

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»
Факультет соціології і права
Кафедра соціології

Реєстраційний № _____

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
_____ Кутуєв П.В.
(підпис)
“ ” _____ 2015 р.

Дипломна робота
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст»

зі спеціальності 7.03010101 «Соціологія»

на тему: **«Механізми становлення цінностей українського студентства
в інформаційному просторі»**

Виконав: студент 5 курсу, групи СЛ-41с

Нікулін Олександр Аркадійович _____

Керівник доц. каф. соц., док. псих. н. Романюк Л. В. _____

(підпис)

Консультант Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях
ст. викл. Арламов О.Ю. _____

(підпис)

Рецензент доц., к. н. з держ. упр. Цимбаленко Я. Ю. _____

(підпис)

Засвідчую, що у цій дипломній роботі немає
запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.

Студент _____
(підпис)

Київ - 2015 року

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В СОЦІАЛЬНИХ НАУКАХ	6
1.1. Історичні особливості дослідження інформаційного простору	6
1.2. Концептуалізація поняття «інформаційний простір» у сучасному суспільстві	20
1.3. Інформаційний простір та ціннісні орієнтації студентства України	31
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ СТУДЕНТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ	48
2.1. Розробка програми соціологічного дослідження	48
2.2. Розробка інструментарію соціологічного дослідження	53
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ МОДЕЛІ МЕХАНІЗМІВ СТАНОВЛЕННЯ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСТВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ	56
3.1. Аналіз та інтерпретація результатів соціологічного дослідження	56
3.2. Порівняльний аналіз цінностей українського студентства в залежності від рівня споживання інформації	63
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ	67
4.1. Аналіз умов праці	67
4.2. Аналіз психологічних аспектів праці	69
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Інтенсивний розвиток інформаційного простору – це відображення глобальної тенденції переходу від традиційних моделей соціального устрою до інформаційного суспільства. Ця тенденція стає одним з основних факторів кардинальних змін у багатьох галузях виробництва і у сфері масової свідомості, у внутрішній політиці та формуванні основних інститутів громадянського суспільства, у розвитку міжнародних відносин і формуванні довгострокових стратегій – міждержавних (регіональних), національних і субнаціональних.

Загальна спрямованість і характер розвитку інформаційного простору – це гостроактуальна тема наукового пізнання і предмет підвищеного інтересу у суспільстві. У масовому сприйнятті суб'єктивна реальність, яка створюється мас-медіа, представляється найчастіше (і небезпідставно) не менш значущою, ніж об'єктивна реальність.

Нові характеристики інформаційного простору, пов'язані зі зміною технологій та поширенням глобальних інформаційних систем, не тільки якісно змінюють його сутність, але й змушують багатьох дослідників говорити про вступ людства в епоху «інформаційної революції». Її наслідки виявляються, зокрема, в тому, що рівень розвитку інформаційного простору вирішальним чином впливає на цінності основних соціальних груп населення, змінюючи їх світосприйняття та створюючи нові відносини між людьми.

Проблемою інформаційного простору в аспекті формування образів інформаційного суспільства на теренах вітчизняної науки займаються здебільшого фахівці-соціологи (В. Щербіна, О. Лобовікова й інші). Соціально-політичні виміри інформаційного простору розглядають В. Карпенко та Ю. Бондар, розвідками соціально-психологічних аспектів інформаційного простору займаються О. Ліщинська, В. Малімон, А. Лобанова, О. Злобіна та інші. Перші філософські дослідження інформаційного простору як феномена культури

належать російському науковцю О. Серьогіну. В цих працях здебільшого відображуються особливості буття інформаційного простору в різних культурних нішах сьогодення. Українські дослідники тільки започатковують роботи щодо смислового уточнення цього поняття на теренах філософського знання.

Мета дослідження – виявити механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі.

Завдання дослідження:

1) здійснити теоретико-методологічний аналіз підходів до дослідження інформаційного простору в соціальних науках;

2) методично обґрунтувати та організувати емпіричне дослідження цінностей студентів в інформаційному просторі;

3) емпірично дослідити моделі механізмів становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі.

Об'єкт: інформаційний простір.

Предмет: механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі.

Методи дослідження. Дослідження базується на використанні низки загальнотеоретичних методів, принципів і підходів. У дослідженні використовувалася система методів, що включає аналіз, синтез, порівняння, узагальнення та систематизацію теоретичних підходів та емпіричних результатів, що містяться у наукових літературних джерелах. Для емпіричного дослідження було застосовано стандартизовані опитувальники та соціологічний метод анкетування з використанням наступних методик:

1. Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості.
2. Методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова.
3. Авторська анкета «Інформація у житті студентства».

Наукова новизна дослідження полягає в наступному:

- *набуло подальшого розвитку* висвітлення особливостей цінностей українського студентства в інформаційному просторі;
- *вперше* зібрані емпіричні дані серед студентів НТУУ «КПІ» та Київського національного університету імені Тараса Шевченка щодо моделей механізмів становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі.

Теоретична цінність роботи полягає в аналізі та узагальненні літературних джерел з питання становлення цінностей українського студентства. **Практична цінність** роботи полягає у розробці власного опитувальника щодо насиченості медійною інформацією життя студентства та установленні впливу медіа інформації на цінності студентства.

Дипломна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, які включають 9 підрозділів, висновків до кожного розділу, а також загальних висновків та рекомендацій, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 86 сторінок (з них 74 сторінки основного тексту). Список використаних джерел містить 61 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В СОЦІАЛЬНИХ НАУКАХ

1.1. Історичні особливості дослідження інформаційного простору

Зі стрімким розвитком інформаційних технологій та їхнім потужним впливом на людину і соціум постає необхідність вивчення інформаційної позиції як системи ставлень особистості до стрімкого зростання інформаційно-комунікативних технологій. Важко переоцінити сьогодні ту роль, яку відіграє у розвитку сучасного суспільства інформація. Вона дає змогу людству активно взаємодіяти із природою, допомагає здійснити інтеграцію людських зусиль та стосунків не лише у певних галузях, а й в усій людській діяльності загалом. Інформація стала основним ресурсом людства, базою соціального, психологічного і технічного розвитку. Вона є ключовою сутністю життя особистості. Відтак, із кожним днем виникає необхідність в адекватному сприйнятті, переробці та правильному використанні значних потоків інформації.

З часу створення теорії інформації сучасні дослідники дедалі більше концентрують на ній свою увагу. Наприклад, Н. Вінер трактує це поняття як позначення змісту, що надходить із зовнішнього світу у процесі пристосування до нього людини. Б. Грушин розуміє під інформацією певний феномен, пов'язаний із діяльністю тих чи інших суб'єктів соціальних спільнот (наприклад, груп) чи соціальних інститутів (установ і організацій, які функціонують у суспільстві) [19, С. 14].

Ф. Махлуп визначає це поняття як знання, але не все знання, що має людство, а лише ту його частину, що використовується для орієнтації, для активної дії, для управління. «Інформація – це знання, що передаються кимось

іншим або набуті шляхом власного дослідження і вивчення, наприклад, знання про певну особу, подію, випадок чи щось подібне» [29, С. 15].

Г. Ложкін, В. Й. Бродовська, І. Патрик та В. Яблоненко характеризують інформацію як відомості, враховані не за змістом, а за рівнем організації та обсягу; як відомості, що передаються від одних людей до інших усним, письмовим або іншим способом, а також сам процес передавання чи добування цих відомостей [49, С. 162].

Можна констатувати, що інформація – це знання чи відомості, які передаються від джерела до приймача інформації (особистості), набуті у процесі взаємодії людей у соціумі, усним, письмовим або іншим способом. Особливості психічної діяльності, активність людини визначає середовище існування, яке є її специфічною інформаційною сферою. Водночас, сенсорні системи людини сприяють адекватному збору інформації у цьому середовищі, виступають інформаційними посередниками між внутрішнім та зовнішнім світом. Так, головний мозок виконує аналіз і синтез зовнішньої та внутрішньої інформації у спеціалізованих нервових центрах, у локальних нейронних мережах, на рівні структурно-функціональних блоків (за О. Лурія – це енергетичний блок; блок прийому, переробки і зберігання інформації; блок програмування, регуляції і контролю поведінки), у структурах давнього, старого, середнього, нового мозку (гіпотеза триєдиного мозку П. Мак-Ліна), першої і другої сигнальної системи (І. Павлова), у межах лівої і правої півкулі головного мозку (Р. Сперрі) та формує на цій основі цілісні адаптивні стратегії поведінки [42].

Рецептори сенсорних систем організму людини перетворюють енергію подразників навколишнього світу на єдину специфічну інформацію – нервовий імпульс (біоелектричний імпульс), забезпечуючи при цьому сенсорне кодування інформації. Загалом, інформація передається у вигляді сигналів та зберігається у вигляді символів, сенсорні системи разом із головним мозком при цьому слугують біологічним комп'ютером, тому будь-яка інформація отримує конкретну форму при обробці людиною.

Так, науковці [17, 9, 34] розрізняють дискретну та неперервну форми інформації. Дискретна (стрибкоподібна) – це цифровий спосіб кодування та декодування інформації (технічні інформаційні системи), при цьому об'єм та швидкість обробки інформації є необмеженими. Дискретна форма передається, опрацьовується та зберігається у вигляді кінцевих сукупностей якісно відмінних символів, у тому числі друкованих. Неперервна або плавна форма – це аналоговий спосіб кодування та декодування (формування і розпізнавання образів – «біологічні інформаційні системи»), вона втілюється в образах (зорових, тактичних, слухових тощо). Ця форма інформації є важливою складовою діяльності сенсорних систем та головного мозку людини, при цьому об'єм, швидкість обробки інформації потенційно є обмеженою.

Також слід враховувати структурно-функціональні та когнітивні особливості сенсорних систем, головного мозку, статеві і вікові особливості сприйняття та обробки інформації. Науковцями доведено, що швидкість обробки інформації людиною, а отже її ефективність зростає під час змінених станів свідомості – сну, гіпнозу тощо.

В процесі сприйняття інформації та формування ставлення до неї, важливими є також вплив емоційно-мотиваційної сфери та, власне, механізмів обробки інформації півкулями головного мозку (права – невербальна, ліва – вербальна), їх взаємодія, а також саме інформаційне навантаження [31, С. 42]. Як правило, причиною інформаційних розладів є саме кількість, а не якість інформації. Тому важливо, яку і в якій кількості інформацію сприймає людина, яким чином відбувається сприйняття цієї інформації, та як поводить себе особистість під впливом цієї інформації.

Особливість осмислюваного поняття полягає в тому, що воно об'єднує два змістовних терміни: «простір» та «інформація». Сутність термінологічної «не вивіреності» пояснюється, з одного боку, швидкою зміною філософських і наукових парадигм, що не сприяє їх усталеності, а з іншого, мультипарадигмальністю, що спричинена насиченістю інформаційної складової буття та швидкоплинністю культурних змін [6, С.16].

Відправним елементом поняття «інформаційний простір» є формотворче поняття «простір», що сьогодні виступає визначальною складовою і для інших, порівняно нових понять, а саме: культурний простір, освітній простір, простір ментальності тощо. Вважаємо за доцільне розпочати свій аналіз саме з цього базового терміна, маючи на увазі не стільки процес його становлення в широкому історико-філософському контексті, скільки значущість тих теорій, що впливають на його сучасний зміст.

Міфологічне світосприйняття є відправним для побудови просторових парадигм. Привертає увагу той факт, що всі уявлення про простір у давнину (чи то період протофілософії, чи власне філософський) були «соціалізованими», тобто відтворювали динаміку культурних утворень: структура простору визначалася і соціальними (що відображують певний тип культури) процесами, і соціальною структурою суспільства (достатньо згадати міфологічні концепції). Своєю чергою, самі ці процеси та їх структура визначаються простором.

Наші просторові уявлення сформовані, безумовно, на засадах європейської ментальності. Але треба врахувати культурне взаємопроникнення, інновативність, що були, за слушним зауваженням Й. Гердера, характерними рисами культури протягом всієї історії людства. Тому не менш значущими є просторові уявлення східних філософських систем [31].

Говорячи про процес становлення уявлень про простір, зазвичай виділяють дві концепції простору, що сформувались у Давній Греції. Згідно з першою, простір – це нескінченне вмістище речей, арена руху тіл. Таке уявлення відповідало погляду атомістів на природу речей. «Повне» і «порожнє» – два нерозривно зв'язані поняття: атоми (абсолютно «повне») можуть існувати і рухатися тільки в абсолютно «порожньому» просторі-вмістищі. Цій концепції протиставляється концепція Аристотеля, який заперечував згадану теорію, а отже, і заперечення порожнього простору. За його теорією, порожнеча існувати не може, бо вона – це щось, що має величину, і одночасно ніщо, безтілесний початок: ні на що не діє і не зазнає дії; чого не може бути, тому що

бути не може. За таких засад робився висновок, що простір – це сукупність місць, займаних тілами [7, С.13].

Стародавні уявлення східних народів мали багато спільного з філософськими системами європейської давнини хоча мають певні особливості. Так, у перших китайських філософських системах, що виникли на основі поєднання міфологічного світогляду і соціально-політичної практики, простір трактується як все те, що міститься між небом і землею, які є головними початками, оскільки породили все суще, яке структурується відповідно до взаємодії між темним і світлим початками нижчого рангу, структуруючи тим самим і простір. Щодо індійської ортодоксальної філософії, то простір вона розглядає як дуалістичну сутність. З одного боку, він нескінченний і неплотський, структура його визначається матеріальними процесами і тілами, і сам він, своєю чергою, визначає їх. З іншого боку, простір може набувати форм, що мають часові межі, і в загальному випадку ці локальні форми простору мають хронологічні межі [19].

У середні віки європейські уявлення про простір пов'язані з ідеями божественного творіння світу і створенням простору в акті цього творіння, а також з ідеєю активної ролі непросторової субстанції в генезисі простору. Простір взагалі описувався переважно релігійними і моральними образами-характеристиками.

В епоху Відродження відбувається зміщення уявлень про простір: з'являється поняття абстрактного простору, позбавленого тіл і креаціоністської теоцентричної системи відліку. Його вважають однорідним.

Концептуальні засновки представників Нового часу істотно впливають на формування просторових уявлень сьогодення. Новий виток розвитку культури XVII століття, спричинений науковою революцією, призвів до того, що абстрактний абсолютний простір «наповнюється» матеріальними процесами і тілами, а відповідне поняття включається в механістичну картину світу. Так, трактування простору в галілеївській картині світу, ґрунтоване не тільки на власне філософсько-світоглядних поглядах, але і на результатах наукових

досліджень, надалі так чи інакше впливає на розвиток всіх філософських і природничо-наукових концепцій простору. Галілей робить висновок про існування порожнього простору, який, на його думку, – це викривлене замкнуте порожнє вмістилище світу, своєрідна сукупність траєкторій тіл, але не їх об'ємів і не відстаней між ними. Ньютон надалі побудував концепцію абсолютного порожнього простору – вмістилища світу. Тобто дилему: світ – у просторі або простір – складова частина світу, що стала підґрунтям просторових уявлень сьогодення, було вирішено [40, С. 19 - 21].

Але проблема простору не стає вичерпною, а розгортається надалі в іншій площині. Виникає ідея множинності простору, яка вимагає цілої низки пояснень загальнофілософського характеру, оскільки, коли говорять про багато просторів, то під ними, як правило, мають на увазі лише частини того самого єдиного простору. На думку, І. Канта «Простір в істоті своїй єдиний; багатообразне в нім, а отже, і загальне поняття про простори взагалі ґрунтуються на обмеженнях». Простір, на його думку, як, втім, і всяке інше поняття, треба мислити як «уявлення, яке міститься в нескінченній безлічі різних можливих уявлень (як їх загальна ознака)», зважаючи на те, що жодне поняття не можна мислити так, «ніби воно містить в собі нескінченну безліч уявлень» [16, С. 90].

На підставі трансцендентального тлумачення поняття про простір Кант робить висновок про те, що «ми зберігаємо емпіричну реальність простору (відносно всякого зовнішнього досвіду), хоча визнаємо трансцендентальну ідеальність його, тобто що простір є ніщо, як тільки ми відкидаємо умови можливості всякого досвіду». Таке твердження, як і будь-яке інше визнання апріорності наших знань, можна прийняти, зрозуміло, з поправкою на те, що йдеться лише про індивідуальний досвід, а не про філогенез знань про світ.

Трактування простору в найрозгорнутішій формі дав Гегель. У загальному вигляді для нього простір – це найабстрактніша характеристика інобуття ідеї, позбавлена будь-яких якісних визначень, яка визначає істинне у зовнішній, байдужій рядопокладеності моментів. Тим самим Гегель розвиває в

об'єктивному напрямку думку Канта про те, що простір є якась «нечуттєва чуттєвість і чуттєва не чуттєвість» [29, С. 5]. Наприклад, Гегель стверджує: «... простір і час безперервні в самих собі, і тіло, що рухається, одночасно перебуває і не перебуває в одному і тому ж місці, тобто одночасно перебуває в іншому місці, і точно так само одна і та ж тимчасова точка існує і разом з тим не існує, тобто є разом з тим інша точка» [29, С. 6]. Простір, за Гегелем, – це гола форма, якась абстракція – абстракція безпосередньої зовнішності, і воно «цілком безперервно». Справді, якщо те, що наповнює простір, не має нічого спільного з самим простором, якщо «всі .. тут знаходяться одне поруч з іншим, не заважаючи один одному», то простір є якась точковість, яка, будучи неіснуючою, одночасно є «цілковитою безперервністю» [29, С. 6].

За матеріалістичним трактуванням, популярним у ХІХ сторіччі, простір розглядався як такий, що не існує самостійно і незалежно від матерії, його не можна відділяти від протяжних речей і їх взаємного розташування. Основні властивості простору – його загальність, протяжність і координованість його частин; закономірності простору – це, передовсім і тільки, закономірності матерії. Але оскільки матерія існує в різних формах і видах, оскільки і простір повинен бути різноманітним за видами та формами.

