

11. Семигин Г. Ю. Модернизация политическая / Г. Семигин. // Политическая энциклопедия : в 2 т. – М., 1999. – Т. 1. – С. 724.
12. Сморгунів Л. В. Современная сравнительная політологія / Л. Сморгунів. – М. : РОССПЭН, 2002. – 472 с.
13. Цыганков А.П. Современные политические режимы: структура, типология, динамика. / А. Цыганков. – М. : Интерпракс, 1995. – 296 с.
14. Шаповаленко М. Современные транзитологические концепции / М. Шаповаленко // Политическая наука: предмет и методологические основания : сб. материалов междунар. науч. конф., г. Харьков, май, 2001. – X., 2001. – С. 107–123.
15. Шипунов Г. Особливості становлення транзитології як напряму політичної науки / Г. Шипунов // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2006. – Вип. 17. – С. 123–130.

В статье определены и проанализированы периоды, связанные из социально- политическими преобразованиями, входящие в сферу исследования политической транзитологии; определена связь между теорией модернизации и политическим транзитом; систематизирован инструментарий политической транзитологии и сделана попытка этимологического определения понятия транзита.

Ключевые слова: модернизация, транзитология, переход, политическая система.

The article deals with the analysis of periods of social political transformations in the sphere of political transitology. The onnections between the theory of modernizations and political transition are established; the nomenclature of political transitology is systematized. The attempts of etymological definition of the notion “transit” have been made

Key words: Modernization, transitology the transition, political system.

УДК 323.2: 004.738.5 – 057.87

ББК 66.3 (4Укр)

Василь Кедик

КОГНІТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НОВИННОГО ВЕБ-САЙТУ ЯК ЧИННИК НЕФОРМАЛЬНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ОСВІТИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Проаналізовано причини та особливості звернення молодіжної аудиторії до онлайн-медіа з метою отримання політичної інформації. Розкрито когнітивний потенціал новинного веб-ресурсу у процесі неформальної політичної освіти студентства на прикладі веб-сайтів “Українська правда” та “Кореспондент”.

Ключові слова: веб-сайт, політична інформація, онлайн-медіа, політична освіта, студентська молодь.

Стратегічний розвиток суспільства тісно пов'язаний з набуттям молоддю політичних знань та орієнтацій, політичним вибором, формуванням моделей ставлення до політичної системи та місця у ній соціального суб'єкта. Складовою політичної соціалізації в сучасних українських реаліях є система демократичної громадянської освіти, спрямована на виховання громадянина, який цінує власні права, готовий захищати ідеали свободи, демократичні цінності, володіє відповідними практичними навичками. Громадяни демократичних суспільств мають засвоїти необхідний мінімум знань про ідеали і цінності, які складають основу демократичної політичної культури. Така культура включає розуміння значення прав людини, їх дотримання у повсякденній практиці, знання того, як влаштоване суспільство та його інститути, вміння брати участь у громадському житті, сприяти розв'язанню конфліктів, вступати в комунікацію, робити свідомий і відповідальний вибір, критично мислити тощо.

Поряд з наданням знань і формуванням умінь суспільно-політичної діяльності політична освіта має забезпечити формування певного морально-духовного стану людей – відчуття власної свободи і водночас відповідальності, віри у суспільні цінності. А.Карнаух пов'язує такий стан з поняттям “громадянськість” [4, с.83].

Політична освіта відбувається на таких основних вікових етапах: дошкільне виховання та початкова освіта, шкільна освіта, вища і професійна освіта, освіта дорослих. На етапі вищого і професійного навчання важливого значення набуває здійснення політичної освіти за допомогою спеціальних освітніх курсів та самоосвіта завдяки мас-медіа [4, с.86].

