писемної комунікації або друкованої культури та електричну або аудіовізуальну епоху), М. Маклюен вказує, що ЗМІ (передусім електронні) є визначною рисою сучасної аудіовізуальної епохи. Саме вони замінили друковану мову інформації на новій електронно-індустріальній основі, де першочерговим став розвиток природного візуально-слухового сприйняття світу [2, с. 2]. Зупинимося більш детально на деяких положеннях концепції М. Маклюена, що висвітлені у його праці «Розуміння Медіа: зовнішнє розширення людини» [3] та наочно демонструють роль ЗМІ в інформаційному суспільстві.

По-перше, М. Маклюен вказує на підвищення ролі самого каналу комунікації, який задає повідомлення. Він зазначає: «Засобом комунікації є повідомлення, оскільки саме засіб комунікації визначає і контролює форму людської асоціації та людської дії» [4, с. 11]. Силу впливу засобу комунікації на свідомість та поведінку людини М. Маклюен пояснює тим, що засобу комунікації як зміст надається якийсь інший засіб комунікації. Як наслідок, засоби комунікації виявляються розширенням людських органів чуття й жодна людина не в змозі захистити себе від їх впливу.

По-друге, він розглядає світ як одне глобального села, єдність якого досягається за рахунок ЗМІ. «Після трьох тисяч сторіч наростання спеціалізму та відчуження в технологічних розширеннях наших тіл, зазначає дослідник, наш світ дякуючи драматичному процесу звернення почав стискуватися. Ущільнений силою електрики наш земний шар тепер – не більш ніж село» [5, с. 5].

По-третє, М. Маклюен запропонував цікавий розподіл на «гарячі» і «холодні» ЗМІ. Гарячі засоби завантажують один орган чуття повністю до міри «високої визначеності» (стану наповненості даними), холодні – через «низку визначеність» (надаючи неповну інформацію) змушують підключати інші органи чуття. Гарячі засоби, залишаючи аудиторії не багато простору для заводнення та завершення, згідно М. Маклюену, характеризуються низкою мірою участі аудиторії, а холодні – навпаки високою мірою участі аудиторії або добудовування нею відсутнього [6, с. 28]. Чисельними прикладами дослідник демонструє як гарячі засоби комунікації виштовхують холодні, залишаючи людині все менше простору для самостійних

висновків та суджень. Саме тому М. Маклюен стверджує, що «епоха тривоги та електричних засобів є також епохою несвідомого та апатії, а також усвідомлення несвідомого» [7, с. 57]. Цю тезу дослідник пояснює зростаючою силою суспільної думки, яка транслюється засобами комунікації. Як наслідок «замість буржуазного духу індивідуальної роз'єднаності та індивідуальних точок зору... в електричну епоху ми носимо на собі як свою шкіру усе людство» [8, с. 57]. Однак, в епоху електричних засобів, згідно М. Маклюєну, все ж таки є простір для «істини та одкровення». Момент зустрічі засобів комунікації – це момент свободи та визволення з буденного трансу і заціпеніння, які були нав'язані цими засобами нашим органам чуття» [9, с. 67].

Отже, незважаючи на чисельні докази демонізації ЗМІ в аудіовізуальну епоху, висновки М. Маклюен цілком оптимістичні. Приводом для оптимізму слугує висновок автора про те, що «нова еkleктична технологія, виносить назовні миттєву обробку інформації через взаємне зв'язування, яка тривалий час відбувалась всередині нашої нервової системи» [10, с. 401]. ЗМІ відповідно стають насправді масовими не через розмір їхньої аудиторії, а в силу того факту, що в один час кожний стає до них долученим. «Автоматизація, зазначає М. Маклюен, чинить вплив не лише на виробництво, але й на усі фази споживання і маркетингу, адже у ланцюгу автоматизації споживач стає виробником подібно тому як читач мозаїчної телеграфної преси створює власні новини і навіть сам стає новиною» [11, с. 402]. Відповідно, дякуючи тому, що інформація стає ресурсом, який потенційно стає доступним усім, перспективи людства залежать від нього самого. Децентралізація та багатоманітність, які привносить аудіовізуальна епоха, таким чином здатна зробити людину творцем свого майбутнього. Свою епохальну працю М. Маклюен завершує тезою: «Паніка навколо автоматизації як загрози одноманітності у світовому масштабі - це проекція у майбутнє механічної стандартизації та спеціалізму, час яких уже минув» [12, с. 413].