Прийнято вважати, що основними властивостями простору є однорідність, ізотропність і тривимірність. Але річ у тім, що ці властивості описують конкретні структури простору, а суть філософського трактування структури простору доцільна в найзагальнішому вигляді.

Звернімося до нашого короткого екскурсу в кантівську філософію простору і часу. Від кантівської версії цієї проблеми, зокрема, до його пояснення феномена орієнтування людини в просторі та в часі, виходять переконання М. Хайдеггера. З його погляду, наведена в роботах І. Канта «психологічна інтерпретація, що Я має щось «в пам'яті», має на увазі, по суті, екзистенціальний пристрій буття-у-світі, оскільки Кант цю структуру не бачить, він упускає і повний «взаємозв'язок конституції можливого орієнтування» [61, С. 14]. З цього «доповнення» до кантівського розуміння

природи простору-часу впливає, за логікою Хайдеггера, яку в цьому випадку ми повністю розділяємо, важливий висновок: «Попередня експлікація просторовості внутрімірно підручного і експлікація просторовості буття у світі дає вперше передумови, щоб розробити феномен просторовості світу і поставити онтологічну проблему простору» [61, С. 18].

Нинішній період розвитку уявлень про простір відзначається узагальненням поглядів на простір, спробами вироблення єдиної теорії, яка зможе об'єднати простір мікро-, макро- і мегасвіту. Таке узагальнення простору можна трактувати як природу в тому значенні, якого надавали їй древні греки, тобто природну реальність навколишнього світу, що постає перед нами. Е. Гуссерль, наприклад, підкреслює, що «історичний світ греків, що їх оточує – це не об'єктивний світ у нашому розумінні, це їх «світо уявлення», тобто їхня особиста об'єктивна оцінка світу зі всіма важливими для них реальностями, включаючи богів, демонів й інше... Навколишній світ – поняття, що належить виключно духовній сфері». У такому ракурсі розгляду «навколишній світ» в інтерпретації Гуссерля збігається з сучасним поняттям простір в аспекті його культурного сприйняття [61, С. 19].

На тлі означених теорій, які підготували наші просторові уявлення і надали концептуальну базу філософії ХХ сторіччя для усвідомлення багатовимірності простору, поняття «інформаційного простору» виникає досить пізно, коли інформація стає невід'ємним атрибутом буття людини. Вперше слово «інформація» (в написанні «informacioun») з'явилося в англійській мові лише в XIV столітті, а сучасне написання «information» усталилось двома сторіччями пізніше. У наступному сторіччі термін «інформація» приходить із Польщі до східнослов'янських мов. Проте лише з середини ХХ століття «інформація» стає не тільки загальноживаним поняттям, але й загальнонауковим, та досі у науковій сфері воно залишається вкрай дискусійним. Загальноприйнятого визначення інформації не існує, і воно використовується головним чином на інтуїтивному рівні.

Оскільки залежно від галузі використання термін «інформація» має безліч визначень, вважаємо найдоречнішим для нашого дослідження визначення ЮНЕСКО: «універсальна субстанція, що пронизує усі сфери людської діяльності, слугує провідником знань та думок, інструментом спілкування, взаєморозуміння та співробітництва, утвердження стереотипів мислення та поведінки» [31, С. 37]. Д. Робертсон називає інформацію «сучасною цивілізацією». Він обґрунтовує свою думку тим, що «інформаційні ресурси обмежують цивілізацію більше, ніж фізичні фактори» [31, С. 38].

Отже, до комплексу міфологічного (що виступає уособленням соціального) і класичного (що уособлює філософські й наукові аспекти розвитку, логіку розгортання понятійних смислів) уявлень про простір, що були притаманні людству протягом тисячоліть, разом зі становленням нової, інформаційної епохи, долучаються й новітні уявлення про простір, що уособлюють певний рівень культурного розвитку.

Перші роздуми відносно наповнення простору інформацією та становлення «розумного» простору-ноосфери – належать, як відомо, нашому співвітчизнику, В. Вернадському. Сам В. Вернадський виділяв такі соціокультурні фактори, що формують ноосферу: поширення людини по всій поверхні планети; розвиток засобів зв'язку і обміну, що інтегрують людей в єдине ціле; відкриття нових джерел енергії (атомна, сонячна тощо); масова демократизація державного устрою; вибух наукової творчості в ХХ сторіччі, які, як бачимо, здебільшого реалізувалися. «Інформаційне середовище завдяки культурній асиміляції техніки виявляється незамінним засобом формування єдності людського розуму – побудови ноосфери, передбачуваної В. Вернадським», – вказує Шрайнер [59].

Одночасно розробляються теорії, що описують різні форми простору та їх взаємодію. Так, А. Моулз робить спробу поєднати теорію інформації з естетичним сприйняттям, що є суто культурним виміром буття людства [49, С. 162].

У більшості сучасних розвідок інформаційний простір інтерпретується гранично схематично – як складова частина простору культури, і, одночасно, як особлива галузь фізичного простору, яка може виокремлюватися за заданими характеристиками (наприклад, за носіями інформації). Під час дослідження інформаційного простору важливо вказати не тільки на спадкоємність етапів її становлення, що відповідають певному рівню розвитку культури, а також на той факт, що в аспекті інформаційного середовища вона розвивається за зразком сховища знань. Інформаційний простір дає змогу «робити суспільним надбанням, доступ до якого практично не обмежений бар'єрами простору і часу, системи знань окремих осіб і колективів. Це ставить перед суспільством фундаментальну культурологічну задачу – інтеграцію знань, що дозволяє використовувати в практичній діяльності весь досвід людства, а не протиставляти одне одному фрагменти знань, що накопичені в різних культурах» [15].

Однією з головних характеристик інформаційного простору є його «трансїсторичність», тобто здатність сполучати покоління людей незалежно від того, чи є вони сучасниками в прямому значенні цього слова. Цього аспекту проблеми торкався Х. Гадамер, який, ставлячи питання про «сучасництво», зупиняється на проблемі трансїсторичності інформаційного простору, в якому здійснюється сприйняття тексту: «Позавчорашні і післязавтрішні слухачі, – відзначає він, – завжди належать до тих, до кого ми звертаємося як сучасники до сучасників. Але де пролягає межа, що відокремлює від нас це «післязавтра» і, отже, що виключає того або іншого читача з кола тих, до кого ми звертаємося?» [45, С.56].

Іншою важливою характеристикою інформаційного простору є, на наш погляд, його культурний динамізм, прояви якого, на думку О. Серьогіна, можна спостерігати майже у всіх сферах життєдіяльності.

По-перше, інтелектуальна складова стає не тільки домінантою трудової діяльності, але і якісно перетворює простір вільного часу, розширюючи діапазон інтересів і можливостей самореалізації людини і соціуму як у

реальному світі, так і в його віртуальному вимірюванні. Віртуальний світ – це своєрідне відображення і вияв законів об'єктивної дійсності, а «віртуальна культура» далеко не завжди є антагоністом національній культурі, стаючи іноді її «заломленням».

По-друге, якісно змінюється характер самої інтелектуальної діяльності, яка стає загальнодоступною, «планетарно-масовою» і достатньо відкритою зсередини (іноді – відкритою для одночасної участі в дискурсі практично необмеженої кількості суб'єктів інформаційної діяльності). У результаті цих перетворень сама інтелектуальна діяльність значною мірою втрачає характерний для неї ореол «надчасової елітарності» і «цехової замкнутості», що, втім, може розглядатися не тільки як свідчення зростання загальної культури інтелектуальної діяльності, але і як чинник, що знижує цю культуру» [16, С. 91-93].

Оскільки ми розуміємо простір передусім як багатоманітний світ культури, який оточує нас, якому людина дає особистісну інтерпретацію, що відображує певний рівень сформованої та присвоєної нею ціннісної складової культури, як робочий варіант інформаційний простір можна визначити як домінуючу складову сучасного простору культури, що визначає рівень, характер і спрямованість культурного розвитку та зумовлює її провідні елементи: наукові, духовні та естетичні.

Інформаційний простір, як зазначає О. Дубас, – це історично сформована, забезпечена правовими гарантіями й засобами зв'язку, з найбільшою доступністю для споживача форма скоординованих і структурованих, територіально близьких і віддалених інформаційних ресурсів, які акумулюють результати комунікаційної діяльності людей [17].

Інформаційний простір, постійно розширюючись і відіграючи дедалі важливішу роль у житті людей, формує новий життєвий простір у вигляді цілісного поля, усередині якого індивіди взаємодіють між собою. Специфіка його полягає в «розірваності двох рівнів буття: реального й віртуального, що зумовлює нові норми й ситуації існування».

Набуваючи глобального характеру, «інформаційні технології, як підкреслює І. Манакова, сприяють розширенню комунікацій і формуванню єдиного комунікативного простору, у рамках якого формуються свої особливі закони та норми поведінки й світосприйняття».

У багатьох наукових працях розуміння інформаційного простору зводиться до його розгляду як певної історично, географічно і політично визначеної території, яка є сувереном щодо поширення на ній текстової, звукової, аудіовізуальної та ілюстративної інформації через канали засобів масової інформації.

Однак М. Слюсаревський у науковій статті «Інформаційний простір: критика існуючих визначень і спроба побудови теорії» висловлює думку про те, що воно не абсолютно правильно відображає сутність інформаційного простору, оскільки залишає на задньому плані самі інформаційні процеси. Автор пропонує «реляційну теорію інформаційного простору», яка зводиться до таких висновків:

1. Інформаційний простір є станом (і, водночас, результатом) перманентної взаємодії процесів виробництва та споживання інформації.

2. Процеси виробництва інформації породжують інформаційний простір, але самі по собі не можуть дати йому просторової визначеності, яку надають йому процеси споживання інформації.

3. Параметри інформаційного простору зумовлюються насамперед темпорально-психологічними характеристиками перебігу інформаційних процесів і соціально-психологічними характеристиками споживачів інформації [40, С. 51].

Згідно з наведеною концепцією, інформаційний простір визначається не стільки кількістю вироблення чи площиною поширення інформації, скільки обсягами та інтенсивністю її споживання. Адже виготовлення певного обсягу інформації не гарантує такої ж кількості її споживання.

Д. Белл розглядає інформаційний простір як сукупність знань, що мають цінність у вигляді економічного ресурсу, який сприяє розвитку тих чи інших

секторів громадського життя. Специфіка інформації, з такої точки зору, полягає в здатності слугувати товаром, брати участь в економічних маніпуляціях і бути запорукою економічної стабільності [44, С. 115].

Дослідники відзначають, що поняття «інформаційний простір» поєднує два терміни: «простір» та «інформація». Простір можна охарактеризувати такими властивостями, як структурність, довжина, співіснування й взаємодія елементів у всіх матеріальних системах [33].

На думку М. Каткової, інформаційний простір – це історично сформована, забезпечена правовими гарантіями й засобами зв'язку, з найбільшою доступністю для споживача форма скоординованих і структурованих, територіально близьких і віддалених інформаційних ресурсів, які акумулюють результати комунікаційної діяльності людей [41, С. 212].

Інформаційний простір, постійно розширюючись і відіграючи дедалі важливішу роль у житті людей, формує новий життєвий простір у вигляді цілісного поля, всередині якого індивіди взаємодіють між собою. Специфіка його полягає в розірваності двох рівнів буття: реального й віртуального, що зумовлює нові норми й ситуації існування. Набуваючи глобального характеру, інформаційні технології сприяють розширенню комунікацій і формуванню єдиного комунікативного простору, у рамках якого формуються свої особливі закони та норми поведінки й світосприйняття.

Існує кілька підходів до розгляду інформаційного суспільства. У рамках геополітичного підходу, інформаційний простір розуміється як якась віртуальна територія, на якій взаємодіють різні політичні суб'єкти, що керуються необхідністю контролювати власний інформаційний сегмент, ефективно протистояти конкурентам і розширювати сферу свого впливу.

Прихильники ноосферного підходу висувують інші принципи інформаційної взаємодії: відкрите співробітництво й інформаційна рівність, засновані на першості духовних цінностей, моральних норм і законів. При цьому моделі інформаційного простору в рамках обох підходів багато в чому збігаються. Існує загальне розуміння проблеми масового інформаційного

впливу на свідомість і поведінку людей. Активно досліджуються деструктивні наслідки маніпулювання суспільною думкою за допомогою інформаційних методів і каналів впливу [27].

У рамках семантичного підходу інформаційний простір моделюється як гіпертекстова структура, що включає різноманітні та взаємозалежні образи, знаки, концепти, тексти й документи, з якими відбуваються процеси кодування, передання, зберігання й інтерпретації інформації.

Специфікою соціокультурного підходу до інформаційного простору є виявлення взаємозв'язку засобів масової інформації з трансляцією культурних моделей, що задають соціальну ідентичність індивідів. Взаємодія й навіть протиборство наявних в інформаційному просторі моделей самоідентифікації веде до різкого збільшення обсягів інформації, яка переробляється. Це позначається на психологічному стані індивідів і може викликати навіть відторгнення джерел інформації. Процеси глобалізації та інформатизації, що тісно пов'язані й протікають паралельно, натрапляють на вороже ставлення представників державної еліти.

Адже людина, занурена у світ інформаційних потоків, вивільняється з пут громадянства, національної приналежності й інших факторів самоідентифікації. На цьому етапі функціонування суспільства досягається відносна незалежність бажань індивіда (зрозуміло, прихильного до нових модифікованих цінностей) від попередньої культурної традиції.

Інформаційно-комунікативний підхід подає інформаційний політичний простір як систему різноманітних інформаційних потоків, які організуються та транслюються через відповідні інформаційні канали різними суб'єктами. У рамках цього підходу аналізуються системні характеристики інформаційного політичного простору, методи та технології політичної комунікації.

Згідно з соціально-інформаціологічною парадигмою інформаційний простір виступає як соціально-психологічний простір і складається зі специфічних інформаційних полів, що корелюють із трьома іншими просторами: соціальним, психологічним і семантичним. Центральним об'єктом

дослідження є людина, її свідомість і психіка. Слід зазначити, що цей підхід намагається інтегрувати багато теоретичних висновків інших дослідницьких напрямків.

Інформаційний простір, з погляду комунікаційного підходу, – це сукупність комунікаційних технологій, що забезпечують взаємодію між виробником, передавачем і споживачем інформації [45, С. 56].

Таким чином, створюваний єдиний інформаційно-комунікативний простір має потужний потенціал впливу, здатний трансформувати політичні й культурні цінності. Так, у сучасному суспільстві джерелом і засобом формування знань, настанов, переконань слугують не стільки безпосередні контакти людини з навколишнім середовищем і особистий досвід, скільки інформація, розповсюджувана ЗМІ (преса, радіо, телебачення, книги, Інтернет тощо). А подія для суспільства стає подією лише тоді, коли вона одержує інформаційне забезпечення. Але це не означає, що роль ЗМІ зводиться до поширення інформації та думок. Використовуючи різні медіа-канали, окремі люди та різні соціальні групи усвідомлюють і виражають свою соціокультурну ідентичність, спільні інтереси й потреби. Інтереси, цінності й норми поведінки соціальних груп в інформаційному просторі можуть істотно відрізнитися від традиційних, тому що інформаційний простір формує свої інтереси, культурні особливості, цінності й норми поведінки, а традиційні інтереси, цінності та норми при трансфері їх в інформаційний простір зазнають найчастіше істотних змін.

1.2. Концептуалізація поняття «інформаційний простір» у сучасному суспільстві

Хоча дефініцій поняття «інформаційний простір» є чимало, найоптимальнішим нам видається наступне – «це сукупність суб'єктів

інформаційної взаємодії чи впливу; власне інформації, призначеної для використання суб'єктами інформаційної сфери; інформаційної інфраструктури, що забезпечує можливість обміну між суб'єктами; суспільних відносин, котрі формуються як наслідок утворення, передачі, розповсюдження і зберігання інформації, обміну інформацією всередині суспільства» [18, С. 198]. Інформаційний простір загалом передбачає існування будь-якого типу інформації, що є однією з відмінностей його від фізичного простору. У центрі інформаційного простору стоїть суб'єкт, який у процесі своєї діяльності створює, накопичує, передає, зберігає інформацію. Таким суб'єктом може бути як людина чи соціальна група, так і компанія чи навіть державний орган – тобто всі, хто використовують можливості сучасних інформаційних технологій. Однак, у будь-якому випадку інформаційний простір існувати без людини не може. Ця теза підтверджується такою якістю інформаційного простору як безмежність, що стала можлива завдяки розвитку технічних каналів комунікації. Сьогодні, в інформаційному аспекті, інформаційний простір позбувся усіх обмежень, що властиві простору фізичному, – державні кордони, океани, велика віддаль. Проте він має й певні обмеження, пов'язані з державною чи військовою таємницею, правом на недоторканність приватного життя, – так звані конвенціональні межі.

Однією із важливих властивостей інформаційного простору є те, що він володіє національно-специфічними способами побудови, обробки та поширення інформації. Також варто сказати, що специфіка протікання інформаційних процесів у суспільстві опосередковано свідчить про рівень його демократичності. Отже, якщо говорити про інформаційний простір України, то його межі мають збігатися з її кордонами. Саме у цьому ареалі діють усі складові вітчизняного інформаційного простору: радіо, преса, телебачення. Ці засоби масової інформації, а також всесвітня мережа, повідомляють та складають відповідне уявлення як на внутрішньому інформаційному просторі, так і на світовому.

Остання теза є своєрідним підтвердженням думок фахівців, котрі вважають, що складові інформаційного простору не просто відбивають навколишню реальність, а великою мірою самі творять її, формують те, що потім сприймають численні реципієнти. Інформаційний дискурс володіє надзвичайними можливостями впливати на владні структури, світосприймання, навіть ідентичності чи змінювати їх через можливості творити уявлення про місця, суспільства, часи, представляти різноманітні дії та погляди окремих людей чи формацій. І цими можливостями обов'язково потрібно скористатися для формування власного національного інформаційного простору, а через нього – забезпечити інформаційну незалежність та безпеку держави. Адже у час розвинених засобів масової комунікації кожний громадянин держави має справу з гіперреальністю, з якої він виносить свій досвід. Однак останній є не прямим, а опосередкованим, оскільки сьогодні уявлення про соціальний простір повністю залежить від простору інформаційного [41].

