

Значение привития будущим специалистам, в первую очередь будущим руководителям-лидерам, чувства личной ответственности, вполне очевидно, будет постоянно возрастать в связи с усложнением характера общественного производства и повышения роли личностного фактора в обеспечении его желаемой эффективности и безопасности. Более того, необходимо научить студента уже в процессе его обучения в вуз ответственно относиться к своей учебно-познавательной деятельности. Ведь полученные знания, умения и навыки, уровень его воспитанности и личностного развития определяют его жизненный успех, максимальную реализацию творческих способностей, личностного и профессионального потенциала.

Сегодня буквально от каждого отдельного человека зависит очень многое. Поэтому уровень ответственности каждого может в значительной мере влиять на характер и направления развития общества, а в более общем плане – на дальнейшие судьбы и само существование нашей цивилизации.

Список литературы: 1. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: пер с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2000. – 272 с. 2. Руководство и лидерство: философско-психологический анализ: учеб. пособие / М.А. Резниченко, М.В. Ланских, А.С. Пономарев, С.Н. Пазынич. – Белгород, ИД «Белгород», 2012. – 136 с. 3. Головнева И.В. Психологические основы кадрового менеджмента: учеб. пособие. – К.: Кондор, 2008. – 172 с. 4. Пономарьев О.С., Чеботарьев М.К. Відповідальність в системі професійної компетентності фахівця. – Харків: Підручник НТУ «ХП», 2012. – 220 с. 5. Философия общения: монография / В.Г. Кремень, Д.И. Мазоренко, С.А. Заветный, С.Н. Пазынич, А.С. Пономарев. – Харьков: ХНТУСХ, 2011. – 440 с.

*Логовський І.М.
м. Харків, Україна*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ ЯК ЧИННИКА ФОРМУВАННЯ ДУХОВНО – МОРАЛЬНИСНИХ ЯКОСТЕЙ СУЧАСНОГО СТУДЕНТСТВА

Доба інформаційної революції, яка вносить кардинальні зміни в життя людства і яку прогнозували вчені, настала. Коли на початку 60-х років ХХ ст. під тиском нових, небачених доти інформаційних технологій, які зароджувалися в надрах індустріального розвою, наука відчула, що в установлені структури індустріального науково-технічного прогресу вріваються

свіжими струменями якісно нові алгоритми, які докорінно змінюють навколишнє середовище і людське світосприймання, то наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. заговорили про «золоту добу» інформації і становлення інформаційного суспільства. Матеріальну основу такого суспільства практично створено, і вона бурхливо розвивається далі. Це – не тільки становлення глобальної інформаційної індустрії, інформаційних технологій і техніки (десятки супутників зв'язку, мільярд телевізорів, десятки тисяч радіостанцій, періодичних видань, мобільні телефони, «світова павутина» – інтернет – мережа), – а й ті кардинальні зміни, що відбулися під впливом цього процесу у соціально-політичному житті та свідомості людства.

Чи не найбільшим досягненням інформаційного суспільства є те, що завдяки створенню нового інформаційно-технологічного середовища, інформація миттєво долає відстані, власне, відстані для неї практично зникають. Завдяки глобальній комп'ютеризації, телефонізації, Інтернету ця інформація стає доступною майже кожному членові суспільства у розвинених країнах, а в перспективі стане доступною кожному мешканцю нашої планети.

Світовий інформаційний вибух спричинив переворот у суспільній свідомості, примусив по-новому мислити, шукати нові підходи у всіх сферах суспільного життя. Вчені світу, як і українська вітчизняна наука, осмислюють нову якість постіндустріального суспільства, дають йому теоретичне обґрунтування, прогнозують майбутнє.

Саме поняття інформаційного суспільства не має загальноприйнятої точної і всеохоплюючої дефініції. Дослідники сприймають його як наступний ступінь розвитку людства, на якому домінуючим об'єктом у сферах виробництва та споживання стають інформаційна продукція та послуги. Ось які характеристики, притаманні такому суспільству: значні інформаційні ресурси; виробництво, зберігання та передача як аудіовізуальної продукції, так і ділової і розважальної інформації стає найважливішою частиною економіки; сформована інформаційна індустрія, яка включає в себе комп'ютерну і телекомунікаційну промисловість, розробників аудіовізуального змісту та програмного забезпечення, виробників елементної бази та побутової електроніки, мультимедійну промисловість; громадяни мають технічні та правові можливості доступу до різноманітних джерел інформації тощо [1, с. 22–23]. Перелік якісних характеристик інформаційного суспільства можна продовжити. Очевидне одне – в інформаційному суспільстві новий імпульс і нові якості отримує вся система масової комунікації, а надто та частина соціальної інформації, яка входить до її складу та охоплює світоглядну, духовну, естетичну, публіцистичну, побутову інформацію тощо. Безумовно ж, базовим у розумінні масової комунікації є інформаційний простір, в якому вона реалізується, живе та розвивається.