Розуміння ролі медіа у інформаційному суспільстві дещо трансформується у працях відомого американського футуролога Елвіна Тоффлера «Шок майбутнього» (1970), «Третя хвиля» (1980) та «Метафорфози влади» (1990). У цих працях він розмірковує про роль ЗМІ в інформаційному суспільстві через пояснення різниці між медіа «трьох хвиль». За логікою Е. Тоффлера, в аграрних суспільствах Першої хвилі, коли переважна більшість комунікацій здійснюється всередині маленьких груп людей, що спілкуються особисто, передаючи повідомлення один одному, єдиним способом передачі повідомлення великій аудиторії було зібрати разом велику кількість людей. Тобто, натовп людей, за Тоффлером, являв собою перший засіб масової інформації. Система виробництва Другої хвилі, заснована на фабричному масовому виробництві, потребувала посилення комунікації на великих відстанях й зумовила появу традиційних у нашому розумінні ЗМІ. Відповідно газети, журнали, кінофільми, радіо і телебачення, що здатні одночасно передати одне і те ж повідомлення мільйонам людей, стали основними знаряддями масовізації в індустріальних суспільствах. Система Третьої хвилі відображає, за Е. Тоффлером, потреби в економіці постмасового виробництва. Подібно самим пізнім підприємствам з «гнучким виробництвом», вона виготовляє свою образну продукцію за спеціальними замовленнями і розсилає різні образи, ідеї і символи групам населення, підібраним за певною спільною ознакою. Ця нова вельми висока ступінь різноманітності

повідомлень та ЗМІ необхідна, тому що нова система створення матеріальних благ вимагає набагато більш гетерогенної робочої сили та населення. Демасифікація, поява якої було передбачена в книзі Е. Тоффлера «Шок майбутнього» і детально розглянута в «Третій хвилі», стала, таким чином, ключовою характеристикою нової системи ЗМІ [13, с. 422-423].

Основний напрямок змін у мас-медіа, зазначає Е. Тоффлер, принаймні з 1970 р, коли в книзі «Шок майбутнього» була передбачена майбутня демасифікація ефіру, полягає в поділі масової аудиторії на сегменти і підгрупи, кожна з яких отримує свою конфігурацію програм і повідомлень. Поряд з цим відбувається величезна експансія образів, що передаються телебаченням у формі новин і різних розважальних програм [14, с. 401]. Саме тому Е. Тоффлер пророкував, що на зміну широкомовним телевізійним та радіомережам прийдуть нові станції мережевого мовлення, що колосально збільшать можливість вибору. Свої прогнози Е. Тоффлер супроводжував ілюстраціями прикладів подібних тенденцій у США та Європі.

Окреслені зміни за переконанням Е. Тоффлера суттєвим чином порушують владу ЗМІ, що утвердилась у індустріальному суспільстві. «Найсильніший вплив ЗМІ надавали тоді, коли було всього лише кілька каналів, коли було мало різних широкомовних компаній, і тому у глядачів і слухачів було мало можливостей вибору. Але в майбутньому нас очікує прямо протилежна ситуація. У той час як зміст кожної окремої програми може бути добрим чи поганим, найважливіше в новому «змісті» - це величезна різноманітність» [15, с. 413], зазначає Е. Тоффлер. Окрім того, перехід від мас медіа з малим вибором до мас медіа з величезним вибором має не тільки культурне, але й політичне значення. Уряди високорозвинених країн стоять обличчям до майбутнього, в якому їх народи зовсім не будуть задовольнятися поодинокими відомостями, повторюваними в унісон декількома станціями, які належать магнатам мас медіа; навпаки, вони з усіх боків потраплять під обстріл різноманітної, часто суперечливої інформації, що виготовлена за спеціальним замовленням. У цих нових умовах стара «політика мобілізації мас» і «інженерія консенсусу» стають важко здійсненими.

Разом з тим, Е. Тоффлер вказує ще на одну тенденцію - злиття засобів масової інформації. «На відміну від ЗМІ періоду Другої хвилі, коли кожне з них діяло більш-менш незалежно один від одного, нові ЗМІ найтіснішим чином пов'язані і злиті один з одним, поставляючи дані, образи і символи туди і сюди, від одного до іншого. Саме ця висока ступінь проникнення один в одного і перетворює індивідуальні ЗМІ в якусь систему. Разом з процесом глобалізації це зменшує значення кожного окремого засобу інформації, каналу, публікації або технології. У той же час це наділяє ЗМІ як ціле неймовірно великою владою, яка пронизує всю нашу планету. Тому те, що насправді «працює», - це не «Відеократія», а злиття воєдино всіх ЗМІ «media-fusion» [16, с. 424-425].