Як правило науковці намагаються окреслити основні, фундаментальні ознаки інформаційного суспільства. Характерними рисами теоретичного інформаційного суспільства, є: збільшення ролі інформації і знань в житті суспільства; зростання числа людей, зайнятих інформаційними технологіями, комунікаціями і виробництвом інформаційних продуктів і послуг, зростання їх частки у валовому внутрішньому продукті; зростання інформатизації та ролі інформаційних технології в суспільних та господарських відносинах; «створення глобального інформаційного простору, який забезпечує (а) ефективну інформаційну взаємодію людей, (б) їх доступ до світових інформаційних ресурсів і (в) задоволення їхніх потреб щодо інформаційних продуктів і послуг» [42].

Здебільшого, суспільство вважається інформаційним, якщо: будь-хто, будь-де й у будь-який час можуть одержати за відповідну плату чи безкоштовно на основі автоматизованого доступу і систем зв'язку будь-яку інформацію і знання, необхідні для їхньої життєдіяльності і рішення особистих і соціально значущих задач; у суспільстві виробляється, функціонує і доступна

будь-якому індивіду, групі чи організації сучасна інформаційна технологія; існують розвинені інфраструктури, що забезпечують створення національних інформаційних ресурсів у обсязі, необхідному для підтримки науково-технологічного й соціально-історичного прогресу, що постійно прискорюється; відбувається процес прискореної автоматизації й роботизації всіх сфер і галузей виробництва та керування; здійснюються радикальні зміни соціальних структур, наслідком яких є розширення сфери інформаційної діяльності та послуг. Головними продуктами виробництва інформаційного суспільства є інформаційно-комунікативне середовище.

Під інформаційним простором розуміється «сукупність знаннєвих, технологічних і ментальних сутностей, які в синхронній інтеграції забезпечують якісне оволодіння системою відповідних знань» [12, С. 52]. Таке середовище може забезпечуватися завдяки впровадженню нових інформаційно-комунікаційних технологій навчання (матеріали електронних конференцій, віртуальних семінарів і форумів, періодичні наукові електронні видання, персональні Web-сторінки провідних вчених і Web-сайти наукових центрів, дистанційні олімпіади, конкурси, віртуальні науково-дослідницькі лабораторії тощо) та виконувати одну важливу для творчої особистості функцію: допомагати адекватно оцінити власний рівень розвитку творчих здібностей.

Під інформаційними технологіями розуміють «сукупність методів і технічних засобів збору, організації, зберігання, обробки, передачі і представлення інформації, що розширюють знання людей і можливості, що розвивають їх, по управлінню технічними і соціальними процесами» [12, С. 53].

Інформаційна технологія, на думку Г. Селевко, може бути реалізована в трьох варіантах [43, С. 231-233]:

- 1) як «проникаюча» (використання комп'ютера при вивченні окремих тем, розділів, для вирішення окремих дидактичних завдань);
- 2) як основна (найбільш значима у педагогічній технології);

3) як моно технологія (коли навчання і управління навчальним процесом, включаючи всі види діагностики, контролю і моніторингу, спираються на використання комп'ютера).

Використання сучасних інформаційних технологій, зокрема персонального комп'ютера, формують інформаційно-комунікативне середовище, яке повинно відповідати наступним групам вимог [45, С. 56-57]:

1. Технічні вимоги: мультимедійні комп'ютери.

2. Програмні вимоги: програмне середовище повинно вирішувати питання безпеки (реєстрації, персоніфікації, розмежування прав доступу до ресурсів), бути інтегрованим (усі навчальні компоненти повинні надаватися в природній формі), нескладним для освоєння, наповнення і модифікації, надавати можливості взаємодії, спілкування, моніторингу навчального процесу, містити режим виходу із складних становищ (експерт), надавати можливості для дистанційного навчання (on- і off-line).

3. Академічні вимоги стосуються методичного наповнення інформаційно-комунікаційного середовища.

4. Соціальні вимоги. Оскільки користувачі інформаційно-комунікаційного педагогічного середовища утворюють певну спільноту, особливу увагу необхідно приділити означеній групі вимог, яка, на наш погляд, включає культурологічний, етичний і юридичний аспекти. Йдеться, насамперед, про правила спілкування в мережі та використання доробок інших авторів.

5. Вимоги до людських ресурсів – наявність фахівців-програмістів.

Отже, інформаційний простір включає: безліч інформаційних об'єктів і зв'язків між ними; засоби і технології збору, накопичення, передачі (транслявання), обробки, продукування та поширення інформації; власне знання; засоби відтворення аудіовізуальної інформації; організаційні та юридичні структури, що підтримують інформаційні процеси.

Суспільство, створюючи інформаційний простір, функціонує в ньому, видозмінює і вдосконалює його. У свою чергу, інформаційно-комунікаційне

середовище сучасного суспільства постійно детермінується досягненнями науково-технічного прогресу, вдосконалення яких відбувається в наші дні інтенсивному темпі. Наукові дослідження в різних галузях переконують в тому, що вдосконалення інформаційного простору суспільства ініціює формування прогресивних тенденцій розвитку продуктивних сил, зміну структури суспільних взаємин, взаємозв'язків і, перш за все, інтелектуалізацію діяльності усіх членів суспільства в усіх його сферах і, природно, у сфері освіти. Крім того, інформаційний простір включає сукупність програмно-апаратних засобів та систем, комп'ютерних інформаційних (локальних, глобальної) мереж та каналів зв'язку, організаційно-методичних елементів системи освіти та прикладної інформації про предметну галузь.

Функціонування інформаційного простору визначається наступними факторами: здійсненням інформаційної взаємодії користувача (користувачів) як між собою (в рамках освітніх взаємодій), так і з екранними образами досліджуваних об'єктів, навчальними сюжетами, які відбуваються і розвиваються на базі використання розподіленого інформаційного освітнього ресурсу даної конкретної предметної області; можливістю працювати в умовах реалізації вбудованих технологій навчання, орієнтованих на навчання закономірностям даного конкретного предмету.

Сучасний інформаційний простір інформаційного суспільства розкривається через здійснення фронтальної інформатизації, соціальної комунікації та глобалізації соціально-комунікаційних процесів, коли новітні способи і засоби збору, накопичення і переробки даних, телекомунікації стають дієвим елементом усіх форм інформаційно-комунікаційних зв'язків без обмежень. Еволюційні тенденції суспільної діяльності створюють умови для збереження і трансляції досягнень науки, освіти, культури тощо, а також задоволення потреб в інформації [14].

Нині значний інтерес науковців до проблем формування інформаційного простору пов'язаний, передусім, з сучасними технологіями, які повністю змінили уявлення суспільства про майбутнє людської цивілізації. З цих позицій

науковці аналізують характерні ознаки, проблеми, перспективи розвитку простору в умовах інформаційного суспільства.

Кожному суспільству для забезпечення обміну і розповсюдження інформації необхідне повноцінне комунікаційне середовище. Еволюція людської культури й еволюція соціальних комунікацій взаємопов'язані між собою, оскільки комунікація є органічною частиною людської культури і кожен її еволюційний етап має тільки йому притаманні характеристики. У працях багатьох дослідників (Р. Абдеєва, Д. Белла, В. Ільганаєвої, В. Кашкіна, Г. Почепцова, В. Конецької, А. Соколова) розкривається «вплив рівнів комунікаційної культури на систему становлення соціальної комунікації, яка є характерною для кожного історичного етапу розвитку суспільства.

Інформаційне середовище – це частина інформаційного простору (сукупність знань, що мають цінність у вигляді економічного ресурсу, який сприяє розвитку тих чи інших секторів громадського життя), який формує найближче інформаційне оточення індивіда, виступає сукупністю умов, що забезпечують його продуктивну діяльність [29, С. 17].

Підтвердженням даної думки є й визначення поняття «інформаційне середовище» Л. Петуховою. На її думку, інформаційне середовище – це середовище, яке: постійно і все більш агресивно збільшує мотивацію підростаючого покоління до споживання контенту, що циркулює в ньому; середовище, що надає доступ до ресурсів в будь-який зручний час; володіє зручним, гнучким, дружнім, інтелектуальним сервісом, що допомагає людині знайти необхідні інформаційні ресурси, дані або знання; що дозволяє організувати практично безкоштовні, зручні у часі контакти між будь-якою кількістю людей, забезпечити зручний і гнучкий обмін інформацією (причому в будь-якому вигляді) між ними; крок за кроком, стандартизує, а потім інтегрує в собі функціональність усіх попередніх, нині, так званих, традиційних засобів отримання, збереження, обробки і представлення необхідної людині інформації, даних та знань; бере на себе все більше рутинних операцій, пов'язаних з операційною діяльністю людини [6, С. 16].

Сучасні науковці зазначають, що «інформаційно-комунікаційне середовище є універсальною сукупністю матеріально-речових, субстанціонально-змістових, технологічних, організаційних умов, які дозволяють соціальним групам і структурам здійснювати передачу та взаємообмін інформацією, що, перш за все, необхідно суб'єктам комунікаційної взаємодії та спілкування в конкретно-історичному просторово-часовому континуумі» [51].

«Сучасні парадигмальні комунікативні стратегії, переконує Г. Почепцов, засновані на активному символічному використанні інформаційних і телекомунікаційних технологій, поєднують інструментальні і функціональні комунікаційні дії, забезпечують новий тип спілкування людини, культури, соціуму, а саме: віртуальність, інтерактивність, гіпертекстуальність, глобальність, креативність, анонімність, мозаїчність» [33, с. 55]. Розглянемо окремі головні особливості вищезазначених комунікаційних процесів.

Специфічний паралельний цифровий простір (електронна форма комунікацій) зумовлює віртуальність комунікативних процесів, коли електронне спілкування, на відміну від усної, або документальної форми комунікації, відбувається у віртуальному інформаційному просторі глобальної комп'ютерної мережі.

Інтерактивність проявляється в розвитку гіпермедіа, що разом із мас-медіа є універсальним посередником комунікаційного соціального спілкування в різних сферах суспільного життя.

Гіпертекстуальність розглядається як нова текстуальна парадигма та спосіб комунікації в суспільстві, орієнтовані на численні одночасні потоки інформації. Гіпертекст же за словами С. Михайлова, є загальнодоступним засобом створення, збереження, передачі даних, об'єднує всі інформаційні потоки біт в єдиному інформаційному комунікаційному середовищі, забезпечує глобальний характер спілкування.

Глобалізація комунікації знімає просторово-часові обмеження комунікативної взаємодії, сприяє формуванню мегасуспільства.

Креативність у віртуальному спілкуванні є класичним прикладом виявлення людиною максимальних можливостей для конструктивної діяльності у віртуальному середовищі як новому типі комунікативного співтовариства [25, С. 209].

Розглядаючи інформаційно-комунікаційне середовище суспільства як відображення багатofункціональної системи соціальних зв'язків, взаємовідносин, пов'язаних із задоволенням нагальних потреб суспільства, слід пам'ятати, що воно має часові характеристики. Зокрема, минуле – колективний досвід, системи соціально-комунікативного знання, уміння та навички, що втілені в матеріально-суспільних комунікаційних явищах, зразки і традиції комунікаційної дії та соціально-інформаційні й когнітивні процеси тощо; теперішнє – творча колективна праця, ефективне використання досягнень інформаційної революції в різних сферах життя суспільства, інноваційні трансформації соціально-культурних здобутків людства через результативну прагматичну діяльність, засновану на використанні комп'ютерних і телекомунікаційних технологій тощо; майбутнє – суспільно необхідні соціально-комунікаційні реальні можливості, перспективні плани, прогресивний розвиток комунікаційного середовища інформаційного суспільства.

Інформаційно-комунікаційне середовище стає реальністю там, де реалізується комунікативний ланцюжок: хто?, що?, навіщо? кому?, у якому питанні – що? і навіщо? (з якою метою?) – є головними елементами.

Результатом реалізації комунікаційного ланцюжка мають бути взаєморозуміння і об'єднання суб'єктів та об'єктів освітнього процесу з метою досягнення важливої для обох учасників взаємодії результату. Досягнення консенсусу є надзавданням функціонування комунікативного середовища у напрямі створення збалансованого освітнього простору.

У свою чергу інфраструктура інформаційного простору (інформаційна інфраструктура) – це система організаційних структур, що забезпечують функціонування й розвиток інформаційного простору та засобів інформаційної

взаємодії. Тобто інформаційна інфраструктура (ІІ) являє собою сукупність (рис. 1): електронних інформаційних ресурсів (ЕІР); автоматизованих інформаційних систем (АІС) як засобів збору, виробництва, накопичення, обробки, збереження та розповсюдження інформації; засобів доставки ЕІР до користувачів і забезпечення інформаційного обміну (лінії та засоби зв'язку, мережі телекомунікацій); відповідних інституційних складових (обчислювальні центри, інформаційні агенції, оператори та провайдери тощо); системи забезпечення ІІ, що включає засоби нормативно-правового, економічного забезпечення, стандарти, інструктивні матеріали та документацію; системи підготовки кадрів і людини як активного фактору впливу на інформаційний простір [32, С. 8].



Рис. 1.1. Структурна схема інформаційної інфраструктури

Вочевидь, у сучасних умовах перш за все мова має йти про автоматизовані інформаційні системи та системи телекомунікацій. Власне кажучи, всі інші складові так чи інакше пов'язані із множиною АІС різних рівнів і масштабів, які на сьогодні впроваджені або створюються в більшості установ, підприємств і організацій, та поєднуються системами телекомунікацій. Різні дослідницькі агенції при проведенні ранжирування електронної готовності (е-

readiness) країн світу на перше місце ставлять саме рівень зв'язності та розвитку технологічної інфраструктури (Connectivity and technology infrastructure).

Прикладом важливості цієї сфери може слугувати створення в Україні в 90-х роках минулого століття в умовах обмеженої цифровізації зв'язку, недостатності широкопasmових оптоволоконних ліній та слабого розвитку національного сегменту Інтернету системи масового розповсюдження інформації каналами телевізійного мовлення «Все – Всім», що зіграла важливу роль у забезпеченні доставки великих обсягів інформації широкому колу користувачів.

На сьогодні завдяки стрімкому розвитку технологій, зокрема радіодоступу, лібералізації ринку телекомунікацій та провайдерства Інтернету, доступності широкого спектра засобів інформаційних технологій можна говорити про те, що в галузі автоматизації різних сфер діяльності та забезпечення зв'язності в країні йдуть динамічні процеси розвитку в бік розбудови сучасної технологічної схеми II (рис. 1.2.), що дозволить вирішувати різномасштабні завдання щодо інформаційного обміну та доступу до інформаційних ресурсів.

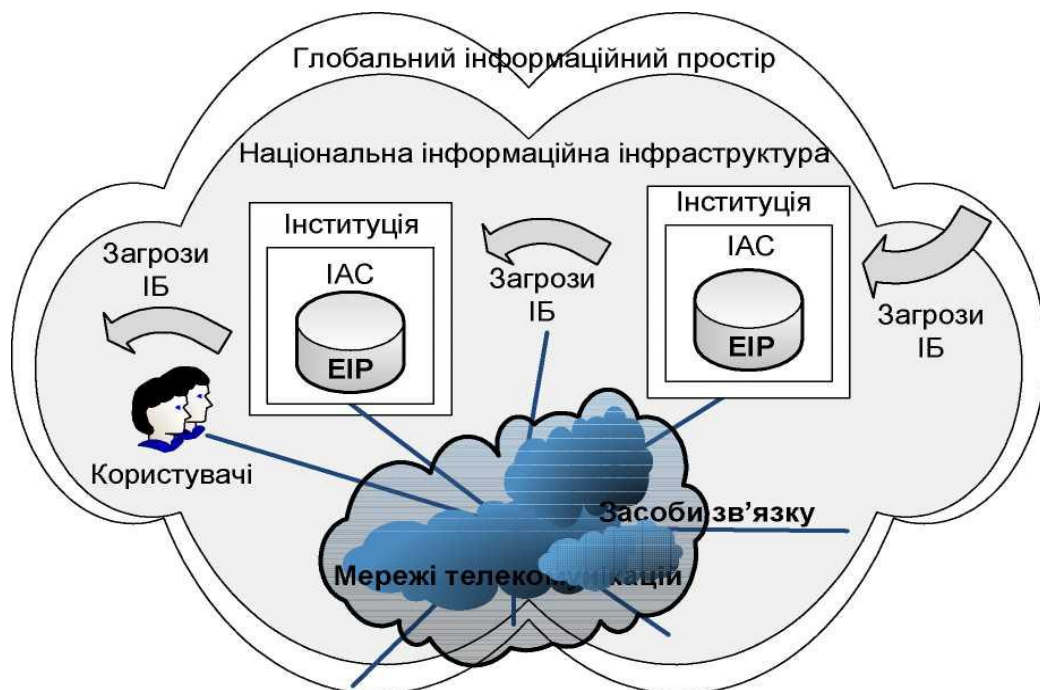


Рис. 1.2. Технологічна схема національної інформаційної інфраструктури

Отже, побудова єдиного інформаційно-комунікативного середовища сучасного світу, створюється такими здобутками цивілізації, як глобальна система Internet, засоби зв'язку та пересування величезних мас людей, що посилює природне прагнення людей до об'єднання, гармонізації людських відносин, вироблення нових підходів до вирішення соціальних та економічних проблем, що стоять перед людством. Крім того, багатополлярність сучасного світу порядку «вивернула» нові проблеми, орієнтовані, перш за все, на культурно-комунікативну сферу соціальної реальності.