В умовах українського суспільства, коли відбувається постійне протистояння різноманітних тактик політичного розвитку, наявний брак чітких суспільно-політичних орієнтирів, актуалізується роль ЗМІ як “четвертої влади”. У процесі формування політичних цінностей, знань зростає роль електронних ЗМІ, особливо інтернет-медіа, як неформальної складової громадянської освіти. Звичайно ЗМІ не можуть забезпечити систематичне та глибоке засвоєння політичних знань, останнє виступає завданням першочергово освітніх установ, в яких мають викладатись відповідні навчальні курси. Та мас-медіа супроводжують людину протягом всього життя, зокрема під час навчання у вузі, значною мірою впливають на сприйняття політичної інформації [13].

Актуальність даного дослідження зумовлена потребою проаналізувати потенціал інформаційно-аналітичного новинного веб-сайту у процесі набуття студентською молоддю знань про окремі політичні суб’єкти та публічні політичні інститути.

Аналіз наукових джерел засвідчує неабиякий інтерес вітчизняних науковців до проблематики політичної освіти студентства. Значно слабше розкрита роль мас-медіа у процесі набуття студентською молоддю політичних знань та орієнтацій. Практично відсутні ґрунтовні наукові дослідження впливу електронних ЗМІ, зокрема онлайн-ЗМІ, на процес політичної соціалізації студентства. Теоретичною основою дослідження виступають академічні напрацювання вітчизняних науковців В.Кафарського [1], О.Зернецької [2], А.Карнаух [4], Н.Левковської [6], О.Маліса [10], П.Олешука [11], Н.Пробий-голови [12; 13] та О.Хоменок [15], а також іноземних медіа-теоретиків Д.Мак-Квейла [8], М.Мак-Люена [9] та Е.Ноель-Нойман [16].

Розвиток Інтернету значно розширив поле публічної сфери суспільства. Деякі науковці вважають, що процес масової інформатизації приніс із собою зміни, які, можливо, не менш важливі для трансформації публічності і становлення громадянського суспільства, ніж розвиток книгодрукарства та газетної індустрії [1; 9]. У зв’язку зі швидким проникненням інформаційних технологій у всі сфери суспільного життя Інтернет починає посідати дедалі чільніше місце серед засобів оперативного отримання необхідної інформації і відігравати дедалі важливішу роль у формуванні політичних симпатій студентства.

Після винайдення друку переважав лінійний спосіб мислення, але з розвитком телебачення йому на зміну прийшло сприйняття через образи електронних засобів. Тому візуальні комунікації повинні співіснувати з вербальними, насамперед із письмовими. Інформація візуальна, а не вербальна, не дає можливості відрізнити одичне і загальне. Натомість письмове повідомлення допомагає зрозуміти смисл, свідомо сприйняти його або відкинути. Серед студентів можна прослідкувати поділ на дві групи: тих, хто в основному дивиться телебачення, тобто отримує готові образи і готові уявлення про світ, без критичного відбору отриманої інформації; і тих, хто, користуючись комп’ютером, здатен відбирати й обробляти інформацію, критично її осмислювати. Проте багато студентів орієнтовані на пасивне отримання інформації, не надаючи при цьому значення джерелам інформації і тому можуть стати об’єктом маніпулювання. Серед завдань вищої освіти – навчити молоду людину самостійно відбирати й критично осмислювати інформацію. Проте цього, як вважають науковці, не завжди вдається досягнути [1, с.376–377].

Інститути соціалізації не тільки розрізнені, а й конкурентні, або й взагалі не пов’язані між собою утворення, які, до того ж, перебувають в нерівних умовах щодо по-

ширення впливу. Ще кілька десятиліть тому провідну роль в отриманні інформації відігравали кінотеатри, читання газет та журналів, перегляд телепередач. Сьогодні ж електронні ЗМІ контролюють значну частину дозвілля молодіжної аудиторії та виступають важливим інструментом формування соціальних настановлень та ціннісних орієнтацій [6, с.88–89].