До феномену «злиття» («fusion») Е. Тоффлер додає феномен «поширення» («diffusion»), бо ніяка частина світу не може сьогодні бути відрізана від решти. Інформація проникає через самі щільно закриті кордони. Отже, ЗМІ доходить висновку Е. Тоффлера за теперішніх часів стають ключовою складовою революційних стратегій, підтверджуючи дану тезу чисельними прикладами мобілізації через ЗМІ.

Один з найбільш пізніх теоретиків інформаційного суспільства іспанський соціолог пост-марксист Мануель Кастельс, наслідуючи окремі ідеї М. Кастельса та Е. Тоффлера у праці «Інформаційна епоха: економіка, культура, суспільства» (1996), характеризує роль ЗМІ у інформаційному суспільстві апелює категоріями «культура ЗМІ» та «культура реальної віртуальності». Спостерігаючи реальні зміни інформаційної епохи, М. Кастельс зазначає: «Система ЗМІ втілила більшість рис, про які писав Маклюен на початку 1960-х років, - вона стала «галактикою Маклюена». Однак той факт, що аудиторія - не пасивне об'єкт, але інтерактивний суб'єкт, відкрив шлях до диференціації аудиторії і з того моменту як технологія, корпорації та інститути дозволили такі кроки, - до наступної трансформації ЗМІ в сторону сегментації, «роботи на замовлення», індивідуалізації» [17, с. 40].

Услід за Е. Тоффлером М. Кастельс, стверджує, що протягом 1980-х років нові технології перетворили світ ЗМІ. При цьому «самою вирішальною подією стало збільшення числа телевізійних каналів, що веде до їх зростаючої диверсифікації. Розвиток кабельного телебачення, що підштовхувалося в 1990-х роках волоконної оптикою і цифровою технологією, поряд з розвитком прямого супутникового мовлення надзвичайно розширили спектр передач і обмежили структури влади по частині державного контролю комунікацій взагалі і телебачення зокрема» [18, с.43]. Однак через контроль з боку корпорацій та інститутів диверсифікація ЗМІ не перетворила односпрямовану логіку їх мовлення і не дозволила встановити справжню зворотний зв'язок. Хоча аудиторія отримувала все більше і більше різноманітного інформаційного сировини, з якої кожна людина могла конструювати власний образ всесвіту, «галактика Маклюена» була світом односпрямованої комунікації, а не взаємодії. Лише з появою комп'ютерів, а потім Інтернету, зазначає М. Кастельс, «аудиторія змогла сказати своє слово» [19, с. 45]. Незважаючи на всі спроби регулювати, приватизувати і комерціалізувати Інтернет, мережі комп'ютерних комунікацій характеризуються найширшим розповсюдженням, багатосторонній децентралізацією і гнучкістю. На відміну від ЗМІ в «галактиці Маклюена», в них технологічно і культурно вбудовані властивості інтерактивності та індивідуалізації [20, с. 70].

Чимало сучасних дослідників розвивають цю тезу М. Кастельса, порівнюючи переваги Інтернету з традиційними ЗМІ. Зокрема, основними перевагами, які вирізняють Інтернет, науковці і практики у сфері журналістики визначають такі [21, с.2, 37-38; 22, с.10-11; 23, с.137]:

- мультимедійність (Інтернет об'єднує візуальні, звукові, друковані та відеоаспекти традиційних ЗМІ);
- інтерактивність (Інтернет пропонує діалог, так званий зворотний зв'язок – feedback, а не монолог, який характерний для традиційних медіа; зворотний зв'язок, діалог між великою кількістю користувачів можливий через електронну пошту, форуми, чати, веб-конференції);
- персоналізація (Інтернет забезпечує необхідною інформацією на будь-якому рівні зацікавлених у ній індивідів чи групи людей);
- відсутність посередників (Інтернет надає можливість владі прямого доступу до населення, населенню – до влади без втручання і маніпулювання з боку ЗМІ);

- позагеографічність або позапросторовість Інтернету, яка дає змогу користувачеві уникати маніпуляцій, характерних для традиційних медіа, та формує можливість спротиву індоктринованому дискурсові.