1.3. Інформаційний простір та ціннісні орієнтації студентства України

Велику роль у самопочутті суспільства, кожного її члена, відіграє також міра задоволення потреби в інформації. Оскільки загальна соціальна система будується під впливом інформаційної системи, в якій взаємодія між підсистемами та елементами протікає у формі енергоречових та інформаційних процесів, існує необхідність в інформаційному забезпеченні усіх сфер суспільної діяльності. Інакше кажучи, інформація перетворюється на товар, який має соціальні, якісно-кількісні, вартісні виміри та характеристики своїх виробників і своїх споживачів. Зазначимо, що вона являє собою семіотичне значення та відомості, зорієнтовані на задоволення ментальних (духовно-інтелектуальних), суспільно-політичних та організаційно-виробничих потреб людини у соціумі. Це визначає включеність у загальну систему соціальної інформації. У зв'язку з цим виникають інформаційні потреби людини. Тобто це потреби особистості у певній інформації, яка допоможе їй орієнтуватись у навколишній діяльності, щоб вірно обрати лінію поведінки, досягнути

внутрішньої рівноваги та узгодженості із соціальним середовищем, а також сформувати власний світогляд та власне інформаційну позицію.

Наголосимо, що соціальна активність людини прямо пропорційно залежить від рівня розвитку інформаційних потреб та їх задоволення. За умови не задоволення цих потреб, людина витісняє їх, тобто її активність в отриманні інформації пригнічується.

Інформаційна потреба особистості задовольняється за допомогою засобів масової інформації – як друкованих, так і електронних. Сьогодні людина орієнтується у світі цінностей та орієнтує інших за допомогою засобів масового інформування. Зрозуміло, що засоби масової інформації як складові засобів масових комунікацій загалом, трансформуючи уявлення про різні фрагменти дійсності, є потужними інструментами інформаційно-психологічного впливу на індивідуальну та масову свідомість [2].

Визначають такі основні потреби згідно зі ставленнями особистості: захищеності і налагодження безпеки, близьких стосунків, контролю над собою та іншими; включення у різноманітні соціальні групи; самоповаги та позитивної оцінки; розуміння; співчуття та опіки; необхідність бути потрібним та значущим; процес та результат спілкування та взаємодії [14, С. 19]. Таким чином, у контексті ставлення до інформації як ядра інформаційної позиції задовольняються усі вищезначені потреби, тому можуть мати статус інформаційних потреб.

Таким чином, інформаційна позиція особистості може тлумачитися як система ставлень до інформації, що виявляється у стилях засвоєння інформації та основних способах її обробки, а також визначається специфікою інформаційних потреб особистості. У контексті цього визначення важливою вважаємо класифікацію видів ставлень у теорії В. М'ясищева, який розрізняє вибіркові, свідомі та індивідуальні ставлення. Розглянемо види ставлень у контексті інформації детальніше.

1. Індивідуальні ставлення є вродженими, проявляються у конкретно сформованих психологічних способах обробки інформації .

2. Свідомі ставлення – це вищий ступінь розвитку особистості, що визначається рівнем свідомого ставлення до соціуму, навколишньої дійсності та інформації як елемента буття сьогодення. Такі ставлення позначають певні інтереси, зацікавлення у конкретній інформації, надання пріоритету певним джерелам інформації для власного зростання, а також у відповідності до інформаційних потреб.

3. Вибіркові ставлення – це такі ставлення, що проявляються в основних стилях засвоєння інформації [22, С. 78-82].

Свідомі ставлення визначаються інформаційними потребами. В межах свідомих ставлень можна виділити суб'єктивні та об'єктивні категорії. Суб'єктивні категорії означені внутрішніми особистісними уявленнями, пріоритетами, уподобаннями, інтересами, думками. Об'єктивні категорії проявляються у вчинках та фактах поведінки, зокрема виборі ресурсу та джерела інформації, контактів з адресатами тощо.

Вважаємо, що свідомі ставлення до інформації можуть проявлятися у виборі інформації, який зумовлюється інформаційною потребою.

1. Вибір певного джерела інформації (телебачення, журнали чи газети, радіо та Інтернет видання).
2. Обрання джерела інформації у межах конкретних засобів (окремі видання, центральні та регіональні канали).
3. Вибір конкретних повідомлень, актуальних для людини, обсяг матеріалів, що постачаються певним джерелом.
4. Вибіркове сприйняття (запам'ятовування, засвоєння, оцінка) конкретного матеріалу у певному обсязі.
5. Актуалізація інформації у свідомості та поведінці.

Важливим є те, що вибір джерела інформації у ЗМІ (радіо, преса, Інтернет, книга, журнал, телебачення), а також окремих джерел у межах цих засобів (конкретний канал, передача, стаття) здійснюється під впливом факторів, які однозначно можуть змінити ракурс відбору: дохід, вільний час, зацікавленість у певному виді інформації, можливість доступу до цієї

інформації, особливості сприймання інформації та ставлення до конкретного джерела .

Інформація може бути доступною у таких основних аспектах: фізіологічний (здатність сприймати інформацію за допомогою органів відчуття); технічний (рівень розвитку мережі радіо- та телемовлення, доступ до мережі Інтернет, система доставки періодичних видань); семіотичний (необхідність володіти системою знаків, мовою конкретного засобу інформації) та фінансовий (вартість даного джерела інформації відповідно до доходів аудиторії) [3, С. 114].

Найважливішою складовою, як стверджують дослідники, є мотив вибору як елемент структури ставлення особистості до джерела інформації. Так, наприклад, радіо спрямоване на аудіальний канал, де повідомлення є короткими, чіткими, конкретними та лаконічними. Тому важливе значення тут відіграє голос, звук, тембр, мелодія, інтонація. Сьогодні це джерело інформації виходить на другий план у зв'язку зі стрімким розвитком сучасних інформаційних технологій як ресурсів інформації сучасного суспільства. Радіо тепер стає другорядним джерелом пошуку інформації.

Друковані джерела інформації поступово стають також менш популярними, хоча вони приваблюють аудиторію вибірковістю сприйняття певної інформації, своєю наочністю (фотографії, ілюстрації, колажі), колористикою, аналітичністю викладу. Такі ЗМІ є довготривалими і спрямовані на візуальний канал сприйняття.

Телебачення популярне через зображення, звук, динаміку, особливості легко сприймати інформацію, здатність детально представити ситуацію. Телеінформація піддається раціональній обробці. Основними мотивами звернення до такого джерела інформації є можливість ознайомлення з актуальними проблемами сьогодення, а також використання цієї інформації у спілкуванні з іншими (функція налагодження контакту), власне отримання інформації (функція соціального орієнтування), розваги (функція емоційної

розрядки), компенсація самотності, що є надзвичайно вагомим мотивом як серед молоді, так і, особливо, серед людей похилого віку [52].

Найважливішим джерелом інформації є Інтернет (електронні ЗМІ), що стає більш популярним у сучасному соціумі, особливо серед студентства. Це джерело приваблює аудиторію через свою інтерактивність (багатосторонній обмін між користувачами), інтертекстуальність (система зв'язку між текстами, гіперпосилання), швидкий зворотній зв'язок, мультимедійність (поєднання усіх каналів передачі в один, передача інформації у різних знакових системах – текст, звук, відео, фото, анімація). Усі ці мотиви значно покращують сприйняття інформації та можливість користування нею загалом.

Таким чином, свідоме ставлення є найвищим рівнем ставлення до дійсності, при цьому в самому усвідомленні цього ставлення існує низка шаблів, які людина проходить у процесі розвитку. Тобто людина встановлює змістовні зв'язки з навколишньою суспільною дійсністю. А отже з інформацією, що надходить із зовнішнього світу.

Зазначимо, що свідомі ставлення є певними зацікавленнями у конкретній інформації, винятковим інтересом до конкретної сфери інформаційного суспільства сьогодення, у якій перебуває особистість у той чи інший момент. У світі сучасного інформаційного прогресу усі види науково-технічного розвитку суспільства, а саме інформаційні технології, комунікації значною мірою впливають на психологічний розвиток людини. Таким чином, свідомі ставлення у структурі інформаційної позиції особистості зумовлюються інформаційними потребами та реалізуються у свідомому виборі джерела інформації у соціальному просторі [37].

Л. Кузьменко, власне, розглядає структуру свідомого ставлення, де виокремлено такі структурні компоненти як, когнітивний, емоційно-ціннісний та дієво-практичний. Охарактеризуємо їх детальніше. Так, перший компонент, когнітивний, визначає світоглядну позицію особистості, а саме усвідомлений пошук необхідної інформації для реалізації інформаційної потреби. Емоційно-

ціннісний компонент містить відчуття, переживання, що виникають у процесі взаємодії зі змістом інформації у конкретних ситуаціях.

І останній структурний компонент, дієво-практичний, включає уміння та навички пошуку необхідної інформації та визначення відповідного її джерела.

У зв'язку з особливостями вищезазначених структурних компонентів Л. Кузьменко виділяє рівні свідомого ставлення особистості: позитивно-свідоме ставлення; ситуативне ставлення; індиферентне ставлення; негативне ставлення [13, С. 94-95].

В обґрунтуванні індивідуальних ставлень підкреслимо, що людина, перебуваючи в постійному контакті з довкіллям, не просто пристосовується до його обставин, а й активно впливає на них, перетворює їх відповідно до своїх індивідуальних цілей. Як наслідок, у неї виникає необхідність здійснювати акт індивідуального вибору життєвої позиції, діяти відповідно до цього вибору, усвідомлювати відповідальність за зроблений вибір.

В. Мясіщев відзначає, що ставлення особистості – її потреби, інтереси, схильності є результатом взаємодії людини із конкретним навколишнім середовищем, та наскільки це середовище дає простір для прояву та розвитку індивідуальності особистості у власне предметній діяльності та при взаємодії з іншими людьми. Як результат, в основі усіх психічних процесів, сприйнятті людиною дійсності, її пам'яті, мисленні, уваги, уявленні є її ставлення до різних аспектів життя, світу загалом, частиною якого вона є. Як зазначалося вище, ставлення до інформації (стилі і способи взаємодії з нею) визначаються когнітивними особливостями людини, основою яких є фізіологічний субстрат, представлений мозковою організацією. Своєрідні способи обробки інформації, які відображають пізнавальну своєрідність особистості, у психологічній літературі втілюються в поняття когнітивних стилів. Так, процес індивідуального сприйняття дійсності та її психічного узагальнення здійснюється через конкретний когнітивний стиль, притаманний конкретній особистості [59].

Термін «орієнтація» набув наукової значущості в філософській та соціологічній літературі завдяки роботам фундатора теорії дії та системно-функціональної школи в соціології Т. Парсонса і походить від французького «orientation» та латинського «oriens», що в буквальному розумінні означало «направленість на схід». Поступово це поняття набрало найбільш поширеного значення в таких контекстах [5, С. 23]:

- 1) визначення свого місцеположення на місцевості;
- 2) вміння розібратись в оточуючій ситуації, обізнаність в чому-небудь;
- 3) направленість діяльності, яка визначається інтересами.

В соціології виділяють розуміння орієнтації як сукупності дій суб'єкта, направлених на оцінку проблемної ситуації, її обстеження та планування поведінки. В структурному вимірі орієнтувальні потреби включають пізнавальну потребу, потреб в емоційному контакті, а також потребу змісту життя. Кожна з них зумовлює відповідні види адаптивної поведінки людини. Так, під впливом пізнавальної потреби мотивується прагнення індивіда до пізнання незрозумілих явищ. Потребі в емоційному контакті відповідає регулювання поведінки людини залежно від емоційних ставлень інших людей. А у відповідь на потребу змісту життя формується прагнення співвідносити цінність власної особливості з різними рівнями колективних та загальнолюдських цінностей. Реалізація орієнтувальних потреб мотивує специфічну поведінку людини, спрямовану на дослідження й аналіз нової ситуації середовища, що складається, не лише з урахуванням предметних співвідношень, а й спираючись на емоційні оцінювання людей, а також за допомогою абстрактних понять, співвіднесення із сукупністю суспільних цінностей. Зміни в навколишньому природному чи соціальному середовищі, що стосуються конкретної людини, створюють елемент новизни ситуації, що є джерелом виникнення в індивіда орієнтувальних потреб. Під впливом останніх здійснюється мотивація поведінки людини.

Досвід десятирічного розвитку засвідчує, що суспільство, зокрема, його найбільш динамічна частина – молодь, прагне продовжувати волелюбні

заповіти батьків і дідів, їхні подвижницькі діяння, героїчні традиції, інтелектуальні пошуки, практичні справи задля підвищення добробуту народу, будівництва демократичної, правової держави [57].

У процесі демократизації та гуманізації громадського життя, утвердження свободи особистості і нації, розвитку просвітницької діяльності, національної системи освіти і виховання складаються сприятливі умови для формування у молоді наукового, гуманістичного світогляду.

З іншого боку, наше суспільство переживає період, коли виявляється ілюзорність відживших переконань, ідеалів, світоглядних позицій. Руйнація останніх спричиняє бродіння умів, почуттів, переконань і принципів. У моду входить своєрідна безпринципність особистості. Утверджується стиль життя «за сленгом». Виникає загроза знецінення моральних, гуманістичних цінностей, зростання правопорушень і злочинності серед молоді. До того ж, в духовному і культурному середовищі масове розповсюдження отримують псевдокультурні і псевдоморальні цінності – «масова культура» в її агресивному, людиноруйнівному вияві.

У концепціях, що пояснюють суть сучасного українського суспільства, найчастіше вживається термін «трансформація», під яким розуміють процес перетворення політичного, економічного, соціокультурного простору та формування плюралістичного за ідеологією, нормами та цінностями соціуму. Суть трансформації пояснюється процесами модернізації, а остання розглядається як міжнародна «соціалізація» країни, тобто підведення економічних, політичних і соціокультурних показників до західних зразків або, точніше – до стандартів сучасних розвинених, цивілізованих держав. У цьому ключі Україна характеризується як кризове суспільство [10].

У стабільному та кризовому (нестабільному) суспільстві існують принципові відмінності щодо детермінації соціальної поведінки. Як зазначає Н. Паніна, в аномічному суспільстві зі зруйнованою ціннісно-нормативною системою визначальна роль належить особливостям індивідуальної свідомості, зокрема, йдеться про «афективний, когнітивний та моральний потенціал

індивідуальних особливостей свідомості й поведінки людей» [28, С. 158]. Умови тривалої аномії вже призвели до того, що більшість населення відчула своє відчуження від соціальних процесів і знаходиться в стані деморалізованості. В таких соціальних умовах виявляються два типи масової реакції на аномію: ненормативна і нормативна. Ненормативна реакція на аномію – це формування зверхнього ставлення до норм як засобів досягнення цілей, безнормність в цьому випадку приймається як норма поведінки; нормативна реакція відображає потребу особистості у встановленні певного мінімуму норм [35, С. 184].

Суспільство потребує позитивних цінностей і цілей, навіть якщо воно знаходиться в стані кризи. Особливо це необхідно молоді, яка зорієнтована насамперед на майбутнє, в якому б стані суспільство не знаходилося. Сучасна соціокультурна ситуація на пострадянському просторі суперечливо впливає на стан і розвиток молоді: все більш очевидними стають процеси диференціації в молодіжному середовищі, що детермінує «необхідність вивчення специфічних особливостей соціальної суб'єктності різних груп молоді».

Особливої уваги держави і громадськості потребує студентська молодь, яка через кілька років становитиме «ядро» української національної інтелігенції. Сьогоднішні студенти – це майбутні працівники владних структур, державні діячі, організатори виробництв, керівники колективів, фахівці, від професійної компетенції, моральності і громадянської позиції яких багато в чому буде залежати вигляд того суспільства, в якому ми маємо жити вже через 10-15 років. Ми бачимо його ринково орієнтованим, забезпеченим, демократичним, громадянським, миротворчим, морально і духовно-культурно багатим. Як цього досягти? Якими шляхами рухатись? Які фактори в механізмах розвитку є визначальними? Відповіддю на ці запитання можуть бути пропозиції щодо підготовки майбутньої еліти – фахівців, здатних взяти на себе відповідальність, сформувані нову систему цінностей, утвердити її в суспільній свідомості (ідеології і психології) народу, зреалізувати в практичній діяльності. Мова, знову ж таки, йде про студентську молодь, освіченість і

професіоналізм, моральна позиція і сучасна світоглядна позиція яких є дійсною, а не ілюзійною гарантією втілення в життя того суспільного ідеалу, до якого ми прагнемо [49].

Величезну роль відіграють і специфічні психологічні та соціально-психологічні характеристики студентства як особливої вікової групи, яка переживає період становлення особистісної зрілості, будучи об'єктом і одночасно суб'єктом процесу активної соціалізації [12,13,39,46]. Саме для молоді властива така соціально-психологічна якість, як підвищена потреба в самовизначенні, пошуках варіантів вирішення проблем свого майбутнього, у тому числі вибору професії і проблемного входження у неї, підготовки до родинного життя і непростих ситуацій її початку. На даний віковий період припадає п'ята життєва криза (згідно з теорією Е. Еріксона), безпосередньо пов'язана зі становленням ідентичності або ролевої невизначеності (в разі невдалого виходу з кризи). Це час двох основних подій – відносної фізичної (сексуальної) дорослості та необхідності вибору подальшого життєвого шляху. Невдачі на цьому шляху можуть у майбутньому негативно відбитися на професійній кар'єрі або особистому житті людини. У цей період молода людина вперше у житті починає сприймати себе як продукт свого попереднього досвіду.

Молодь найбільшою мірою (в порівнянні з іншими соціальними групами сучасного суспільства, звісно) «піддається» зовнішнім впливам, будучи необтяженою суперечливим досвідом минулого та переживаючи період остаточного становлення базових особистісних підструктур. На порозі соціальної зрілості молоді люди перебувають у стані особливого активного пошуку і відбору цілей, життєвих перспектив, шляхів і способів їх досягнення, що відкриває широке поле дослідницьких можливостей при вивченні цієї соціальної групи [4, С. 7].

