

Д. О. Чупанова

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СУСПІЛЬНУ СВІДОМІСТЬ УКРАЇНЦІВ (1991-2015 рр.)

У статті розглядаються проблеми засобів масової інформації у державі, а також прийоми застосування маніпулятивного впливу на громадськість. Мета статті полягає в тому, щоб проаналізувати прийоми маніпулювання свідомістю людей через засоби масової інформації. Головним завданням статті є розгляд причин і дослідження способів маніпуляції масовою свідомістю через ЗМІ.

Ключові слова: громадська думка, засоби масової інформації, маніпулювання, масова свідомість, інформаційний простір.

Сьогодення неможливо уявити без засобів масової інформації. ЗМІ – лідер в отриманні щоденної інформації про події в країні й світі, а також виступає основним важливим джерелом знань та уявлень про навколишній світ і життя взагалі. Сучасні мас-медіа сприймаються населенням як один із способів впливу на політичне життя і ситуацію в країні, як засіб маніпулювання громадською свідомістю. Сучасні засоби масової інформації контролюють розповсюдження інформації, яка визначає наші уявлення, установки і нашу поведінку.

У сучасному світі значно зросла можливість маніпулювання суспільством в цілому і окремою людиною, зокрема. Інформатизація суспільства відбувається у певному соціальному середовищі.

Потужність інформаційних потоків не обмежується ні моральними, ні культурними межами. Інформація несе в собі як творчу, так і руйнівну силу. На громадськість спрямовується шалений потік інформації, який впливає на суспільну свідомість [7; с. 89].

Інформаційна цивілізація змінює не просто статус інформації, але й розширює негативні можливості. На зміну знанням приходить інформація, а точніше, інформованість; інформація стає все більш специфічною і важкою для розуміння, тому об'єкт або подію, що потрапила у фокус уваги, необхідно вивчати більш ретельно, ніж будь-коли у минулому. Тому питання про те, як інформація впливає на особистість, а особливо – яку небезпеку несе в собі в умовах розвитку інформаційного суспільства, є досить актуальним.

Останнім часом все більше зростає увага науковців до проблеми інформаційного насильства, впливу засобів масової інформації на особистість, маніпуляції свідомістю людей за допомогою інформації. Ці проблеми піднімали такі науковці як І. Г. Ненов «Засоби масової інформації України в умовах політичного трансформування суспільства», О. В. Ваганова «Роль засобів масової комунікації в процесі глобалізації», О. В. Германов «Вплив засобів масової інформації на підсвідомість» [9; с. 132].

ЗМІ формують громадську думку, яку прийнято розглядати як колективне судження людей, у якому ставлення до подій і явищ виявляється у формі схвалення, осуду чи вимоги. Громадська думка формується в процесі руху інформації в суспільстві, відображає людське буття, суспільну практику людей і виступає як регулятор діяльності. Вона створюється під впливом буденної свідомості (включаючи соціальну психологію), емпіричних знань, навіть забобонів, а також науки, мистецтва, політики і всіх джерел масової комунікації.

Засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють досвід і волю громадськості, а з другого впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей. Тоталітарні режими не рахуються з громадською думкою. У демократичному суспільстві управління соціальними процесами передбачає вивчення і вплив саме на громадську думку. У зв'язку з цим роль засобів масової інформації справді величезна. Вони стають важливим компонентом демократичних форм управління соціальними процесами.

Засоби масової інформації виконують свою політичну, управлінську роль у політичній системі шляхом обговорення, підтримки, критики чи осуду різних політичних програм, платформ, ідей і пропозицій окремих осіб, громадських формувань, політичних партій, фракцій [8; с. 74].

ЗМІ не просто інформують, повідомляють новини, а й пропагують певні ідеї, погляди, вчення, політичні програми і тим самим беруть участь у соціальному управлінні. Шляхом формування громадської думки, вироблення певних настанов вони підштовхують людину до тих чи інших вчинків, що серйозно впливає на суспільство, його стан та розвиток. Вони можуть сприяти процесові або гальмувати його. У демократичному суспільстві управління соціальними процесами передбачає вивчення і вплив саме на громадську думку.

Останнім часом нормою роботи ЗМІ стали постійні дискусії, гострі зіткнення позицій, політичних та економічних платформ. Полеміка стала правилом у практиці більшості редакцій засобів масової інформації. Звісно, різні часописи мають різні політичні позиції. Навіть монополізоване загалом телебачення і радіомовлення у різних циклах передач демонструють різноманітні позиції, які відображають думку творчого колективу. ЗМІ повинні показувати зразок політичної культури, водночас вони покликані виховувати цю політичну культуру в суспільстві.