Усі ці переваги нових засобів комунікації сприяють розвитку демократичного мислення та участі. Не випадково саме теоретики інформаційного суспільства стали засновниками концепцій комунікативної, теле- і кібердемократії, й нарешті електронної демократії. В основі теорії кібердемократії лежить уявлення про формування кіберпростору як світу інтерактивної взаємодії громадян, громадських організацій, органів влади. Відповідно до цієї теорії, утворення кіберпростору неминуче здійснить значний вплив на сучасний політичний процес, створюючи умови для появи принципово нових форм демократії [24, с. 8]. Передбачається, що в «електронній демократії» громадяни повинні грати роль політично активних громадян.

У теперішній політичній практиці суть електронної демократії зводиться до використання інформаційних технологій з метою посилення демократичних процесів у державі, передусім участі громадськості у прийнятті державних рішень та здійснення впливу на творення державної політики. За великим рахунок термін «електронна демократія» характеризує саме технічні аспекти взаємодії між громадянами, структурами громадянського суспільства та інститутами влади. Вона виявляється у застосуванні ІКТ у електоральному процесі, проведенні електронних референдумів, забезпеченні доступу до інформації та консультуванні населення. Фактично йдеться про певну форму винесення інститутів представницької демократії у кібер-простір.

Окрім того, зазначає Т. Авксентьева, сучасні інформаційні технології відкривають можливості утвердження деліберативної демократії (тобто демократії обговорення) [25], адже вони: створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади та послаблюють інформаційну залежність суспільства від традиційних медіа, які редагують інформацію відповідно до своєї мети, а отже, до розширення діапазону доступних для громадян думок.

Навіть у разі скептичного сприйняття моделей деліберативної та електронної демократії, можна погодитися із твердженням Г. Вайштейна, що інформаційні технології «розширюють можливості взаємодії громадян і урядових органів, що, революціонізуючи систему зв'язків між суспільством і владою, і роблячи більш чутним голос звичайних людей, змінює саму тканину демократичного процесу» [26, с. 15].

Однак, як й будь-які процеси, що відбуваються у світі, впливи нових засобів комунікації на суспільний розвиток мають зворотній бік. Зокрема, той же М. Кастельс один з перших вказує на нього вводячи категорію «культура реальної віртуальності», що виникає як результат перетворення комунікаційної системи. Реальну віртуальність М. Кастельс розуміє як «систему, в якій сама реальність (тобто матеріальне / символічне існування людей) повністю занурена у віртуальні образи, у вигаданий світ, світ, в якому зовнішні відображення знаходяться не просто на екрані, через який передається досвід, але самі стають досвідом» [27, с. 114].

Культура реальної віртуальності знаходить відбиття у політичному процесі. Сучасні дослідники часто стверджують: політика «медіатизується», політичний простір «віртуалізується». Медіатизація політики має такі негативні наслідки як: зміна системи

представництва громадянських інтересів відповідно до медійного формату; перетворення політики у медіа процес та створення політичної та медійної «гіперреальності», що, у свою чергу, породжує феномен медіакратії [28, с. 104].

Віртуалізація політичного простору виявляється у переплетінні реальності з вигаданими подіями, що підриває основи раціональної політичної орієнтації, породжує у людини елементи скепсису та іронії. У політичній культурі інформаційного суспільства, на думку А. Дернера, складається «культура політичної розваги», яка через утворений нею утопічний світ дає користувачам ЗМІ та ІКТ спрощене розуміння, інтерпретацію та осмислення політичної реальності [29, с. 170-171]. Безумовно, спрощення є фактором, який полегшує управління політичною активністю людей: штучно конструюються реакції на політичні події, люди, не усвідомлюючи своїх справжніх інтересів залучаються у кимось сконструйовані політичні акції.

Прогнози та ідеї цитованих вище провідних теоретиків інформаційного суспільства, а також наукові розвідки їх чисельних послідовників в усіх кінцях світу дозволяють виокремити деякі спільні характеристики реальності масових комунікацій, що властиві сучасній епосі:

- глобалізація та взаємозалежність інформаційного простору ;
- зростання доступності двостороннього та багатостороннього обміну інформацією, що зумовлює перехід від моноцентричної моделі традиційних ЗМІ до поліцентричної;
- швидке зростання кількості та спектру нових ЗМІ, а також їх можливостей;
- посилення персоналізації інформації, збільшення швидкості, адресності та масштабу її поширення;
- віртуалізація соціальної реальності через ЗМІ;
- зростання маніпулятивних та мобілізаційних можливостей ЗМІ.