Існує досить поширена точка зору про те, що студенти є людьми зрілими, самостійними і дорослими, які не потребують будь-якої опіки з боку старших, професорсько-викладацького складу чи адміністрації вищого навчального

закладу, що їх соціокультурні орієнтації вже визначені й навряд чи можуть бути радикально зміненими. Наш власний і суспільний багаторічний досвід, дослідження вчених-юнологів якщо й не спростовують цю думку загалом, то у всякому разі застерігають від радикалізму.

Переступаючи поріг ВНЗ, студент дійсно несе з собою свій власний духовний світ, культуру і ціннісні орієнтації, сформовані попередньою життєвою практикою і виховною роботою в школі. Разом з тим, цей світ, культура і цінності є відкритими, здатними як до збагачення і розвитку, так і до руйнації, розпаду чи, навіть, деградації. Справедливим є й інше: суспільство не може залишатись байдужим до того, в яких напрямках продовжиться його трансформація і розвиток. Воно має право впливати на них у відповідності з тим суспільним ідеалом, який в ньому утвердився. Звідси й бере відлік проблема оптимізації саморозвитку соціокультурних орієнтацій студентської молоді й суспільного виховного впливу на цей процес. І в який би бік не схилилась наша теоретична думка і суспільна практика, поза всяким сумнівом актуальним є те, що його треба вивчати, аналізувати, порівнювати як з минулим досвідом, так і процесами, які відбуваються в інших соціальних системах. Цей процес, далі, потрібно прогнозувати на основі чого можна й потрібно здійснювати ті чи інші суспільно-виховні впливи [48, С. 24-25].

Цінності, за П. Менцером, це те, що почуття людини диктує признати важливішим над всім, і до чого можна прагнути, відноситися з повагою та признанням [48, С. 22]. Цінності на думку М. Головатого це також певні ідеї, погляди за допомогою яких люди задовольняють свої потреби та інтереси. Проблеми, що пов'язані з людськими цінностями, займають одне з провідних місць у дослідженні соціальної детермінації людської поведінки, її саморегуляції та прогнозуванні. Формування ціннісних орієнтацій сприяє процесу розвитку особистості в цілому. Як один з елементів структури особистості, вони відіграють вирішальну роль у регуляції поведінки, формуванні світогляду, переконань, виборі життєвого шляху, особливо на етапі

становлення професійно-трудової діяльності в юнацькому віці. Саме завдяки цінностям особистість відчуває себе цілісно в оточуючому її світі.

Світ цінностей – це насамперед світ культури, сфера духовної діяльності людини, її моральної свідомості. Особливість ситуації в суспільстві, у якій проходить формування духовності особистості, полягає в тому, що цей процес відбувається в умовах послаблення політичного та ідеологічного пресингу, розширення соціальної самостійності та ініціативи молоді. Це призводить до критичного осмислення досвіду попередніх поколінь, нових уявлень про своє професійне майбутнє та майбутнє суспільства. У наш час втрати старих, непридатних для життя орієнтирів і тимчасового духовного бездоріжжя, в час, коли майже щоденно виповзають проповідники чужих нашої суті ідеологічних норм, що справляють руйнівний вплив на свідомість особистості, важко переоцінити значення ціннісних орієнтацій як умови розвитку особистості суб'єкта, особистості, здатної до самостійного і відповідального вибору.

Особистісні цінності виступають як своєрідні відношення зі світом, які узагальнені і перероблені досвідом соціальної групи. Тому вони фактично не залежать від ситуативних факторів і, можливо, тому не завжди чітко усвідомлюються, зокрема до того часу, поки не стають об'єктом рефлексії [47].

У ряді досліджень відмічається, що юнацький вік є сенситивний для утворення ціннісної орієнтації в якості стійкої особистісної властивості, яка впливає на становлення світогляду учнів, їх відношень з довкіллям. Саме у цьому віковому періоді закладається здатність об'єктивної оцінки самого себе і довкілля, що найбільше впливає на становлення закономірностей, які згодом вказуватимуть на позицію у житті вже дорослої людини. Провідною у цей час є навчально-професійна діяльність, в якій реалізується готовність юнака до самовизначення і яку вважають психічним новоутворенням цього віку. Адже юнацький вік є тим періодом життя, коли індивід стає готовим не стільки до самовизначення, скільки до життя як суб'єкт власної діяльності.

Особистість переходить на якісно новий – усвідомлюваний етап становлення, відбувається її друге народження. Складається більш-менш

цілісний світогляд та формується готовність до самовизначення. Юнак – це вже особистість як суб'єкт суспільних стосунків, що активно будує образ світу, спрямований у майбутнє. Завдяки віковим новоутворенням відкривається можливість обирати життєвий шлях і нести відповідальність за цей вибір [20, С. 120].

Ціннісні орієнтації людини складаються в певну систему. Серед всієї ієрархії цінностей можна виділити ті, які є загальнолюдськими, або глобальними, тобто властиві переважній більшості людей, наприклад: свобода, праця, творчість, гуманізм, солідарність, чесність, вихованість, інтелігентність, сім'я, нація, народ, діти. Зниження значення цих цінностей викликає в нормальному суспільстві серйозні занепокоєння.

У ході історичного розвитку сформувалося цілий ряд механізмів, за допомогою яких здійснюється передача цінностей через покоління. Серед них чільне місце посідає: сім'я, церква, мистецтво, література, культура. Цінності можуть засвоюватися людиною як свідомо, так і несвідомо (людина не може пояснити чому віддає перевагу одним цінностям перед іншими). Саме тут відкриваються великі можливості для підміни одних цінностей іншими.

До псевдоцінностей належать цінності, які не сприяють самореалізації людини або навіть є перешкодою для самореалізації, проте людина може бути переконаною в протилежному. Зокрема, як свідчать соціологічні дослідження, більшість молоді вважають, що алкоголь і наркотики є цінними тому, що стимулюють творчість. Орієнтація на псевдо цінності є досить небезпечною для людини і для оточуючих її людей. У таких людей часто виникає ілюзія, про те, що оволодіння найбільш значною цінністю (гроші, золото, влада) відкриє шлях до володіння іншими загальнолюдськими цінностями (добро, краса, любов, гармонія). Зокрема більшість переконана в тому, що якщо вони володіють великою владою, або великими грошами, то зможуть реалізувати себе на основі істинних цінностей [55].

Сучасні соціологічні дослідження [21, 59] свідчать про те, що за останні роки більшість молодих людей починають переорієнтовуватися на матеріальні

цінності. Їх приваблюють гроші, заробітки, бізнес, участь в управлінських структурах. Поряд із цим можна спостерігати також і тенденцію зростання інтенсивних духовних пошуків, орієнтації на істинні цінності, що проявляється у збільшенні інтересу до світової культури, історії своєї сім'ї, народу. Ціннісні орієнтації формуються у процесі засвоєння людиною певного соціального досвіду і проявляються в її переконаннях, інтересах.

Зважаючи на велике різноманіття ціннісних орієнтацій молоді, Ю. Волков поділив їх на певні категорії. Зокрема: інтелектуально-освітні цінності, культурні цінності, політичні цінності [48, С. 23]. Коротко розглянемо, які саме переваги надають молоді люди у названих категоріях.

Інтелектуально-освітні цінності необхідно розглядати в ракурсі розумового, творчого потенціалу, який, на жаль, значно знизився за останні роки. Цей феномен вчені пов'язують, насамперед, з погіршенням фізичного та психічного здоров'я молодого покоління. Швидко збільшується кількість захворювань, зростає число людей з розумовими вадами, дефіцитом ваги. Соціологи стверджують, що свої інтелектуальні здібності молодь оцінює досить низько. В думку молоді продовжує падати цінність розумової праці, освіти і знань. Навіть студенти не надають великої уваги знанням, не цінуючи їх [2, С. 6]. Сьогодні значно виросла нерівність у галузі освіти (з'явилися елітарні навчальні заклади); вагомою загрозою для суспільства стала «відтік мізків за кордон»).

Щодо культурних цінностей сучасної молоді, то суспільство, яке на перший план поставило матеріальне благополуччя та збагачення, формує відповідну культуру і життєві потреби молоді. Електронні засоби масової інформації заповнюють значну частину їх вільного часу і виступають як важливий інструмент формування духовного світу, культурних цінностей та установок для сучасної молоді. Зокрема, для 1/3 молодих людей перегляд телепередач – є першочерговим заняття у вільний час. Наприклад, універсальний характер, за спостереженнями науковців, має для багатьох молодих людей акт покупки добре розрекламованих товарів. Залучення до світу

престижних і красивих речей стає самоціллю існування, смислом буття. Культ моди, речей, споживання оволодіває свідомістю молоді і набуває універсального характеру. Класична культура починає втрачати цінність і привабливість [7, С. 15-17].

Сьогодні спостерігається тенденція до подальшої дегуманізації і деморалізації соціокультурних цінностей. Ця тенденція проявляється в піднесеному інтересі молоді до сцен і епізодів насилля і сексу, жорстокості в кінематографі, телебаченні, театрі, музиці, літературі, мистецтві. В соціокультурних цінностях переважають споживацькі орієнтації. Тільки кожний: 6-й займається спортом, 10-й у вільний час відвідує студії, кружки, кожний 16-й займається самоосвітою, проте переважна більшість відпочивають у колі друзів чи біля телевізора. В результаті такого підходу відбувається тотальне викорінення із культурного обігу цілого пласту культури, мистецтва, науки. народна культура (традиції, звичаї, обряди, фольклор) сприймається більшою частиною молодих як анахронізм (непотрібний пережиток) [2, С. 14].

Аналіз стану політичних вподобань молоді дає можливість стверджувати, що вони досить різнополюсні. Кількість молодих людей, які постійно цікавляться політичними подіями в країні становить лише 13%, тоді як 33% політикою не цікавляться зовсім. Молодь в політичних цінностях є досить прагматичною: політика розглядається молодими людьми як засіб завоювання авторитету, та лідерства. Проте, зважаючи на політичні події останніх часів, а саме Революція Гідності, вибори президента України, проведення АТО, слід зазначити, що політична активність молодого покоління значно зросла. Десятиліття незалежного розвитку змінило, насамперед, економічні орієнтації студентської молоді. Колишня впевненість в отриманні роботи (через розподіл молодих спеціалістів), сьогодні змінилась розгубленістю студентів перед майбутнім. Значна частина студентської молоді живе надією лише на батьків та родичів [59].

Отже, у переважній більшості, студентська молодь визнає працю, як головне джерело матеріального самозабезпечення; працю за кордоном

пріоритетом свого майбутнього; поглиблення нерівності як негативне явище сучасності; розвиток підприємництва як безальтернативний напрям майбутнього України; політично-правові обмеження у сфері здійснення приватного бізнесу та його захисту визнаються головною причиною соціально-економічної кризи в Україні; у вирішенні конкретних економічних проблем потрібно орієнтуватися на зміни в організації справи (економічне реформування), а не структури суспільної організації.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Таким чином, джерелами формування інформаційно-комунікативного середовища є: формування абсолютно нового типу комунікативної взаємодії, що забезпечується величезною кількістю комунікативних засобів і посередників; інформаційна революція другої половини ХХ століття, яка викликала поширення частки ЗМІ, Internet, стільникового та супутникового зв'язку тощо в забезпечення інформаційно-комунікативної взаємодії між людьми, та змінила їх спосіб життя, соціальні механізми, що забезпечують функціонування комунікативного простору населення планети.

Розвиток ЗМІ, що розкриває широкі можливості впливу на масову свідомість, включає країни світу в глобалізацію інформаційних процесів; доступність практично будь-якої інформації найширшим верствам населення.

Інформаційна потреба особистості задовольняється за допомогою ЗМІ – як друкованих, так і електронних. Сьогодні людина орієнтується у світі цінностей та орієнтує інших за допомогою засобів масового інформування. Зрозуміло, що ЗМІ як складові засобів масових комунікацій, трансформуючи уявлення про різні фрагменти дійсності, є потужними інструментами інформаційно-психологічного впливу на індивідуальну та масову свідомість.

У переважній більшості, студентська молодь визнає працю, як головне джерело матеріального самозабезпечення; працю за кордоном пріоритетом свого майбутнього; поглиблення нерівності як негативне явище сучасності; розвиток підприємництва як безальтернативний напрям майбутнього України; політично-правові обмеження у сфері здійснення приватного бізнесу та його захисту визнаються головною причиною соціально-економічної кризи в Україні; у вирішенні конкретних економічних проблем потрібно орієнтуватися на зміни в організації справи (економічне реформування), а не структури суспільної організації.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ СТУДЕНТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

2.1. Розробка програми соціологічного дослідження

Для організації емпіричного дослідження механізмів формування цінностей в інформаційному просторі у сукупності конкретних методик і технік важливим є визначення рівнів методології як основи для вивчення проблеми. Як справедливо зазначають Т. Корнилова та С. Смирнов: «визначення рівнів методології для організації експериментального дослідження є необхідними через те, що часто спостерігається переоцінка нижчих рівнів, надання їм світоглядного або філософського звучання, тоді як вони повинні забезпечувати коректний технічний бік дослідження» [1, С. 23]. Водночас, окрім диференціації різних видів методологічного знання, важливим є його консолідація навколо конкретного предмета дослідження, що дає змогу виробити загальний методологічний підхід до вивчення проблеми.

Соціально-психологічний контекст вивчення особистості, на відміну від загально психологічного, заснований на вивченні тих властивостей, особливостей і якостей особистості, які за своєю природою є соціально-психологічними, тобто формуються в процесі відносин між людьми, проявляються в них і, як справедливо зазначає В. Лабунська, впливають на виникнення нових відносин і певних типів взаємодії.

У реальних умовах життєдіяльність особистості найчастіше здійснюється в групах (класі, студентській групі, відділі, фірмі тощо). Отже, індивідуально-психологічні особливості не можуть не впливати на певні аспекти групової діяльності. Однак, як зазначає В. Мерлін, в «сучасній психології існує, з одного боку, тенденція деяких психологів досліджувати особистість окремо від

колективу, в якому вона живе і формується, а з іншого боку, тенденція фахівців, що вивчають колектив, забувають про те, що він складається з конкретних особистостей, що мають свої індивідуальні особливості» [1, С. 20]. Подібного підходу дотримується цілий ряд авторів (А. Ковальов, Л. Уманський, Р. Немов та ін.).

Учені зазначають, що еволюція соціальних середовищ пов'язана з інформаційною взаємодією їх членів, при цьому соціальна еволюція відбувається значно швидше, ніж еволюція окремих індивідів у соціумі, адже соціум може використовувати зовнішні інформаційні технології і засоби. Для коректного використання цих засобів члени соціуму повинні володіти відповідними стратегіями обробки інформації.

О. Старіш вважає, що фундаментальною формою відображення як провідного механізму психіки є відображення інформаційної взаємодії. Усі об'єкти фізичного і соціального світу знаходяться у постійній взаємодії, відтак, обмінюються інформацією. Інакше кажучи, «будь-яка взаємодія між об'єктами, в процесі якого один об'єкт з необхідністю передає деяку сутність іншому об'єкту, називається інформаційною взаємодією, а ця сутність і є інформацією» [8, С. 220].

Для дослідження механізмів становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі нами запропоновано проведення соціологічного дослідження серед студентської молоді. Перед проведенням самого дослідження було розроблено Програму соціологічного дослідження, коротка характеристика якої представлена нижче.

Програма соціологічного дослідження

Тема: Цінності студентів в інформаційному просторі

Територія проведення дослідження: м. Київ (НТУУ «КПІ», КНУ імені Тараса Шевченка)

Проблемна ситуація: на сьогоднішній день спостерігається швидка зміна цінностей молоді і превалювання матеріалістичних цінностей над духовними. Ціннісні орієнтації молоді формуються у певному інформаційному

просторі під впливом безлічі факторів. Однак, і досі цей феномен залишається недостатньо вивченим. У подальшому отриману інформацію можна використати для формування ціннісних орієнтацій молоді за допомогою інформаційного простору.

Об'єкт дослідження – цінності студентської молоді міста Києва.

Предмет дослідження – механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційного просторі (на прикладі студентів НТУУ «КПІ» та КНУ імені Тараса Шевченка).

Мета дослідження – виявити механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі.

Завдання емпіричного дослідження:

- 1) визначити соціальні цінності та реальну структуру ціннісних орієнтацій студентської молоді;
- 2) визначити кількісні та якісні характеристики інформації в житті студентів;
- 3) визначити особливостей ціннісних орієнтацій українських студентів в інформаційному суспільстві.

Виходячи з мети дослідження, було сформульовано **гіпотезу дослідження**: рівень залученості студента в інформаційному просторі визначає специфічну структуру ціннісних орієнтацій.

Стратегічний план дослідження: описовий (дескриптивний) план дослідження. Метою дослідження є перевірка гіпотез та отримання кількісно-якісних характеристик об'єкта та їх опис. Це дослідження зможе підтвердити (або спростувати) основну гіпотезу, поставлену раніше. У даному дослідженні будуть також використовуватися елементи пояснювального плану. Потреба у його використанні визначається необхідністю глибокого аналізу та пояснення основних механізмів формування цінностей українського студентства в інформаційному просторі.

Однією з основних шкал вимірювання для даного дослідження буде виступати шкала Лайкерта для оцінки власної думки з приводу ціннісних

орієнтацій студентської молоді, а також механізмів їх формування в інформаційному просторі. За такого шкалування респондента просять вказати ступінь згоди чи незгоди з твердженнями, що відповідають його особистій думці, використовуючи 5 варіантів відповідей, що варіюються від «повністю не згоден» до «повністю згоден». Ставлення респондента до проблеми визначається сумою його відповідей на кожне з суджень і оцінюється як позитивне чи негативне.