В Україні тенденційно зростає молодіжний сегмент інтернет-аудиторії. За оцінками в країні від 30 до 40% населення має доступ до всесвітньої мережі. Згідно з даними соціологічного дослідження проведеного КМІС в лютому 2012 року, 63% українських користувачів Інтернету – люди молодші за 40 років, 55% користувачів – особи з вищою і незакінченою вищою освітою. Згідно з результатами дослідження, основною метою відвідування Інтернету для 35% опитаних є спілкування, для 31% – онлайн-медіа, 26% – завантаження даних, 8% – фінансові операції, 7% – ігри [7].

На думку Н.Пробийголови, в зв'язку з швидким проникненням інформаційних технологій у всі сфери суспільного життя, Інтернет починає посідати дедалі більше місця в масиві засобів оперативного отримання необхідної інформації та відігравати дедалі помітнішу роль у формуванні політичних преференцій студентства. Електронні ЗМІ, що поширюються в українському сегменті Інтернету, сприяють відкритості суспільства, розповсюдженню різнобічної інформації, яку важко адміністративно регламентувати. Високий рівень володіння комп'ютерною технікою та інтерес до Інтернету стимулюють зростання ролі онлайн-медіа у процесі політичної соціалізації студентства. Молодь починає активніше використовувати Інтернет для отримання політичної інформації, а не тільки традиційним для даної вікової групи чином – розваг чи спілкування [13].

Ризики неформальної політичної освіти за допомогою онлайн-ресурсів варто пов'язувати з тим, що середовище Інтернету, в якому студентству досить легко знайти осіб зі схожими поглядами на соціально-економічний, гуманітарний, політичний розвиток держави не гарантує уникнення ізоляції, відмови від власних поглядів під впливом сформованої ЗМІ політичної кон'юнктури та відповідно – закручуванням “спіралі мовчання”, виходячи з теорії Е.Ноель-Нойман [16]. Окрім того досі відсутні системні дослідження, в яких розкрита кореляція між інтернет-активністю та активізацією політичної позиції молодого людини поза глобальною інформаційною мережею.

Політичні онлайн-ресурси виступають новим способом політичної комунікації завдяки наступним особливостям: можливість розмістити будь-яку кількість матеріалів без часових і просторових обмежень; прямо звернутись до великої аудиторії реципієнтів інформації; низьку вартість доставки інформації без просторових обмежень; легке оновлення інформації [10, с.27]. Селективні можливості щодо добору політичної інформації надають онлайн-медіа. Для молодого людини сьогодні велике значення має здебільшого не сума знань, отриманих у навчальному закладі, а інформація почута по радіо, побачена по телебаченню, здобута з Інтернету. В результаті попередня більш або менш цілісна система знань і цінностей замінюється набором мінливих політичних установок, на які постійно впливають мас-медіа [1, с.378].

За деякими даними, рівень довіри до новин, які пропонують онлайн-медіа випереджає довіру до контенту друкованих ЗМІ. Так, інтернет-новинам довіряють 40% населення у всьому світі, інформації в газетах – 39%. Найбільшою популярністю онлайн-новини користуються у Великобританії – в цій країні їх випереджають тільки чутки, при цьому 38% британців довіряють телевізійним новинам і всього 23% – газетним повідомленням. Для складання рейтингу довіри різним ЗМІ було опитано більше 27,5 тис. людей у віці від 18 до 55 років із 16 країн світу: Австралії, Канади, Китаю, Німеччини, Фінляндії, Франції, Данії, Італії, Японії, Кореї, Голландії, Норвегії, Іспанії, Швеції, Великобританії і США. У результаті дослідження з'ясувалося також, що все

більше людей активно користуються Інтернетом, тоді як довіра до традиційних джерел інформації в деяких країнах знижується. Три чверті опитаних заявили, що хоча б раз за останній місяць зверталися до інтернет-новин [3]. Результати дослідження варто пов'язувати з тим, що Інтернет стає все більш доступним і швидким, а також свідчить про те, що люди все активніше звертаються за інформацією до інтернет-ЗМІ, які оперативно подають новини в режимі реального часу.

