

Соціальні комунікації

УДК 32:070:004.77:316.77

Біантовський Павло Андрійович

студент

Запорізького національного університету

Биантовский Павел Андреевич

студент

Запорожского национального университета

Biantovskiy Pavlo

Student of the

Zaporizhya National University

ВПЛИВ МЕДІА НА ПОЛІТИЧНУ ОРІЄНТАЦІЮ ЛЮДИНИ

ВЛИЯНИЕ МЕДИА НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ ОРИЕНТАЦИЮ

ЧЕЛОВЕКА

THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON A PERSON'S POLITICAL

ORIENTATION

***Анотація.** У статті розглянуті можливості ЗМІ впливати на процес формування політичної культури у суспільстві. Розглянуті моделі преси та функції ЗМІ у політичному житті загалом.*

***Ключові слова:** політичні цінності, політична активність, політична соціалізація, ЗМІ, політична культура.*

***Аннотация.** В статье рассмотрены возможности СМИ влиять на процесс формирования политической культуры в обществе. Рассмотрены модели прессы и функции СМИ в политической жизни в общем.*

***Ключевые слова:** политические ценности, политическая активность, политическая социализация, СМИ, политическая культура.*

Summary: *The article examines the media's ability to influence the process of shaping political culture in society. The models of the press and the functions of the media in political life in general are considered.*

Key words: *political values, political activity, political socialization, the media, political culture.*

Сьогодні активно розвивається процес медиатизації повсякденного життя, і засоби масової інформації виступають незаперечним лідером в сфері формування світогляду і політичної свідомості людини, надаючи цілеспрямований вплив на її політичну поведінку. У зв'язку з цим мас-медіа є основним інститутом інформаційної освіти з усіх галузей життєдіяльності суспільства. ЗМІ активно керують процесом формування політичних, соціальних, економічних і культурних орієнтацій і установок нового покоління.

Роль засобів масової інформації в житті сучасного суспільства важко переоцінити. ЗМІ настільки міцно влаштувалися в нашій повсякденності, що без них немислиме нинішнє політичне, громадське, економічне та культурне життя. ЗМІ пронизують всі сфери адміністративного, освітнього і, нарешті, загальнолюдського спілкування. Словом, ми живемо в епоху бурхливо прогресуючих інформаційних технологій, і ім'я нашому суспільству - інформаційне. Це один із типів суспільного існування, який щільно охоплює всі його сегменти.

Залучення сучасних ЗМІ в геополітику і внутрішню політику держав також проявляється все виразніше. Про це свідчать і політичні ініціативи колишнього президента України Петра Порошенка, який запропонував заборонити ретрансляцію російських телеканалів в ефірних і кабельних мережах нашої країни і виступив з ініціативою заборонити мовлення Russia Today на території європейських держав.

Авторитарна теорія виправдовує попередню цензуру і покарання за відхилення від встановлених способів висвітлення політичних або будь-яких інших питань, якщо в них присутній політичний відтінок. Про авторитаризм в області мас-медіа свідчать законодавчі акти, що регулюють діяльність ЗМІ, а також прямий контроль держави за журналісткою і редакційною діяльністю. Державні органи можуть нав'язувати журналістам правила поведінки і навіть призначають редакційний персонал. При необхідності держава може накласти заборону на публікацію тих чи інших матеріалів.

Радянська (комуністична) теорія преси характеризується підпорядкуванням преси державі, правлячій партії, панівної ідеології. Засоби масової інформації перебувають у власності держави і захищають інтереси держави або правлячої еліти.

Згідно з лібералістичною моделлю, засоби масової інформації в демократичному суспільстві є одним з найважливіших засобів контролю за діяльністю уряду та інших інститутів влади. Вони служать суспільству і задовольняють потреби громадян бути поінформованими щодо стану загальних справ або з питань, пов'язаних із задоволенням особистих потреб громадян [6, с. 29].

Теорія соціальної відповідальності та відповідна модель преси виходить з того, що свобода преси має поєднуватися з її відповідальністю перед суспільством. Основними завданнями в діяльності ЗМІ є вираз загальних інтересів, інтеграція суспільства, цивілізоване вирішення конфліктів. У своїх повідомленнях ЗМІ повинні представляти різні точки зору, відображати думки і позиції громадських груп. Важливим положенням теорії соціальної відповідальності є теза про поділ коментаря, публікації (від імені автора, редакції) та факту, новини як такої, що сприяє самостійному формуванню аудиторією думки з тієї чи іншої проблеми.