Розробка вибірки дослідження: вибірка репрезентативна для студентів КНУ імені Тараса Шевченка та НТУУ «КПІ». У даному дослідженні застосовуватиметься багатошаблева вибірка, оскільки із генеральної сукупності усієї молоді потрібно спочатку відібрати тих, кого можна віднести до студентів. Потім із їх сукупності потрібно вибрати вибіркочну сукупність так, щоб до неї потрапили студенти 18-22 років, з гуманітарних та технічних факультетів (КНУ імені Тараса Шевченка – соціологія, психологія, радіофізичний, кібернетичний, фізичний; НТУУ «КПІ» – соціології та права, маркетингу та менеджменту; радіотехнічний; біомедичної інженерії; інформатики та обчислювальної техніки; електроніки; прикладної математики). Серед кожної групи студентів буде проводитися систематичний (покроковий відбір) студентів. Використовуватиметься постійний крок відбору для опитування. Результати опитування будуть представлені в масштабі всього студентства та в розрізі двох напрямків навчання: гуманітарного та технічного. Таким чином, у дослідженні візьмуть участь студенти всіх курсів та різних напрямків, які умовно можна поділити на гуманітарний та технічний.

Методи дослідження:

1) Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості. Методика сприяє виявленню особистих, професійних і соціально-психологічних орієнтацій і переваг і може бути корисна як при виборі характеру роботи, так і при оцінці працівника в процесі найму та атестації кадрів [30]. В нашому дослідженні ми використали дану методику наступним чином:

Нижче пропонується 8 тверджень. Оцініть для себе значущість кожного з них у балах за схемою: 10 (неважливо), 20, 30, 40 ... 100 (дуже важливо). Розподіліть бали згідно з таблицями (цифри в розділах – номери відповідних затвердження). Наприклад,

1. Професійні – 90
2. Фінансові – 100
3. Сімейні – 80
4. Соціальні – 70
5. Суспільні – 30
6. Духовні – 60
7. Фізичні – 50
8. Інтелектуальні 6 – 40

Чим вища підсумкова кількість балів у кожному розділі, тим більшу цінність представляє для респондента даний напрямок. При цьому чим ближче один до одного значення у всіх восьми розділах, тим більш різнобічною людиною є респондент.

2) Методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова. Методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова призначена для вивчення ціннісних орієнтацій особистості в реальних умовах життєдіяльності. Методика містить 66 питань закритого типу, направлених на вивчення реалізації ціннісних орієнтацій в реальних умовах життєдіяльності [46]. Даний опитувальник спрямований на дослідження особистості і відносин. Відповідати необхідно швидко, довго не роздумуючи над кожним питанням. Відповідати потрібно «так» чи «ні». У бланку відповідей це відповідно «+» або «-», які потрібно проставити поруч з номером питання.

Ступінь вираженості кожної із поліструктурних цінності визначається за допомогою ключа, що представлений у бланку відповідей. Згідно з цим підраховується кількість позитивних відповідей в одинадцяти стовпчиках цінностей. За результатами опрацювання індивідуальних даних будується

графічний профіль, що відображає вираженість кожної цінності. Загальні результати тестування будуються шляхом складання суми балів кожної цінності кожного з досліджуваних, на основі отриманих групових результатів. Будується графічний профіль, що відображає ступінь вираженості тієї чи іншої цінності. Щоб побудувати такий профіль по горизонталі фіксують кількісну вираженість цінностей, по горизонталі – види цінностей. Перерахуємо ці цінності в узагальненому вигляді: приємне проведення часу, відпочинок; високий матеріальний добробут; пошук і насолода прекрасним; допомога і милосердя до інших людей; любов; пізнання нового у світі, природі, людині; високий соціальний статус і управління людьми; визнання і пошана людей і вплив на оточуючих; соціальна активність для досягнення позитивних змін у суспільстві; спілкування; здоров'я.

3) Анкета «Інформація у житті студентства» (Додаток А).

2.2. Розробка інструментарію соціологічного дослідження

Одним із завдань емпіричного дослідження було визначити кількісні та якісні характеристики інформації в житті студентів. Щоб виконати дане завдання, ми розробили анкету для опитування студентів «Інформація у житті студентства». Повний текст анкети у Додатку А.

Анкета складається з п'яти блоків, які містять 29 запитань. Перший блок складають загальні запитання щодо джерел отримання інформації, а також запитання про найчастіше використовуваний студентами інформаційний ресурс – мережу Інтернет. Другий блок містить запитання стосовно наступного джерела отримання інформації – телебачення. Наступний, третій блок, включає опитування стосовно того, чи використовується радіо студентами взагалі як засіб отримання інформації. Четвертий блок присвячено питанню задоволеності студентів сучасними джерелами отримання інформацію та силу, з якою вони

впливають на становлення цінностей студентів та їхньої орієнтації у житті. І останній блок – це коротка характеристика респондента – демографічний блок, а саме: вік; стать; сімейний статус; ВНЗ, курс та факультет, на якому навчається студент; оцінка матеріального стану та рівень задоволеності ним. Вищезазначені характеристики складають необхідний мінімум інформації про респондента, що визначений метою та завданнями нашого дослідження.

Питання анкети формувались таким чином, щоб окреслити ряд дійсно важливих запитань стосовно дослідження і уникнути змістового перенавантаження, що може викликати незадоволеність респондента і сприяти високому відсотку відмови від участі в анкетуванні.

Варто наголосити на тому, що анкета складена з використанням різних типів шкал, таких як: порядкова (рангова), номінальна та інтегральна.

Загалом запитання анкети стосуються частоти використання, специфіки застосування інформації, що поступає з Інтернету, телебачення, радіо, друкованих та інших джерел інформації. (наприклад: *«Скільки годин на день Ви зазвичай проводите в Інтернеті?»*).

Окрім кількісних характеристик, в анкеті містяться запитання щодо якісних характеристик інформації, а саме, про інформаційну наповненість, після використання певного типу медіа та задоволеність отриманою інформацією.

В кінці анкети є декілька узагальнюючих запитань, які також спрямовані на отримання якісної інформації щодо впливу джерел інформації на становлення ціннісних орієнтацій студентської молоді та безперечної важливості інформації в житті респондентів.

В анкеті використані дихотомічні запитання (з відповіддю так/ні); поліваріативні (можна обрати кілька варіантів відповідей); відкриті та закриті типи запитань.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Отже, розроблена анкета сприяє визначенню структури споживання інформації українськими студентами, а особливо медіа інформації. Допомагає виявити кількісні та якісні особливості споживання інформації студентською молоддю.

У даному розділі нами були зазначені методологічні основи дослідження, розроблено програму соціологічного дослідження (визначені мета, завдання, сформульовано гіпотезу дослідження, описано вибіркочу сукупність) та інструментарій – анкету «Інформація у житті студентства» (Додаток А).

Отже, **мета** даного соціологічного дослідження – виявити механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі. Для досягнення цієї мети використовується три методи дослідження, основний з яких – анкетування серед 148 студентів НТУУ «КПІ» та КНУ імені Тараса Шевченка гуманітарних та технічних напрямків.

Очікувані результати дослідження полягають у визначенні ціннісних орієнтацій та становлення цінностей в інформаційному просторі студентської молоді.

РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ МОДЕЛІ МЕХАНІЗМІВ СТАНОВЛЕННЯ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСТВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

3.1. Аналіз та інтерпретація результатів соціологічного дослідження

У дослідженні взяли участь 148 студентів обох статей, різного віку, різного матеріального та сімейного стану та з факультетів різних спрямованостей. Серед опитаних 45% – чоловіки, 55% – жінки, що в цілому відповідає гендерній структурі українського суспільства. В цілому серед студентів спостерігається середня та низька оцінка свого матеріального становища, при цьому більшість з них – неодружені. Найбільшу кількість серед опитаних становлять студенти III курсу (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Узагальнений портрет опитаних

Характеристика	Кількість
Загальна кількість досліджуваних	148
Кількість чоловіків	67
Кількість жінок	81
Середній вік досліджуваних	20
Мінімальний вік	18
Максимальний вік	22
Представники КНУ	81
Представники КП	67
Гуманітарні спеціальності	77
Технічні спеціальності	71

Говорячи про напрям навчання, можемо стверджувати, що серед опитаних майже рівномірно представлені респонденти технічних і гуманітарних спеціальностей (рис. 3.1).

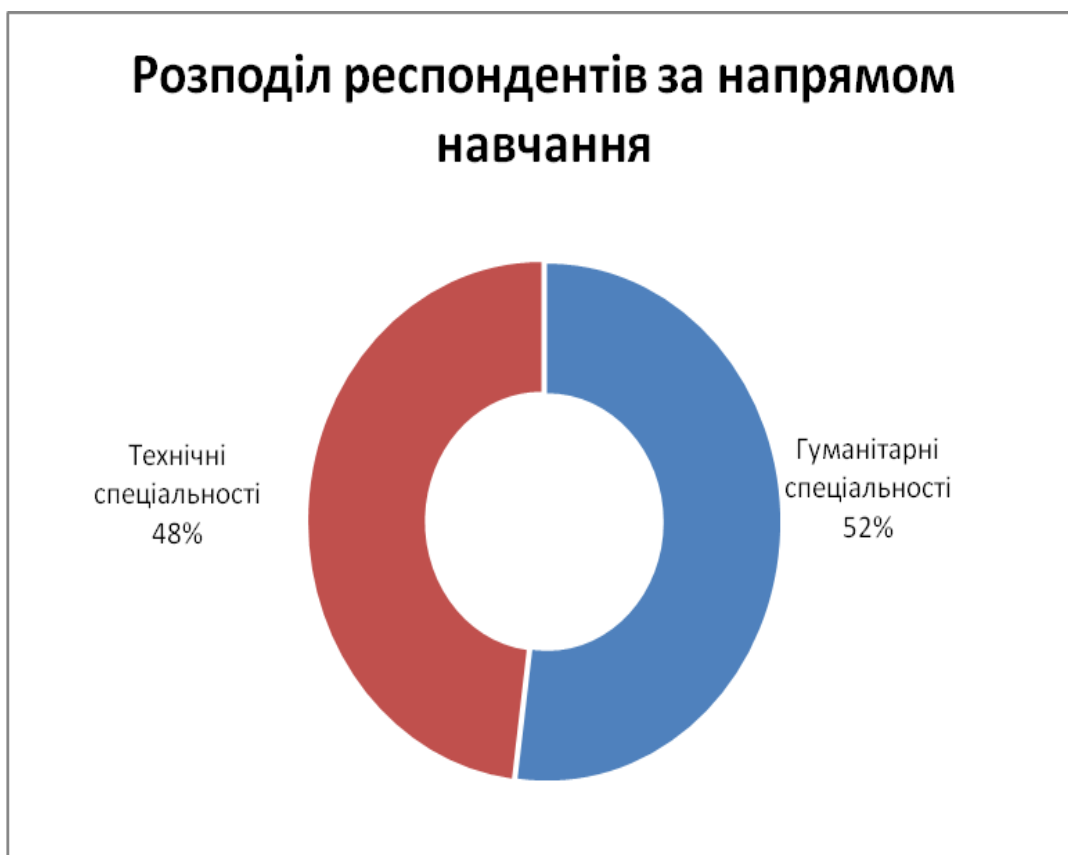


Рис. 3.1 Розподіл досліджуваних за напрямком навчання

Отже, серед опитаних представлені респонденти обох статей, різного віку, різних спеціальностей, що дає можливість подальшого аналізу особливостей ціннісних орієнтацій студентської молоді та механізмів їх становлення в інформаційному просторі.

Перша частина запитань стосувалася тривалості користування студентською молоддю різними формами ЗМІ (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Загальні показники тривалості користування студентами різними формами ЗМІ

Середні показники часу проведеного в Інтернеті	
Кількість днів на тиждень Інтернет	6,6 днів
Кількість годин в день Інтернет, з них:	6 годин
Для навчання	1,5 годин
Для розваг	2,5 годин
Соціальні мережі	2 година
Кількість днів на тиждень телебачення	1,4 днів
Кількість годин в день телебачення	0,5 годин
Кількість днів на тиждень радіо	2 дні
Кількість годин в день радіо	0,5 годин

З даних представлених у таблиці можна зробити висновок, що в середньому користуються мережею Інтернет 6,6 днів на тиждень (тільки 7 респондентів вказали від 3 до 6 днів), проводять в Інтернеті від 1 до 13 годин на день, в середньому цей показник – 6 годин. З 6 годин в учбових цілях користуються Інтернетом в середньому 1,5 години (від 0,5 до 3 годин), а в розважальних цілях в середньому – 2,5 години (від 0,5 до 13 годин) та ще 2 години йде на спілкування в соціальних мережах.

На запитання *«Після декількох годин проведених в Інтернеті Ви відчуваєте себе емоційно наповненим?»* ствердну відповідь дали 28% досліджуваних, відповідно 72% не вважають себе такими. При цьому варто враховувати, що 94% респондентів підтвердили той факт, що Інтернет допомагає їм в навчанні.

Що ж до перегляду телебачення, то в середньому студенти дивляться телевізор 1,4 дні на тиждень, а 35% респондентів взагалі не користуються телебаченням. Емоційно наповненими після перегляду телебачення відчують себе 25% респондентів і лише 11% студентів телебачення допомагає в навчанні.

Відповіді студентів щодо прихильності до користування радіо підтвердило факт, що радіо перестає бути популярним засобом масової інформації у суспільстві. За результатами анкетування лише 2 студенти дали ствердну відповідь на запитання про те чи слухають вони радіо взагалі. Отже, за результатами проведеного аналізу можемо зробити наступні висновки:

- ✓ Інтернет для студентства є основним медіа джерелом;
- ✓ студенти проводять в Інтернеті щодня майже весь свій вільний час;
- ✓ значна кількість студентів проводять час в Інтернеті навіть під час навчання;
- ✓ Інтернет студенти вважають корисним та важливим як для навчання (94%), так і для особистих цілей (спілкування, розваги) – 96%;
- ✓ більшості студентів час проведений в Інтернеті (72%), за переглядом телевізора (75%) не приносить емоційного задоволення та наповнення, а ось прослуховування радіо.

Результати дослідження дозволяють умово поділити респондентів на 2 підгрупи: студенти, які мають дуже високий вміст інформації в своєму житті та студенти, які споживають інформацію мінімально або в середній кількості (у порівнянні зі своїми однолітками).

Нижче представлено порівняльний аналіз результатів дослідження ціннісних особливостей досліджуваних саме між цими двома групами.

Аналіз експрес-діагностики соціальних цінностей особистості підтвердив тезу багатьох соціологів щодо превалювання матеріальних цінностей над духовними у сучасному суспільстві (табл. 3.3).

Узагальнені дані опитування респондентів

Цінності	Середні показники
Професійні	160
Фінансові	180
Сімейні	120
Соціальні	140
Суспільні	120
Духовні	120
Фізичні	100
Інтелектуальні	160

Дані, представлені у таблиці, свідчать, що найвищою цінністю для сучасного студентства є фінансова забезпеченість. На другому місці знаходяться професійні цінності, що пов'язано з професійним становленням у ВНЗ. Так само як і професійні для сучасних студентів багато значать інтелектуальні цінності, що свідчить про важливість інформації як такої для успішного життя студента. Наступними за рангом йдуть соціальні цінності, що є зрозумілим зважаючи на ситуацію, що склалась в Україні. Одними з найменш важливих цінностей для студентів виступають сімейні, суспільні та духовні цінності (що знову підтверджує тезу про занепад духовних ціннісних орієнтацій в сучасному українському суспільстві). На жаль, найменш важливими для себе молодь вважає цінності фізичні.

Для того, щоб побачити більш об'єктивну та детальну картину ціннісних орієнтацій використовувалась методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова. Середні показники за результатами обробки даних представлені нижче (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Узагальнені результати методики «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова

Цінності	Середні показники
Приємне проведення часу, відпочинок	6
Високий матеріальний добробут	6
Пошук і насолода прекрасним	4
Допомога і милосердя до інших людей	4
Любов	4
Пізнання нового у світі, природі, людині	5
Високий соціальний статус і управління людьми	5
Визнання і пошана людей і вплив на оточуючих	3
Соціальна активність для досягнення позитивних змін у суспільстві	4
Спілкування	5
Здоров'я	4

Як бачимо, результати цієї методики підтверджують результати попередньої і знову вказують на превалювання матеріальних цінностей над духовними (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Розподіл результатів методики діагностики реальної структури ціннісних орієнтацій особистості

Дані, представлені на графіку, свідчать, що найважливішими цінностями для студентства виступають приємне проведення часу та матеріальний добуток. Також досить важливим студенти бачать для себе пізнання нового та визнають важливість високого соціального статусу і необхідності спілкування. Найменш цінною для респондентів виступила цінність визнання та пошани людей, що можна пов'язати з особливостями вікового періоду.

Отже, результати дослідження цінностей студентської молоді, проведеного серед студентів НТУУ «КПІ» та КНУ імені Тараса Шевченка свідчать про превалювання сатеріальних цінностей над духовними у сучасному українському суспільстві.

3.2. Порівняльний аналіз цінностей українського студентства в залежності від рівня споживання інформації

Для кращого розуміння механізмів становлення ціннісних орієнтацій студентської молоді в інформаційному просторі ми провели порівняння між підгрупами, які були визначені нами за результатами обробки даних анкетування (рис. 3.3).



Рис. 3.3 Порівняльний аналіз експрес-діагностики соціальних цінностей особистості

Дані, представлені на рисунку, свідчать про те, що майже всі цінності мають різні середні значення у двох групах. Найбільші відмінності спостерігаються у фінансових, соціальних та духовних цінностях. Так, фінансові та соціальні цінності – більш важливі для студентів, які споживають велику кількість інформації. Цей факт можна пояснити важливістю матеріальної та соціально активних складових в інформаційному просторі. Варто відмітити, що ці студенти мають невисокі показники за сімейними та

духовними цінностями та дуже низькі показники за фізичними цінностями. Такі результати свідчать про певну картину сучасної молоді, що успішно формується у тих студентів, що «вживають» багато інформації з медіа джерел.

В той же час група студентів з низьким та середнім рівнем споживання інформації мають більш стабільні показники за усіма групами цінностей. Найбільш важливим для них виступають групи професійних, фінансових, духовних та інтелектуальних цінностей. Така картина є типовою для специфічного вікового періоду, у якому перебувають студенти. Також варто відзначити більшу важливість для цієї підгрупи студентів сімейних цінностей. Фізичні цінності не займають значної позиції у світогляді студентів, хоча представлені більшою мірою, ніж в першій підгрупі.