Д.Мак-Квейл виділяє змінні, які допомагають розмежувати нові і традиційні мас-медіа з погляду індивідуального користувача: рівень інтерактивності позначений реакцією користувача на повідомлення відправника; рівень суспільної присутності, тобто відчуття контакту з іншими членами суспільства, соціальними групами; рівень автономності – наскільки користувач може контролювати контент, наскільки незалежним від джерела інформації почувається користувач; рівень грайливості – використання розваг, задоволення від застосування технології; рівень приватності – позначає ступінь персональності та винятковості [8, с.130].

Провідні українські новинні веб-сайти слідкують за потребами користувачів, прагнуть до відповідності форм подачі інформаційного контенту запитам аудиторії. Конвергентні медіа зацікавлені у збільшенні рівня інтерактивності користувачів, оскільки ключовою умовою їх успіху виявляється не лише залучення та розширення кола нової аудиторії, а також утримання наявних користувачів, збільшення кількості часу, проведеного користувачем на веб-сайті, кількості користувацьких кліків. Це в свою чергу прямо пов'язано з продажем реклами та виступає ключовою передумовою фінансової стійкості та незалежності медіа. Окрім того варто відзначити, що активні користувачі допомагають редакції краще зрозуміти потреби споживачів інформації, налаштувати контент відповідно до запитів аудиторії [15, с.532].

До одного з інструментів самостійної організації розміщення інформаційних повідомлень автономним користувачем варто віднести RSS – спеціальний формат, призначений для опису стрічок новин, анонсів статей, змін у блогах тощо. Інформація з різних джерел, подана у форматі RSS, може бути зібрана, опрацьована і подана користувачеві в зручному для нього вигляді спеціальними програмами [15, с.532]. Зазвичай за допомогою RSS подається короткий опис нової інформації, що з'явилася на сайті, і посилання на її повну версію. Інтернет-ресурс у форматі RSS називається RSS-каналом, RSS-стрічкою або RSS-фідом. Більшість сучасних браузерів та поштових клієнтів працюють з RSS-стрічками. Крім того, існують спеціалізовані програми (RSS-агрегатори), які збирають і опрацьовують інформацію RSS-каналів. Веб-сайт “Українська правда” пропонує користувачеві скористатись кількома варіантами організації надходження контенту за допомогою RSS. Передбачена можливість вибору однієї з чотирьох RSS-стрічок: загальна стрічка всіх матеріалів “УП”, “Новини”, “Тільки найважливіші новини”, “Публікації” [14]. Сайт “Кореспондент” пропонує e-mail підписки на новини веб-ресурсу [5].

Важливе значення для ознайомлення з контентом вказані онлайн-медіа відводять корпоративним профілям в соціальних мережах “Facebook”, “Вконтакті”, “Twitter”. Соціальні мережі як різновид нових медіа сьогодні виконують потужну інформаційну функцію, зокрема в молодіжному середовищі студіюючої молоді, зважаючи на значне зацікавлення студентською молоддю використанням веб-ресурсів даної категорії. Профілі медіа в соціальних мережах служать важливою запорукою для забезпечення зворотного зв'язку з аудиторією в режимі онлайн, наприклад, шляхом реагування на коментарі аудиторії з боку редактора чи журналістів під розміщеними постами, вони значно полегшують процес комунікації між виробником інформаційного продукту та аудиторією. Короткі заголовки дають можливість користувачу краще розібратися в інформаційному потоці, виокремити новинні чи аналітичні блоки, які його цікавлять,

спонукають подальший перехід користувача безпосередньо на веб-сайт для ознайомлення зі змістом обраного контенту. Посилання на профілі в соціальних мережах вказані онлайн-медіа практикують розміщувати на головній сторінці веб-сайту для повернення більшої користувацької уваги [5; 14].