Виходячи з того, що засоби масової інформації є відокремленим соціальним інститутом, дослідники традиційно наділяли їх самостійними, в тому числі і по відношенню до діючої влади, функціями:

- інформаційно-комунікативною (передача соціально значимої інформації членам соціуму, здійснення взаємозв'язку між різними соціальними спільнотами);
- соціалізуючою (передача норм і цінностей, культурних зразків і психологічних стереотипів, традицій і вірувань);
- артикуляційною (промовляння потреб суспільства і доведення цієї інформації до влади);
- контролюючою (контроль за діяльністю і рішеннями влади, формування громадської думки з приводу тих чи інших дій влади);
- захищаючою (ЗМІ беруть під свій захист окремих індивідів або цілі соціальних інститутів);
- мобілізуючою (здатність ЗМІ зібрати маси і спонукати їх на активні дії). У згадках вітчизняних і зарубіжних вчених зустрічається різний перелік визначень функцій ЗМІ. Частково ці відмінності задаються ступенем розгорнення характеристик функцій ЗМІ (більш розгорнуті підфункції виділяються в самостійні), частково – різним розумінням актуальності для сучасності тих чи інших суспільних завдань, що вирішуються за допомогою ЗМІ.

Однак усвідомлення дослідниками безмежних можливостей ЗМІ в нав'язуванні широкій громадськості певних точок зору і моделей поведінки, норм і правил, дозволило виділити вплив на масову свідомість і формування громадської думки як одну з головних функцій ЗМІ [2, с. 47].

У числі найбільш значущих функцій ЗМІ виділяють функцію формування масової свідомості (ідеологічна або соціально-орієнтована), яка включає в себе широкий діапазон впливу – починаючи з інформаційних

повідомлень про факти і події та формування громадської думки з приводу того, що сталося до впливу на цінності, ідеали, світогляд аудиторії.

До ідеологічної функції примикає культурно-освітня – формування політичної та економічної культури етичне і естетичне виховання, а також пропаганда знань з області медицини, фізичної культури, дозвілля і т. д. Важливе місце в системі функцій ЗМІ сьогодні займає і рекламно-довідкова (задоволення утилітарних запитів аудиторії) функція, що впливає на переваги і бажання аудиторії.

Генеральною функцією ЗМІ є формування і розвиток суспільної свідомості з метою розвитку в людях соціально-психологічних якостей, поглядів і переконань, що відповідають вимогам громадянського суспільства, заснованого на демократизації і ринкових відносинах, та перетворення переконань в практичні результати в області матеріального і духовного життя.

Окремо вітчизняні автори ставлять функцію формування «порядку денного, яка також грає важливу роль у формуванні громадської думки. Вона полягає в фокусуванні уваги аудиторії на найбільш актуальних проблемах суспільного розвитку, визначенні больових точок соціального життя, запровадження в зону оперативного інформування та аналізу подій явищ, що мають значення для більшості громадян країни. Фактично інформаційний порядок денний не може включати більше 5-8 новин. Саме така кількість повідомлень запам'ятовується споживачами новинної інформації – читачами, глядачами і слухачами. В ідеалі в «порядок денний» повинні потрапляти інформаційні повідомлення, найбільш значущі для суспільства.

Сьогодні за включення повідомлень в інформаційний порядок йде справжня боротьба. Рішення ж про включення тієї чи іншої інформації в інформаційні випуски або про її розміщення на перших сторінках газет приймають головний редактор видання або ж власник. Особисті

уподобання, індивідуальна думка про те, що важливо і, нарешті, політична кон'юнктура і економічна вигода стають факторами, що впливають на прийняття рішення про формування «порядку денного». Зрозуміло, що в такій ситуації не завжди повідомлення, на яких акцентується увага аудиторії, репрезентують найбільш значущі для суспільства події, з тих, що відбулися в цей день [5].