Для розуміння причин відмінностей у ціннісних орієнтаціях молоді нами було проведено порівняльний аналіз представлених груп цінностей між виділеними підгрупами респондентів (рис. 3.4).



Рис. 3.4 Порівняльний аналіз результатів методики діагностики реальної структури ціннісних орієнтацій особистості

Результати такого порівняльного аналізу свідчать про те, що для підгрупи студентів, які споживають велику кількість інформації, найбільш важливими є відпочинок, матеріальний добробут, високий соціальний статус та спілкування. Всі ці цінності можна назвати «статусними», тобто, це цінності, за допомогою яких можна продемонструвати свою приналежність до групи «успішних». Цінності любові та здоров'я відмічені цими студентами, як найменш важливі.

В той же час для другої підгрупи найбільш важливими є цінність пізнання нового, відпочинок, добробут, пошук і насолода прекрасним. Ці цінності відображають специфіку життя студентів як представників конкретного вікового періоду. Інші цінності мають майже однакову важливість для респондентів.

Отже, в результаті проведеного соціологічного дослідження було виявлено, що ступінь залученості користування різними засобами масової інформації серед студентів впливає на їх ціннісні орієнтації: збільшення користування ЗМІ підвищує важливість матеріальних цінностей і знижує важливість духовних.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

За результатами проведеного соціологічного дослідження нами було визначено особливості споживання інформації з медіа-джерел студентами, специфіку цінностей та особливості структури ціннісних орієнтацій студентської молоді.

Так, було виявлено, що студенти майже постійно знаходяться в інформаційному полі, найбільшу долю якого займає Інтернет. Використання медіа інформації допомагає студентам в навчанні, є важливою складовою їх відпочинку та розваг. Разом з тим, інформація не завжди наповнює та задовольняє респондентів.

Серед ціннісних орієнтацій молоді місце посідають цінності фінансові. Також варто відмітити, що зростає цінність соціальної включеності студентів у життя країни та професійні цінності. Для студентів важливим є пошук нового, відпочинок, соціальні та суспільні взаємодії, спілкування та матеріальний добробут.

Провівши порівняльний аналіз ми виявили негативні та позитивні особливості ціннісних орієнтацій студентства, що формуються за рахунок тривалості споживання інформації з медіа джерел. Виявлені особливості стосуються різних сфер життя студентства.

В цілому отримані результати відображають вікову специфіку респондентів та включають особливості сучасного життя в інформаційному просторі.

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

В процесі написання магістерської дисертації було досліджено інформаційний простір, вивчено за допомогою яких механізмів формуються цінності студентства в сучасній Україні, виявлено та обґрунтовано моделі цих механізмів. В даній роботі описуються особливості споживання інформації з медіаджерел студентами, визначена специфіка соціальних цінностей, а також особливості структури ціннісних орієнтацій особистості.

Вивчаючи обрану тему, буде доцільним розглянути її з точки зору умов праці українського студентства, що здійснює розумову діяльність по знаходженню, обробці, аналізу інформації, яка впливає на формування його ціннісних орієнтацій. Специфіка розгляду даної проблеми полягає в аналізі умов праці, за яких здійснюється діяльність студентами в мережі Інтернет, перед телевізором та слухаючи радіо, що обумовлено результатами проведеного соціологічного дослідження. В даному розділі будуть розглянуті положення про умови праці студентів такої специфіки та можливі психологічні аспекти, що обумовлюють даний вид діяльності.

4.1. Аналіз умов праці

Студенти, що здійснюють розумову діяльність за допомогою комп'ютера, TV, радіо мають розуміти, що велике значення має раціональна конструкція і розташування елементів робочого місця, правильний режим праці та відпочинку, що призводить до підвищення продуктивності праці і зводить до мінімуму навантаження на організм.

Конструкція робочого місця студента-користувача ПК має забезпечувати підтримання оптимальної робочої пози, а робочий стіл для ПК повинен мати простір для ніг.

Забарвлення приміщень, де працюють студенти і меблів мають сприяти створенню сприятливих умов для зорового сприйняття, гарного настрою.

Вимоги до освітленості в приміщеннях, де знаходиться робоче місце студента, наступні: робоче місце повинно бути розташоване так, щоб уникнути попадання в очі прямого світла. Джерела штучного світла необхідно розташувати з обох сторін від екрану паралельно напрямку зору. Щоб уникнути світових блисків від екрану, клавіатури, освітлювальних пристроїв, сонця в напрямку очей необхідно застосовувати антиблискові сітки, спеціальні фільтри для екрану, захисні козирки, жалюзі на вікнах. Вікна приміщень повинні мати регульовальні пристрої для відкривання.

Штучне освітлення приміщення має бути обладнане системою загального рівномірного освітлення. У приміщеннях, де переважають роботи з документами, допускається вживати систему комбінованого освітлення (додатково до загального освітлення встановлюються світильники місцевого освітлення).

Іншими словами, ступінь освітлення приміщення і яскравість екрану комп'ютера повинні бути приблизно однаковими, тому яскраве світло в районі периферійного зору значно збільшує напруженість очей і, як наслідок, призводить до їх швидкої стомлюваності.

При перегляді телевізору не рекомендується сидіти збоку, а лише сидячи перед екраном. При перегляді телепередач в кімнаті не повинно бути темно, її рекомендується освітлювати рівномірним розсіяним світлом, яке не потрапляє прямо в очі присутнім, в денний час вікна бажано закривати легкими світлими шторами для запобігання відображення сонячних блисків.

Обчислювальна техніка є джерелом істотних тепловиділень, що може привести до підвищення температури і зниження відносної вологості в приміщенні. У приміщеннях, де встановлені комп'ютери, повинні

дотримуватися певні параметри мікроклімату. Також в цих приміщеннях повинні бути медичні аптечки першої допомоги та система автоматичної пожежної сигналізації.

Шум погіршує умови праці здійснюючи шкідливу дію на організм людини. Джерелами шуму при роботі з ПК є жорсткий диск, вентилятор блока живлення мережі, вентилятор, розташований на процесорі, швидкісні DVD-ROM-и, механічні сканери, пересувні механічні частини принтера. Для зниження рівня шуму стіни і стелі приміщень, де встановлені комп'ютери, можуть бути облицьовані звукопоглинальними матеріалами. Рівень вібрації в приміщеннях обчислювальних центрів може бути понижений шляхом встановлення устаткування на спеціальні віброізолятори.

Для зниження дії усіх видів випромінювання рекомендується застосовувати монітори із зниженим рівнем випромінювання (MPR-II, TCO-92, TCO-99), встановлювати захисні екрани, а також дотримуватися регламентованого режиму праці та відпочинку. Телевізор під час роботи не створює шкідливого для здоров'я електромагнітного випромінювання, так як це приймач, тобто прилад не випромінює, а перетворює випромінювання у видиме зображення. Його електромагнітне поле практично не відрізняється від фонового.

4.2. Аналіз психологічних аспектів праці

За результатами проведеного дослідження вдалося встановити, що в основному свій вільний час студенти проводять в мережі Інтернет, користуючись комп'ютером, також досить багато часу витрачають на перегляд телебачення. Результати свідчать про те, що сучасне українське студентство засвоює велику кількість інформації з медіа джерел. Під час їх розумової праці значно активізуються аналітичні та синтетичні функції центральної нервової

системи, прийом і переробка інформації, виникають функціональні зв'язки, нові комплекси умовних рефлексів, зростає роль функцій уваги, пам'яті, навантаження на зоровий та слуховий аналізатори.

При інтенсивній роботі з використанням комп'ютерної техніки, гаджетів можна спостерігати велику кількість стресів, малу рухливість, вимушену статичну позу, що зумовлює застійні явища у м'язах ніг, органах черевної порожнини і малого тазу, погіршення постачання мозку киснем, зростання потреби в глюкозі. При такій розумовій праці погіршується робота органів зору: стійкість ясного бачення, гострота зору, адаптаційна можливість ока.

Через те, що студентство велику кількість часу витрачає на засвоєння інформації в них розвивається особливий стан організму – втома, яка з часом може перетворитися на перевтому. Втома породжує у студента стан, який призводить до помилок в роботі, небезпечним ситуаціям і нещасним випадкам.

1. Інформаційні навантаження.

«Просиджування» в Інтернеті вимагає від студента швидкого аналізу великого обсягу інформації. Він повинен постійно приймати рішення, вирішувати як прості, так і складні завдання, при цьому вирішення складних завдань відбувається за відповідно обраним алгоритмом. Крім того, розумова діяльність потребує творчого мислення. Для творчої праці характерна пошукова робота, створення нового алгоритму, що є найбільш складним в розумовій праці. Студент постійно сприймає нову інформацію, оцінює її, в результаті цього коригує напрям своєї діяльності.

В основному студент витрачає свій час в Інтернеті, або на навчання, або на розваги (комп'ютерні ігри, соціальні мережі). В залежності від типу зайнятості студент виконує свою діяльність за планом, графіком, а в період сесії – в умовах дефіциту часу. Це призводить до:

- інформаційного перевантаження мозку в умовах дефіциту часу;
- тривожного очікування інформації, особливо тієї, що викликає необхідність прийняття рішення;
- велике зорового та нервово-емоційного напруження;

- гіподинамії;
- високої відповідальності за кінцевий результат;
- тривалу ізоляцію у спілкуванні, зумовлену індивідуальним характером праці.

2. Сенсорні навантаження

Використання Інтернету, перегляд телебачення, прослуховування радіо впливає зір, слух, мову. Як показали результати дослідження досліджувані користуються мережею Інтернет 6,6 днів на тиждень, проводять в Інтернеті від 1 до 13 годин на день, в середньому цей показник – 6 годин. З 6 годин в учбових цілях користуються Інтернетом в середньому 1,5 години, а в розважальних цілях в середньому – 2,5 години та ще 2 години йде на спілкування в соціальних мережах. Ступінь впливу на нервову систему характеризується кількістю часу, що витрачається на спостереження за екраном, щільністю світлових і звукових сигналів, кількістю інформації, яку аналізуємо за одиницю часу, кількість об'єктів спостереження. Об'єктом спостереження вважається все, що знаходиться в центральному чи периферичному полі зору, а також і поза ним, однак, вимагає напруження уваги і є джерелом будь-якого виду сигналів для студента. При визначенні кількості об'єктів одночасного спостереження необхідно врахувати всі об'єкти, що знаходяться в полі зору. Напряга зорового аналізатора характеризується розмірами розглянутого об'єкта і екрану. Всі ці фактори мають тимчасові характеристики вимірюються і безпосередньо в годинах роботи. Тому при їх визначенні слід скористатися методом хронометражу. При визначенні величини навантаження на органи слуху слід виходити з таких уточнюючих обставин, як "перешкоди", на тлі яких мова повинна бути зрозуміла з тієї чи іншої відстані. Коли їх немає, розбірливість слів приймається за 100%. Навантаження на голосовий апарат характеризує напруга органів мови, що має місце при інтенсивній розмовній діяльності з необхідністю форсування звуку. Вона визначається за допомогою хронометражного методу.

3. Емоційне навантаження

Емоційні навантаження в трудовому процесі обумовлені різноманітними причинами. Однією з таких причин є відповідальність різного ступеня за результат власної діяльності. Студенти виконуючи певне завдання, можуть в певній мірі вплинути на результати цієї діяльності, все залежить від рівня складності і типу завдання. Можна говорити, що чим складніша задача поставлена перед студентом, тим зростає рівень відповідальності за вірне виконання задачі, оскільки помилкова дія вимагає додаткових зусиль і додаткового часу, проведеного в Інтернеті. При виконанні певного завдання, чи то домашнього завдання чи то, граючи в гру студент може прорахувати ймовірність настання певної події, що може призвести до підвищення рівня емоційного напруження. Аналіз певної інформації може призвести до виникнення конфліктної ситуації, призвести до стресу. Сидячи в Інтернеті, чи на радіо студент виконує роботу в умовах ізоляції від звичного соціального середовища. При інтенсивному і тривалому стресі можуть розвиватись локальні реакції спазму судин, що ведуть до «хвороб стресу»: ішемії, зниження імунітету, артеріальної гіпертонії, виразки шлунково-кишкового тракту, злоякісних пухлин, тощо. Студенти значною мірою потерпають від стресу через специфіку їх навчання і дію стресогенних факторів, яких неможливо уникнути. Це величезний потік інформації, дефіцит часу тощо.

4. Монотонність навантажень характеризується кількістю та тривалістю операцій за одиницю часу, час активних дій та пасивних спостережень проведених студентом. Час активних дій і час пасивного спостереження це прояви монотонності сенсорного типу. Вони також визначаються шляхом хронометричних досліджень. Кожний вид дій студента характеризується певним рівнем його загальної рухової активності, вимагає вибіркової, специфічної психологічної активності, пов'язаної з пізнанням, сприйняттям, спілкуванням тощо.

5. Режим праці.

Серед факторів підвищення ефективності праці особливе місце належить раціональному режиму праці і відпочинку. Від його структури залежить динаміка втоми, відновлюваність функцій організму, працездатність і здоров'я, надійність і продуктивність праці. Під режимом праці і відпочинку розуміють загальну тривалість просиджування перед монітором та часом перерв у процесі цієї активності, співвідношення і чергування цих періодів.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У сучасному суспільстві інформація стає найбільш важливою цінністю, а індустрія отримання, обробки і трансляції інформації – провідною галуззю діяльності, куди з кожним роком вкладають все більш значні капітали. Як вважають провідні вчені, інформація стає важливим стратегічним ресурсом, відсутність якого призводить до суттєвих втрат в економіці. Інформатизація суспільства виступає одним з вирішальних чинників модернізації економіки на ринкових засадах і запорукою інтеграції України в світове співтовариство.

Світ крок за кроком просувається в напрямку до створення інформаційного суспільства, в якому нові системи виробництва потребують також і якісно нового устрою людських відносин.

Поняття інформаційного простору набуло свого поширення в умовах розгалуження інформаційних і комунікаційних технологій, проте поза інформаційним простором культура існувати не може. На сучасному етапі розвитку філософського знання можна говорити про синтез трьох етапів розвитку уявлень про простір: міфологічного, класичного та інформаційного (маючи на увазі сучасну інтерпретацію останнього). Цей синтез знову гостро ставить проблему співвідношення наших уявлень про простір з реальним простором світу. Основними функціями, що нині виконує інформаційний простір, є: інтегруюча – об'єднує в єдине просторово-комунікативне і соціокультурне середовище різні види економічної діяльності; комунікативна – створюється особливе середовище транскордонної, інтерактивної і мобільної комунікації різних суб'єктів економічної діяльності, у рамках якої вони здійснюють інформаційний обмін; актуалізуюча – в інформаційному просторі здійснюється актуалізація інтересів різних суб'єктів економічної діяльності шляхом реалізації ними інформаційної політики; геополітична – формуються власні ресурси і змінюється значущість традиційних ресурсів, створюючи нове середовище геополітичних відносин і конкуренції; соціальна – інформаційний

простір трансформує суспільство і змінює характер та зміст соціально-економічних відносин у всіх сферах: політиці, культурі, науці, релігії тощо.

В інформаційному просторі особистості формуються її ціннісні орієнтації. Ціннісні орієнтації особистості не тільки визначають мотивацію індивідуальної поведінки, але й складають її світогляд. Цінності молоді формуються в процесі виховання і навчання. Причому навчання має на меті не стільки передачу певних знань в певній галузі, скільки відтворення культурних і історичних нормативів, які сприяють самореалізації особистості. Через виховання здійснюється трансляція (передача) ціннісних орієнтацій від покоління до покоління як на вербальному так і на невербальному рівнях.

Для дослідження механізмів становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі нами запропоновано проведення соціологічного дослідження серед студентської молоді. Мета даного соціологічного дослідження – виявити механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі. Для досягнення цієї мети використовується три методи дослідження: експрес-діагностика соціальних цінностей особистості; методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова; анкета «Інформація у житті студентства». Дослідження проводилося серед 148 студентів НТУУ «КПІ» та КНУ імені Тараса Шевченка гуманітарних та технічних напрямків.

За результатами проведеного соціологічного дослідження нами було визначено особливості споживання інформації з медіа джерел студентами, специфіку цінностей та особливості структури ціннісних орієнтацій студентської молоді.

Так, було виявлено, що студенти майже постійно знаходяться в інформаційному полі, найбільшу долю якого займає Інтернет. Використання медіа інформації допомагає студентам в навчанні, є важливою складовою їх відпочинку та розваг. Разом з тим, інформація не завжди наповнює та задовольняє респондентів.

Серед ціннісних орієнтацій молоді чільне місце посідають фінансові цінності. Також варто відмітити, що зростає цінність соціальної включеності студентів у життя країни та професійні цінності. Для студентів важливим є пошук нового, відпочинок, соціальні та суспільні взаємодії, спілкування та матеріальний добробут.

Провівши порівняльний аналіз ми виявили негативні та позитивні особливості ціннісних орієнтацій студентства, що формуються за рахунок тривалості споживання інформації з медіа джерел. Виявлені особливості стосуються різних сфер життя студентства.

В цілому отримані результати відображають вікову специфіку респондентів та включають особливості сучасного життя в інформаційному просторі.

Таким чином, в ході проведення дослідження була досягнута мета та виконані завдання, що були поставлені на початку. В результаті проведеного дослідження були визначені особливості ціннісних орієнтацій студентства та специфіка споживання інформації сучасними студентами. Також була підтверджена гіпотеза дослідження щодо того, що рівень задіяності студента в інформаційному просторі визначає специфічну структуру ціннісних орієнтацій.