Обидва веб-ресурси пропонують безкоштовне програмне забезпечення для доставки інформаційного контенту на різноманітні платформи: iPhone, Android, iPad тощо. Пристосування веб-сайту до цифрових приладів сьогодні вже є звичайною характеристикою для більшості українських популярних онлайн-медіа. Варто вирізнити також високий рівень мультимедійності проаналізованих веб-ресурсів. Популярним є використання текстового, графічного, фотографічного, аудіовізуального, анімаційного варіантів даних. Когнітивний потенціал “УП” та “Кореспондент” розкривається також завдяки опції коментування на сайтах, що уможлиблює обмін думками користувачів з приводу певної новини чи публікації, інтерактивних опитувань, організації чат-конференцій та онлайн-конференцій. Останній інструмент особливо активно використовує сайт “Кореспондент”, який регулярно запрошує для спілкування з користувачами популярних політиків, експертів, громадських діячів. Інтернет-користувачі мають можливість не тільки спостерігати за конференцією використовуючи ресурс прямої відеотрансляції на веб-сайті, але й брати активну участь в даних обговореннях, пропонуючи гостям ресурсу власні питання.

Важливе значення для формування сталої політичної позиції студентства має створення активного особистого інформаційного потоку. Поряд з індивідуальним форматуванням інформаційного контенту для користувацької зручності, про що вже згадувалось, виділяємо інші персоніфіковані можливості інтеракції з веб-ресурсом. Прикладом може бути громадянська журналістика. В рубриці “Я – Кореспондент” на сайті “Кореспондент” містяться детальні поради громадянським журналістам. Зареєстровані користувачі мають можливість завантажити на сайт авторські матеріали, фотографії тощо. Також наявна опція відеоблогінгу. Відеоблог – новий тип розвитку інтернет-щоденників, в якому записи користувачів створюються та публікуються не у вигляді тексту, а в формі відеороликів [5]. Технологія блогу спрямована на те, щоб поділитися власними думками з іншими користувачами мережі. Назва “блог” походить від скорочення англійського терміна web-blog. Він перекладається українською як веб-журнал. Вперше даний термін використав американський інтернет-користувач П.Мергольц [2, с.13]. Зростання ролі блогів як комунікативного інструменту вимірюється збільшенням кількості читачів та дописувачів, активним процесом переведення інформації, опублікованої у блогах у інші комунікативні форми. Переваги використання блогів як засобу політичної комунікації можна згрупувати наступним чином: 1. блог – це індивідуальний, особистісний та неофіційний канал комунікації. Він дозволяє поширювати політичну позицію власника, виражати його думки з певної нагоди чи проблеми; 2. блог дозволяє організувати інтерактивність у політичній комунікації, оскільки інформація може бути прокоментована інтернет-користувачами. 3. блог створює певне тло для реалізації політичного дискурсу, оскільки блогосфера функціонує за певними принципами та утворює своєрідний аналог “колективного розуму” для обговорення певних проблем. 4. блог виступає також засобом мобілізації чинних та рекрутування нових прихильників [11, с.110–111].

На веб-ресурсі “Українська правда” для зручності користувачів, блоги розподілені за тематичними розділами: “Політика”, “Економіка”, “Суспільство”, “Культура”, “Спорт”, “Шоу-бізнес”. Активними дописувачами власних блогів виступають політики, політологи, журналісти, громадські діячі, представники влади. Також передбачена можливість навігації з використанням критерію одиничних тем, найбільш інформаційно наповненими з яких станом на жовтень 2012 року виступали “Мовне питання”,