Якщо виходити з латинського значення слова «інформувати» – це «зображати, складати уявлення про що-небудь», то неважко додуматися, що «інформаційний простір (поле)» якраз і означає те середовище, в якому виробляється, існує, циркулює, обертається інформація. І це поняття не космічне (хоча повітряний і космічний простір можуть входити і входять до складу інформаційного поля), не географічне (хоча територія є його невід'ємною частиною); це поняття – соціально-політичне і вбирає в себе як територіальний, так і космічний, технічний і людський фактори, оскільки суспільна інформація призначається для людини, людина – її споживач, без людини вона втрачає свій сенс.

Отож, коли йдеться про інформаційне поле конкретної держави (а кожна держава його має), то його межі ототожнюються з її кордонами, охоплюючи національну територію, акваторію і повітряний простір. Саме у цих сферах діють засоби інформації, які й інформують, тобто повідомляють, зображають, складають про щось уявлення.

Загалом же поняття державного інформаційного простору не обмежується самою тільки територією країни. До складу цього поняття входять його суб'єкти, все матеріально-технічне середовище, вся інтелектуально-інформаційна власність цих суб'єктів. Отже, інформаційний простір – це досить великий і складний комплекс. Суб'єктами національного інформаційного простору, є передусім юридичні особи.

Це:

- державні та недержавні інформаційні агентства;
- органи державної влади, інші державні і недержавні установи (організації) – через створені ними у встановленому порядку інформаційні служби;
- державні та недержавні установи, служби і центри збирання, зберігання, дослідження та поширення статистичної, соціологічної, економічної, іншої суспільно значущої інформації;
- спеціальні галузеві та міжгалузеві (проблемні, банково-інформаційні, довідкові тощо) установи і центри (бюро) наукової та науково-технічної інформації;
- державні та недержавні аудіовізуальні і друковані засоби масової інформації, структури, які їх об'єднують (компанії, корпорації, асоціації, спілки тощо);
- видавництва всіх типів, різних форм власності;
- професіональні творчі об'єднання громадян у галузях науки, літератури і мистецтва, винахідницької та раціоналізаторської діяльності, збереження й охорони історико-культурної спадщини, інформаційного обслуговування (творчі спілки, товариства, асоціації тощо);
- виставкові організації та центри;

- бібліотечні, музейні, клубні та інші культурно-просвітницькі установи, які використовуються в інформаційній діяльності;
- поліграфічні підприємства;
- підприємства зв'язку та іншого матеріально-технічного забезпечення життєздатності національного інформаційного простору, збирання, дослідження та поширення інформації;
- торговельні та інші установи з розповсюдження книжкової продукції і преси;
- зарубіжні і міжнародні організації, представництва, спільні підприємства, належним чином зареєстровані (акредитовані) в Україні;
- органи захисту державних таємниць, національного інформаційного простору та охорони інформації;
- філії (представництва) суб'єктів національного інформаційного простору України за рубежом;
- інші, причетні до збирання, зберігання, дослідження і поширення інформації, державні та не державні формування, створені і зареєстровані в Україні відповідно до чинного законодавства [2, с. 3].

Суб'єктами національного інформаційного простору визнаються також окремі громадяни України та інших країн, які здійснюють відповідно до законодавства України професійну творчу діяльність у галузі інформації індивідуально.

Інформаційний простір України суттєво впливає і на розвиток духовно-моральнісних якостей сучасного студентства, як найбільш активної частини нашого суспільства. Різноманіття інформації, що її отримують студенти нашої держави призводить до певної нестабільності у свідомості. Плузяться поняття «зла» та «добра», втрачається значення слова «моральність». Це може призвести до масової деформації свідомості молоді. Справою цілеспрямованого впливу на формування духовно-моральних якостей сучасного студентства повинна займатися держава, шляхом формування інформаційного простору та контролю за інформаційними потоками.

З телебачення повинні бути зняті передачі та художні фільми, що прославляють та підтримують романтичний імідж «благородного бандита». У справі формування моральних якостей студентів держава повинна спиратися на підтримку вищих навчальних закладів та родини студента. Інформаційний простір в межах нашої держави повинен спиратися на поняття «чесність», «патріотизм», «доброта», «повага» тощо.

Література: 1. О. Гриценко. В. Шкляр. Основи теорії міжнародної журналістики. – К., 2002, 232 с. 2. В. Карпенко. Інформаційний простір як чинник національної безпеки України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ualogos.kiev.ua/fulltext.html?id=76