Проведене дослідження не претендує на остаточне розв'язання проблеми механізмів становлення ціннісних орієнтацій студентської молоді в інформаційному просторі сучасного українського суспільства. Передбачається продовження наукового пошуку з використанням м'яких, якісних методик збору і аналізу соціологічної інформації із використанням стратегії case-study у різних регіонах країни, на прикладі різних ВНЗ. Кількісні методи (тестування і анкетування) можна використовувати для вирішення додаткових задач.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми практичної психології : зб. наук. праць. - Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2007. - С. 22-25.
2. Ануфрієва О. В. Психологічні особливості впливу засобів масової інформації на структуру ціннісних орієнтацій студентської молоді: автореф. дис. канд. психол. наук : 19.00.05 / О. В. Ануфрієва. - К., 2010. - 19 с.
3. Ануфрієва О. Тенденції взаємодії засобів масової інформації з молодіжною аудиторією / О. Ануфрієва // Соціальна психологія. - 2005. - № 6 (14). - С. 111-119.
4. Бажан А. К. Проблемний портрет молодого людини / А. К. Бажан // Дзеркало тижня, 2006. - № 8. - С. 7-8.
5. Бердник Г. Б. Особистісний розвиток як компонент структури професіоналізму майбутніх фахівців / Г. Б. Бердник, О. О. Прокоф'єва // Актуальні проблеми практичної психології : зб. наук. праць. – Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2007. – С. 22–25.
6. Бінько І. Інформаційний простір України: стан та тенденції розвитку/ І.Бінько// Бібліотечний вісник. - К., 2001. - № 2. - С. 15 - 18.
7. Белякова Е. Г. Социокультурное информационное пространство образования в контексте проблемы формирования личности / Е. Г. Белякова, И. Г. Захарова // Вестник Тюменского государственного университета. - 2010. - № 5. - С. 11-17.
8. Варій М. Й. Психологія особистості : навч. посіб. / М. Й. Варій. - К. : Центр учбової л-ри, 2008. - 592 с.
9. Василенко И.А. Информационная революция и политическая картина мира XXI века // Государственная служба. 2004. - № 2. - С. 50-58.
10. Вашкевич, В. М. Ціннісно-світоглядні настанови молоді в умовах соціально- історичних трансформацій / В. М. Вашкевич // Гілея. Науковий вісник: Збірник наукових праць. Випуск 31. Серія: Історичні, філософські, політичні науки / голов. ред. Вашкевич В. М. - К., 2010. - 448 с.

11. Венгер Л. А. Психическое развитие ребенка в процессе совместной деятельности / Л. А. Венгер // Вопросы психологии. - 2001. - № 3. - С. 17 - 26.
12. Вінчук І. Особливості впливу глобальних систем масової комунікації на особистість / І. Вінчук // Бібліографознавство. Документознавство. Інформологія. - 2012. - № 1. - С. 50-53.
13. Власова О. І. Психологія соціальних здібностей: структура, динаміка, чинники розвитку: монографія / О. І. Власова. - К. : ВПЦ «Київський університет», 2005. - 308 с.
14. Вовкун В. Державна стратегія культурного поступу / В. Вовкун // Культура і життя. - №7-8. - 2010. - С. 11-22.
15. Горелова Е. В. Философское осмысление проблем техногенной цивилизации // Философские науки. 2006. - № 9. - С. 5-21.
16. Грехнев В. С. Информационное общество и образование // Вестник Московского университета. Сер. 7, Философия. 2006. - № 6. - С. 88-106.
17. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура / О. П. Дубас // Сучасна українська політика. - Вип. 19. - 2010. - С. 223-232.
18. Засєкіна Л. В. Інформаційна безпека у вимірі інформаційно-психологічної позиції особистості / Л. В. Засєкіна, Х. Ю. Хворост // Актуальні проблеми прикладної психології // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. - Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2012. - С.196 -200.
19. Зотов В.В. Информационная картина мира и информационно-коммуникативная среда: проблемы взаимосвязи в современном обществе / В.В. Зотов, Е.И. Боев // Вопросы культурологии. - 2008. - №11. - С.14-16.
20. Зуев И. А. Изучение информационных модальностей учащихся / И. А. Зуев // Вісник Харківського національного університету. Серія «Психологія». - 2003. - № 599. - С. 119 - 123.
21. Інформаційне суспільство: дефініції: людина, її права, інформація, інформатика, інформатизація, телекомунікації, інтелектуальна власність,

ліцензування, сертифікація, економіка, ринок, юриспруденція / В.М. Брижко, О.М. Гальченко, В.С. Цимпалюк та ін. - К.: Інтеграл, 2002. - 220 с.

22. Казміренко В. П. Інтеграційні процеси в суспільстві та політичний вибір особистості: монографія / В. П. Казміренко. - К. : Міленіум, 2008. - 360 с.

23. Каткова М.В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии / М.В. Каткова // Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. - 2008. Вып.2. - С.23-26.

24. Корытникова Н. В. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества // Социологические исследования. 2007. - № 2. - С. 85-93.

25. Кохан С. Т. Влияние информационных технологий на психологическую безопасность человека / С. Т. Кохан, А. Э. Мелоян // Актуальні проблеми практичної психології. - Херсон : Вишемирський, 2010. - С. 207-210.

26. Крэйн У. Теории развития. Секреты формирования личности / У. Крэйн. - СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. - 512 с.

27. Кутюгин Д. И. Интернет как новое коммуникативное пространство информационного общества // Закон и право. 2007. - № 3. - С. 45-46.

28. Люзьяк М. В. Суспільна інформаційних ресурсів і комунікацій у моделюванні уявлень про знання / М. В. Люзьяк // Педагогіка і психологія професійної освіти. - 2006. - №6. - С. 157-163.

29. Макаров В. П. Формирование глобального информационного пространства // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. 2005. - № 3. - С. 3-18.

30. Маркин В. Н. Жизненная позиция личности как психолого-акмеологическая категория и феномен социального самоутверждения / В. Н. Маркин // Мир психологии. - 2005. - № 4. - С. 45-50.

31. Михайлов В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества / В.А. Михайлов, С.В.

Михайлов // Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр. - СПб., 2004. - С.34-52.

32. Назарова И. А. К проблеме становления и развития информационного общества // Гуманитарные и социально-экономические науки. -2007. -№ 1. С. 7-10.

33. Ница О. Інформаційні потреби та проблема інформатизації українського суспільства / О. Ница // Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні: Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених / за заг. ред. канд. філос. наук, доц. . В. Квасюк. - Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2010. - 280 с.

34. Огурчиков П. К. Экранная культура и современное коммуникативное пространство // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2007. -№ 2. - С. 113-116.

35. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : підручник / Л. Е. Орбан-Лембрик. - У 2 кн. - Кн. 1: Соціальна психологія особистості і спілкування. - К. : Либідь, 2004. - 576 с.

36. Пиголенко І.В. Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі КПІ) : автореф. дис. канд. філос. наук / І.В.Пиголенко. - 2007. - 16 с.

37. Ратиев В. В. Социокультурная взаимосвязь «массового» и «информационного» общества // Власть. 2006. - № 9. - С. 60-63.

38. Ситников В. П. Техника и технология СМИ. Печать, радио, телевидение / В. П. Ситников. - М. : Филологическое общество «Слово», 2004. - 416 с.

39. Скокова Л. Культурні уподобання молодіжної аудиторії / Людмила Скокова // Медіа. Демократія. Культура / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. - К.: Інститут соціології НАН України, 2008. - С. 178-205.

40. Советов Б.Я. Информационные технологии: Учеб. Для вузов. - М.: Высш. шк., 2009. - 134 с.

41. Советов Б.Я. Теория информационных процессов и систем / Б.Я. Советов, В.А. Дубенецкий, В.Ф. Цехановский и др. М.: Издательский центр «Академия», 2010. - 432 с.
42. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. - СПб. : изд-во Михайлова В. А., 2002. - 461 с.
43. Социальные коммуникации в Интернет-среде // Социальная коммуникация в современном мире : коллект. моногр. / Н. Н. Азаров [и др.] ; под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной. - М. : Альтекс, 2004. – 476 с.
44. Старіш О. Г. Теорія відкритих систем як парадигма процесів глобального розвитку / О. Г. Старіш. - Сімферополь : Універсум, 2003. – 240 с.
45. Тихонова С. В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть // Полис. 2007. - № 3. - С. 53-64.
46. Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. - М.: Психотерапия, 2009. - 544 с.
47. Ховалыг Д. В. Коммуникативная природа ценностей и их трансформация в медийном пространстве // Полис. 2008. - № 1. - С.61-66.
48. Шапошнікова І. В. Дослідження впливу телебачення на формування цінностей сучасної студентської молоді / І. В. Шапошнікова // Соціологія та профспілковий рух. - 2012. - №4. С. 19-25.
49. Шахбазян А. В. Информация как вид ценности в современном мире // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2006. - N 2. - С. 162-163.
50. Щедрий Я. І., Дещинський Ю.Л., Мурін О.С. та ін. Основи охорони праці: Навчальний посібник/ За ред. Я.І. Бедрія. - 3-тє вид., переробл. і доп. - Львів: “Магнолія плюс”, видавець СПД ФО В.М. Піча, 2004. - 240 с.
51. Яковенко М. Інформаційний простір: філософські аспекти формування поняття / Марина Яковенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». - Львів : НУ «Львівська політехніка», 2011. - № 692. - С. 22-27.

Електронні ресурси

52. Афонін Е.А. Закономірності та особливості суспільно-трансформаційних процесів в Україні [Електронний ресурс] / Е.А. Афонін, О.В. Суший, Л.М. Усаченко // Український соціум. - 2011. - № 4. - С. 7-30. - Режим доступу : http://www.ukr-socium.org.ua/stok/Aktual/Afonin_4_2011.pdf.

53. Брагіна Н. В. Життєва позиція як предмет психологічного аналізу [Електронний ресурс]. Н. В. Брагіна - Режим доступу: <http://vuzlib.com/content/view/759/94/>

54. Вплив електронних ЗМІ на функціонування мови в інформаційному суспільстві [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://vybory.org/articles/96.html>.

55. Гендина Н. И. Концептуальные основы формирования информационной культуры личности [Электронный ресурс] / Н. И. Гендина. - Режим доступа : http://www.mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_2c42278d0a9ee8283295350deb5f5bbd.

56. Згуровський М.З. Шлях до інформаційного суспільства - від Женеви до Тунісу // Інтернет-видання: <http://www.zn.kiev.ua/ie/print/51078>

57. Почепцов Г. Інформаційний та віртуальний простори України: кроки в майбутнє [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // Телекритика. - 2013. - Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/17057>.

58. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки : Закон України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=537-16>.

59. Прядко С. А. Життєва позиція особистості в аспекті сучасного соціально-філософського осмислення [Електронний ресурс] / С .А. Прядко // Філософський альманах —Мультиверсум. - К. : Центр духовної культури, 2004. - №40. - Режим доступу : http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_40/Pryadko.htm.

Іншомовні джерела

60. Robertson D. S. The Information revolution / D. S. Robertson // Communication research. - N.Y., 1990. - Vol. 17, № 2. - P. 235-254.

61. Gardner, H. An interview with Howard Gardner // Fogarty, R. & Bellnca, J. (Eds.). Multiple intelligence: A collection. - Hawker Brownlow Education, Cheltenham: Ausralia, 1995. - P. 3 - 25.

Шановний респонденте!

Ми проводимо дослідження «Механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі». Відповіді на запитання анкети не займуть у Вас багато часу, але дуже допоможуть нам у реалізації даного дослідження. Вся інформація, отримана із анкети, є де персоналізованою (використовуватиметься в узагальненому вигляді) тому, будь-ласка, відповідайте на запитання анкети максимально чесно та відкрито.

БЛОК А.

1. Вкажіть, будь ласка, які із нижче перерахованих джерел інформації є для Вас найбільш важливими? *(Оберіть декілька варіантів, але не більше 2).*

- a) мережа Інтернет;
- b) телевізор;
- c) радіо;
- d) друкована література (у тому числі газети, журнали і т.п.);
- e) інформація, передана «із уст в уста»;

Інший варіант _____.

2. Вкажіть, будь ласка, скільки днів на тиждень Ви користуєтесь мережею Інтернет? _____.

3. Скільки годин на день Ви зазвичай проводите в Інтернеті? _____.

4. Скільки годин на добу Ви, зазвичай, проводите в соцмережах? _____.

5. Зазначте, будь ласка, з якою метою Ви користуєтесь мережею Інтернет? *(Можна обирати декілька варіантів. Оберіть ті, які мають для Вас найбільше значення).*

- a) у навчальних цілях;
- b) для розваг (прослуховування музики, перегляд фільмів, комп'ютерні ігри і т.д.);
- c) з метою організації власного дозвілля (у вільний від роботи час);

- d) для виконання робочих завдань;
- e) для користування соцмережами;
- f) для комунікації з родичами, друзями, знайомими;
- g) задля використання корисних додатків (перекладач, GPS-навігація, фоторедактор і т. п.);
- h) як джерело отримання новин.

6. Зазначте, будь ласка, скільки годин в день Ви витрачаєте на користування мережею Інтернет за різними цілями? *(Відповідь за кожним рядком).*

	Скільки часу Ви витрачаєте на добу у мережі Інтернет з метою:
у навчальних цілях	
для розваг	
для організації власного дозвілля	
для виконання робочих завдань	
для користування соцмережами	
для комунікації	
задля використання корисних додатків	
як джерело отримання новин	

7. Зазначте чи відчуваєте Ви себе емоційно наповненим після часу, проведеного в Інтернеті?

- a) Так;
- b) Скоріше так, ніж ні;
- c) Не завжди;
- d) Ні;
- e) Важко відповісти.

БЛОК Б.

8. Вкажіть, будь ласка, чи дивитесь Ви телевізор?

- a) Так → перехід до питання № 10
- b) Ні

9. Оберіть твердження, яке на Вашу думку, відображає основну причину того, що Ви не дивитесь телевизор. (Оберіть не більше двох варіантів).

- a) мені не цікаво;
- b) немає телевизора;
- c) немає часу, щоб дивитись ТБ;
- d) вважаю це старомодним;
- e) мені вистачає інших джерел, щоб задовольнити потребу в інформації;
- f) важко відповісти;
- g) телевізійні програми перенавантажують зайвою інформацією;

Інший варіант _____.

10. Вкажіть, будь ласка, скільки днів на тиждень Ви дивитесь телевизор або телевізійні програми через Інтернет? _____.

11. Скільки годин на день Ви зазвичай дивитесь телевизор або телевізійні програми через Інтернет? _____.

12. Чи допомагає Вам телебачення в навчанні?

- a) Так
- b) Ні → перехід до запитання № 14

13. Яким чином телебачення допомагає Вам у навчанні?

- a) щодня дізнаєшся «свіжу» інформацію;
- b) пізнавальні та документальні телепередачі є важливими для формування різносторонньо обізнаної людини;
- c) розважальні телепередачі дають змогу відволіктися від важкого навчального для та відпочити;
- d) деякі телепередачі допомагають людині швидше соціалізуватись;
- e) з телепередач можна почерпнути безліч цікавих ідей;

Інший варіант _____.

14. Які телепередачі Ви дивитесь найчастіше? (Оберіть декілька варіантів, але не більше трьох).

- a) гумористичні;
- b) пізнавальні;
- c) реаліті-шоу;
- d) інформативні (наприклад, новини);
- e) політичні програми;
- f) документальні (передачі, фільми і т. п.);

Інший варіант _____.

15. Після декількох годин перегляду ТБ Ви відчуваєте себе інформаційно наповненим?

- a) Так;
- b) Ні.

16. Напишіть, будь ласка, у чому проявляється це інформаційне наповнення/відсутність інформаційного наповнення _____

_____.

БЛОК В.

17. Чи слухаєте Ви радіо?

- a) Так
- b) Ні → перехід до запитання № 20

18. Оцініть важливість радіо для студентської молоді сучасності по 10-бальній шкалі, де 1 – взагалі не важливо, а 10 – надзвичайно необхідно. (Обрану відповідь обведіть кружечком).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

19. З якою метою Ви використовуєте радіо?

- a) прослуховування музики;
- b) отримання нової інформації (наприклад, новини);

Інший варіант _____.

БЛОК Г.

20. Яке із перерахованих нижче джерел отримання інформації Ви вважаєте найважливішим у формуванні Ваших цінностей та переконань?

- a) телевізор;
- b) мережа Інтернет;
- c) методом «із уст в уста»;
- d) радіо;
- e) друкована література (у тому числі газети, журнали і т.п.);
- f) думка авторитетних для Вас осіб;

Інший варіант _____.

21. Чи задовольняють Вашу «інформаційну спрагу» сучасні інформаційні джерела, такі як: мережа Інтернет, телебачення, радіо, газети, книги?

- a) так, задовольняють у повному обсязі;
- b) скоріше так, ніж ні;
- c) вищевказаних джерел інформації недостатньо для мене;
- d) важко відповісти;

Інший варіант _____.

22. Нижче пропонується 8 тверджень. Оцініть для себе значущість кожного з них у балах за схемою: 10 (неважливо), 20, 30, 40 ... 100 (дуже важливо). Розподіліть бали згідно з таблицями (цифри в розділах – номери відповідних затвердження).

Професійні	
Фінансові	
Сімейні	
Фізичні	
Суспільні	
Духовні	
Соціальні	
Інтелектуальні	

БЛОК Д.

23. Ваш вік: _____.

24. Ваша стать:

- a) ж;
- b) ч.

25. Сімейний статус:

- a) неодружений/незаміжня;
- b) одружений/заміжня.

26. ВНЗ, в якому навчаєтесь:

- a) НТУУ «КПІ»;
- b) КНУ ім. Т. Шевченка.

27. Факультет, на якому Ви навчаєтесь: _____.

28. На якому курсі Ви навчаєтесь зараз:

- a) 1;
- b) 2;
- c) 3;
- d) 4.

29. Як Ви можете оцінити власний матеріальний стан?

- a) хороший;
- b) задовільний;
- c) хотілося б мати більше;
- d) мене не влаштовує моє матеріальне становище;
- e) мені постійно не вистачає грошей.

Дякуємо за участь у дослідженні!