Таким чином, можна констатувати, що інтенсивний розвиток засобів комунікації значно посилив вплив ЗМІ на свідомість людей і на політичну сферу життя суспільства. Сучасні ЗМІ є соціально значущим інститутом, який виконує важливі функції, що забезпечують інформаційну єдність нації і держави. Одночасно вони самі стають носіями інформаційної влади, її джерелом і одночасно засобом здійснення влади політичних і економічних груп. Загальновідома фраза «ЗМІ – четверта влада» придбала в XXI ст. цілком реальних обрисів, а самі засоби масової інформації використовуються як засіб впливу в політичних, економічних і соціальних конфліктах, що обумовлено зростаючим значенням інформації в сьогодишньому світі. У сучасному суспільстві засоби масової комунікації відіграють провідну роль у формуванні культурно-ідеологічної середовища сучасної цивілізації, багато в чому визначаючи спосіб життя сучасної людини за допомогою продукування певних символів, образів, смислів. ЗМІ активно впливають на світові соціально-економічні та політичні процеси, перетворившись в суб'єктів влади нового типу – носіїв інформаційної влади.

Будучи важливим інформаційно-комунікативним елементом політичної системи, ЗМІ характеризуються, перш за все, спрямованістю на масову аудиторію. Медіа є сучасний високорозвинений інструмент і механізм політичної дії, в завдання яких входить систематичний розподіл інформації серед різних аудиторій з метою утвердження духовних цінностей даного суспільства або його правлячих груп, надання

ідеологічного, економічного, культурного, організаційного і політичного впливу.

Універсальність ЗМІ, яка полягає в обслуговуванні всієї системи політичних відносин та здатності регулювати політичний процес, говорить про безсумнівні можливості мас-медіа координувати дії різних соціально-політичних груп і виконувати різноманітні функції, в тому числі й спільні політичні функції [4, с. 71].

Як вже зазначалось, найвідомішою функцією інституту мас-медіа виступає їх інформаційна діяльність. Вона полягає в тому, що за допомогою даної функції громадянам країни доноситься інформація про політичні події в країні і за кордоном, стратегії розвитку нашої країни з усіх галузей, специфіці управління в державних органах влади, про світові події і т. д. ЗМІ при подачі політичної інформації можуть відображати і свою оцінку, давати різного виду коментарі, за допомогою отриманої інформації громадяни країни, які формують свою думку про діяльність окремого чиновника і в цілому про державні інститути.

Таким чином, ЗМІ є одним з головних засобів задоволення інформаційних потреб і ретрансляції політичних знань громадян. Слід підкреслити, що ті, які відбуваються в країні політичні, економічні, духовні та світоглядні перетворення надають переважний вплив на становлення громадської активної особистості з цивільно-правовими орієнтаціями. Молоде покоління створює своє власне політичне поле, з системою цінностей, ідеалами, символами, орієнтирами. І як важливий інститут політичної соціалізації громадян, мас-медіа, використовуючи ціннісний потенціал, активно впливають на способи інтеграційного поведінки і стиль життя.

Соціальні медіа (або соціальні ЗМІ) кардинально трансформують канали та форми отримання політичної інформації. Принцип поширення повідомлень в таких ресурсах будується на соціальних зв'язках і дозволяє

користувачам мобільно реагувати на актуальні політичні події. Однак свідомість громадян призводить і до зміни їх політичної поведінки. Використання телебачення і багатьох ЗМІ як рупора державної позиції привело до відходу протестуючи- налаштованої аудиторії в Інтернет. В умовах системної трансформації інститутів соціалізації, політична свідомість народу виявляється під впливом різних політичних сил, які за допомогою діяльності в тому числі ЗМІ використовують суперечливість і нестійкість політичних поглядів для формування свого політичного капіталу і отримання конкурентної переваги. Інтернет і соціальні мережі цілком підходяще місце концентрації опозиціонерів і, тому різні (в першу чергу молодіжні) інтернет-спільноти можуть становити загрозу стабільності і використовуватися різними політичними силами в своїх інтересах. Увійшовши в контакт з певною спільнотою, вивчивши її інтереси, досвідчений політтехнолог може простимулювати її мобілізацію і управляти даною групою вже за своїми намірами.

Особливості трансформаційного розвитку українського суспільства тягнуть за собою поверхневе засвоєння знову встановлених норм і зниження рівня культурних цінностей у всіх соціальних групах. При цьому необхідно відзначити, що «створення необхідних умов для реалізації людського потенціалу та активного залучення людей в суспільні процеси можливо лише на основі глибокого вивчення їх соціально-політичних уподобань, ієрархії проблем, цілей і прагнень.

Однією з важливих завдань держави в сучасних геополітичних умовах стає формування національно-державної ідентичності, необхідної для збереження української державності. З урахуванням необхідності формування такого типу ідентичності у людей повинні розроблятися основи державної політики, спрямованої на соціалізацію громадян.