“Свобода слова”, “Євро-2012”, “Справа проти Тимошенко”, “Вибори-2012 в Україні” [14]. Веб-сайт “Кореспондент” надає можливість створити блог будь-якому зареєстрованому користувачу. Шляхом поділу блогів на дві великі групи “Лідери думок” та “Користувачі” забезпечена широка можливість для активно вираження політичних поглядів в інтернет-середовищі, пошуку однодумців серед пересічних відвідувачів ресурсу, що має важливе значення для артикуляції політичних поглядів та політичних орієнтацій широкою аудиторією веб-ресурсу, яка не має безпосереднього відношення до політики. Популярна блогосфера також у владних колах, насамперед як інструмент донесення офіційної позиції владних репрезентантів або персональної думки з визначеного кола питань. Персональні блоги на сайті “Кореспондент” мають Секретар РНБО Андрій Ключев, Віце-прем’єр-міністр – Міністр соціальної політики Сергій Тігіпко, Міністр економічного розвитку і торгівлі України Петро Порошенко, Керівник Головного управління з гуманітарних та суспільно-політичних питань Адміністрації Президента Ганна Герман тощо [5]. Одним з факторів активного освоєння блогів на веб-сайтах інтернет-медіа представниками влади виділяємо фактичну відсутність в офіційній владі ефективних онлайн-інструментів щодо інформування громадськості про владно-управлінську діяльність через невисоку популярність в середовищі УАнету (україномовного Інтернету) веб-сайтів органів державної влади та місцевого самоврядування, урядових інституцій, державних мас-медіа порівняно з приватними інтернет-медіа.

Таким чином, дедалі більший масив політичної інформації молоді люди одержують з електронних ЗМІ, зокрема, онлайн-ЗМІ, які справляють безпосередній вплив на процес політичної освіти молодого покоління українців. Сучасні онлайн-медіа на прикладі проаналізованого когнітивного потенціалу веб-сайтів “Українська правда” та “Кореспондент” виступають вагомим інформаційним ресурсом у ході неформальної політичної освіти молодіжної аудиторії українського сегменту мережі Інтернет, зокрема студентства, за умов зацікавлення студіюючою молоддю в отриманні політичної інформації, наявності відповідних технічних можливостей підключення до Інтернет. Разом з тим об’єктивність та соціальна відповідальність онлайн-медіа виступають передумовами формування політичної компетентності та демократичної громадянської культури в молодіжному середовищі користувачів Інтернет. Важливим механізмом для стимулювання інтересу студентської молоді до навігації на інтернет-медіа і відповідно зростання ролі інтернет-медіа в процесі політичної освіти є користувацька організація форми подачі інформаційного контенту, підписки на різноманітні сервіси веб-сайтів, безкоштовне програмне забезпечення для доставки інформаційного контенту на цифрові платформи, комбінування текстового, графічного, аудіовізуальної способів подачі суспільно-політичної інформації, профілі мас-медіа в соціальних мережах, ресурси громадянської журналістики та блогінгу.

1. Громадянська культура студентської молоді : навч. посіб. / Кафарська О. Б, Припхан І. І., Стручкова-Гуменна Л. Б ; за ред. д. ю. н., проф. В. І. Кафарського. – Івано-Франківськ, 2010. – 479 с.
2. Зернецька О. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації / О. Зернецька // Політичний менеджмент. – 2009. – № 2. – С. 13–26.
3. Інтернет-новини обійшли за популярністю газети і ТБ: їм вірять 40% населення у всьому світі [Електронний ресурс] // ТСН:[сайт]. – Режим доступу : http://tsn.ua/nauka_it/internet-novini-populyarnishi-za-telebachennya-i-gazeti.html.
4. Карнаух А. Громадянська освіта як засіб формування політичної культури молоді / А. Карнаух // Політичний менеджмент. – 2007. – № 6. – С. 82–88.
5. Кореспондент [Електронний ресурс] // Кореспондент: [сайт]. – Режим доступу : **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**
6. Левковська Н. Динаміка ціннісних орієнтацій молоді / Н. Левковська // Політичний менеджмент. – 2006. – № 1. – С. 85–94.