Отже, ЗМІ є важливішим компонентом життя людини інформаційному суспільстві, який чинить вплив на усі сфери нашого життя. Однак, як зазначено у рекомендаціях Парламентської асамблеї Ради Європи, «було б неправильно, виходячи з важливості цієї ролі, зробити висновок про те, що ЗМІ дійсно репрезентують громадську думку, або про те, що вони мають взяти на себе конкретні функції органів державної влади чи її установ освітнього або культурного характеру. Це призвело б до перетворення ЗМІ на владу або антивладу (медіократію)... Робота, яку виконують ЗМІ, це одна з форм посередництва й надання інформаційних послуг, а права, які мають ЗМІ в зв'язку зі свободою інформації, залежать від одержувачів (цих послуг), тобто громадян» [30, с.18]. Саме ці обставини зумовлюють потребу в контролі за діяльністю ЗМІ з боку громадянського суспільства і держави й запровадження державної інформаційної політики.

Література:

1. *Махлун Ф.* Производство и распространение знаний в США. - М.: Прогресс, 1966. - 462 с.
2. *Денисюк С.* Технологічні виміри політичної комунікації : монографія / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 276 с.
3. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешнее расширение человека / Пер. С англ. В. Николаева;

- Закл. ст. М. Вавилова. – М. Жуковский: «Какон –пресс-Ц»; «Кучково поле», 2003. – 464 с.
4. *Тоффлер Е.* Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI в. / Э. Тоффлер; [Пер. с англ. Белокосков В.В. и др.]. - М.: АСТ, 2001. - 670 с.
 5. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под научн. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. - 608 с.
 6. *Карпова, М. К.* Социология массовой коммуникации : учебно-методическое пособие / М. К. Карпова, И. Н. Столяров. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2011. – 128 с
 7. *Алешина, И.В.* Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров/ И.В. Алешина; Ассоциация авторов и издателей "ТАНДЕМ". - М.: Гном-Пресс, 1997. - 255 с
 8. *Балинський І.* Політичні комунікації в УАНЕТі / Ігор Балинський // Теле та радіожурналістика. – 2011. - № 10. – С. 137-141,
 9. *Руденко В. Н.* Новые Афины, или электронная республика. О перспективах развития прямой демократии в современном обществе / В. Н. Руденко // ПОЛИС. - 2006. - № 4. - С.7-16.
 10. *Авксентьева Т.Г.* Політика і влада в інформаційну епоху: український контекст : монографія / Т.Г. Авксентьева. - Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. - 324 с.
 11. *Вайнштейн Г.* Мир в начале тысячелетия. Информационная революция и демократия: ожидания, реальность, перспективы / Г. Вайнштейн // Мировая экономика и международные отношения. - 2003. - № 7. - С.13-21.
 12. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под научн. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. - 608 с.
 13. *Яковлев В.Д.* Медіатизація політики в умовах становлення демократичного режиму / В.Д. Яковлев // Вісник СевДТУ. Вип. 91: Політологія: зб. наук. пр. - Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2008. - С. 103-105.
 14. *Дернер А.* Политика как развлекательный жанр / А. Дернер // Государственная информационная политика: Реферативный бюллетень. – М., 2001. – № 3(39). – С.29-35.
 15. Рада Європи. Парламентська асамблея. Резолюція 1003 (1993) Про етичні принципи журналістики. // Стандарти Ради Європи у сфері медіа: Законодавчий бюлетень. – К., 2005. – Режим доступу: http://www.archives.gov.ua/International/R_E_final.pdf

УДК: 340.15

Лукашук М. А.

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

ОСНОВНІ ОЗНАКИ ІННОВАЦІЙНОСТІ ОСВІТИ

На думку абсолютної більшості дослідників та експертів в галузі освітніх інновацій, основними показниками (модусами, ознаками) інноваційного розвитку освіти є креативність, творчість, ініціативність, самостійність у виборі освітньої траєкторії, новизна запропонованих підходів тощо. Характерно, що ці модуси знаходяться у взаємній залежності та взаємодії. На жаль, цей аспект освітньої теорії досліджено ще не достатньо повно. Означені модуси розглядаються здебільшого як поряд покладені; між тим, сенс інновацій розкривається не як їх проста арифметична сума, а як органічна взаємодія та взаємне доповнення.

Ключові поняття: людина, освіта, інновації в освіті, ознаки інноваційності