Сучасні ЗМІ є соціально значущим інститутом, який виконує важливі функції, що забезпечують інформаційну єдність нації і держави. Одночасно

вони самі стають носіями інформаційної влади, її джерелом і одночасно засобом здійснення влади політичних і економічних груп [3, с. 116]. ЗМІ відіграють важливу роль і в процесі політичної соціалізації, створюючи світогляд, формуючи цивілізаційний (культурно-символічний) фон політичного життя, поширюючи певні ідеї, а також політичні міфи.

Сьогодні головною складовою політичної боротьби, яка відбувається в сучасному світі залишається інформаційне протиборство, яке включає поширення ідей, цінностей, міфів, що підкріплюють ідеологію і актуальні політичні доктрини пануючої еліти.

Підводячи підсумок, можна зробити такі висновки: виконуючи інтереси своїх власників, ЗМІ часто не виконують свого важливого суспільного призначення, а саме контролю за ефективністю діяльності органів державної влади щодо реалізації прав і інтересів українських громадян. Для обмеження діяльності ЗМІ з виробництва та розповсюдження інформації, спрямованої на маніпуляцію політичної свідомості громадян і, що особливо важливо, для громадян, необхідно виконати завдання по об'єднанню зусиль суспільства і держави в створенні єдиної загальнонаціональної ідеології. Проблема підвищення загального рівня політичної свідомості, подолання правового нігілізму, підвищення політико-правової культури громадян, суспільства в цілому, досить гостро стоїть на сучасному етапі. Трансформації соціальних практик пред'являють до суспільства нові вимоги: люди повинні бути готові та здатні не тільки відстоювати свої права, а й виконувати свої соціальні обов'язки [1].

До важливих напрямків інституту мас-медіа, що сприяє формуванню політичних знань і орієнтацій суспільства в умовах медіатизації українського суспільства слід віднести:

- достовірність, повноту, якість і об'єктивність інформації про діяльність владних інститутів різних рівнів і гілок;

- забезпечення зворотного зв'язку з аудиторією ЗМІ завдяки інформаційним матеріалам;
- рівний доступ різних політичних сил та інституційних структур громадянського суспільства, до офіційної інформації.

Мас-медіа повинні стати ефективною з'єднувальною ланкою між народом і владою. У цьому однаково повинні бути зацікавлені як владні структури, так і інститути громадянського суспільства. З огляду на «соціально-психологічну специфіку молоді, лабільність свідомості, нестійкість політичних орієнтацій людей, необхідно політично виховувати, щоб вони усвідомили значимість власного становища в суспільстві і свою політичну силу. Від рівня політичної та громадянської культури багато в чому залежить ступінь політичної та соціальної активності людей.

В умовах глобалізації та загострення геополітичних відносин з провідними світовими державами, проблеми політичної орієнтації набувають особливої актуальності для України. Процес політичної соціалізації є постійним, а від його ефективності і від якості засвоєних людьми цінностей залежить стабільність політичного режиму в країні і навіть збереження країни як самостійної держави.

Стрімке поширення нової культури ЗМІ може мати позитивний результат лише в разі збереження її якості, а також духовного відродження як в сфері освіти молоді, так і в інших областях. Орієнтація молодого покоління на досягнення суспільно значущих завдань повинна одночасно поєднувати принципи солідарності і критичної оцінки політичної ситуації, відданості суспільним ідеалам і незалежності суджень. Тоді суспільство, спираючись на прогресивні ЗМІ, в більшій мірі зможе реалізувати свої потенційні можливості в якості джерела нового соціального синтезу, який готовий до вирішення суспільних проблем в сучасній Україні.

Література

1. Дубов Д. Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій. URL : <http://www.politik.org.ua/>
2. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман // Отечественные записки. 2000. № 4. С. 431.
3. Політична психологія: навч. посібник / За ред. С. О. Матвеева. К. : ЦУЛ, 2003. 216 с.
4. Рябов С. Г. Структура і функції знань про політику / С. Г. Рябов // Політичні питання. 1994. № 1. С. 167-169.
5. Lipset S. M. Political Man / S. M. Lipset // The Social Bases of Politics. Expanded edition. Baltimore, 1981. URL: <http://www.garfield.library.upenn.edu/classics1986/A1986C804200001.pdf>
6. Пугачев В.П. Политология. Справочник студента. М.: Филологическое общество "Слово", 1999. 576 с.