Особливо важливим є вплив ЗМІ на формування національної свідомості, оскільки вони виступають вагомим засобом створення історико-культурного інформаційного простору держави, який, по суті, є тим духовно-ідеологічним цементом, що скріплює народ у політичну націю. Відомий фахівець у галузі масових комунікацій В. Лизанчук зазначає: «...людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна державно-політична, суспільно-економічна, ідеологічна, історична, етнічна та інша інформація. Національна мережа засобів масової комунікації – це один із «трьох китів», на якому базується державна самосвідомість, поряд з національною інтелігенцією та національною політичною елітою» [1, с. 75].

Ця проблема особливо актуальна сьогодні для України, перед якою стоїть завдання консолідації багатоетнічного українського суспільства в єдину політичну націю з високим рівнем національної свідомості. Оскільки інформаційна діяльність буде й надалі незмінно зростати й посилюватися, впливати на всі сторони життєдіяльності суспільства і держави, завдання полягає в тому, щоб ця діяльність відповідала українським національним інтересам. Водночас слід зазначити, що багатоаспектне проникнення ЗМІ в життя суспільства може відігравати як об'єднувальну роль і сприяти консолідації суспільства, так і дезінтеграційну, роз'єднувальну, що впроваджує в суспільну свідомість негативні стереотипи. На думку Г. Блумера □ це особливо відчувається в кризові періоди історичного розвитку суспільства, коли люди в стані соціальної невизначеності найбільше підпадають під вплив, легко відгукуються на різні нові стимули, ідеї, а також більше піддаються пропаганді й різним маніпулюванням [9, с. 123].

Формування та зміцнення національної свідомості засобами ЗМІ значною мірою залежить від їх позиції у суспільстві. Якщо засоби масової інформації є незалежними й здатні культивувати, збагачувати загальнодержавні та національні цінності в умовах глобалізованого світу, відтворювати і транслювати історико-культурні традиції, утверджувати національну мову, культуру, що є можливим у демократичному суспільстві, вони сприяють творенню єдиного інформаційно-культурного простору держави, формуванню духовних основ нації, виступають дієвим інструментом консолідації суспільства в єдину національну спільноту.

В ідеалі ЗМІ можуть консолідувати різні партії та рухи, організації та спільноти, відображаючи і ознайомлюючи суспільство з їх позицією, регулярно організовуючи проведення діалогу щодо суспільних проблем.

Мас-медіа можуть в неупереджених узагальнювальних коментарях виділяти з усіх дискусій пропозиції, спрямовані насамперед на порозуміння і злагоду в суспільстві, а отже, виступати каталізатором об'єднання, інтеграції суспільства й зміцнення держави. Але якщо ЗМІ залежні від держави, контролюються певними фінансовими чи політичними групами, вони стають знаряддям маніпуляції суспільною свідомістю, провідниками певної ідеології і, що найнебезпечніше, часто сприяють упровадженню чужих, не властивих суспільству духовно-моральних і політичних цінностей, а це руйнує духовний фундамент його існування [1; с. 84].

У контексті окресленої проблеми слід зазначити, що в умовах незалежної Української держави вітчизняні мас-медіа отримали на законодавчому рівні свободу слова і цензури, політичну та професійну незалежність від державної влади. Однак посилення національного змісту і статусу державних українських ЗМІ не супроводжувалось адаптацією їх діяльності до ринкових умов, що не дало змоги витримати конкуренцію з потужними медіа-суперниками і, насамперед, комерційними телеканалами.

Переважну більшість вітчизняних ЗМІ сьогодні утримують не держава й інститути громадянського суспільства, а окремі політичні партії та фінансово-промислові кола, які, використовують потенціал мас-медіа передусім у власних,

а не загальносуспільних інтересах. Проблемою залишається наявність великої кількості державних і комунальних ЗМІ, які мають обмежену спроможність здійснювати незалежну інформаційну політику та об'єктивно змушені орієнтуватись у своїй діяльності на позицію органів влади й представлених у ній політичних сил. Відтак творчі колективи таких ЗМІ не можуть повною мірою дотримуватись об'єктивності та неупередженості у поданні інформації, бути вільними у відображенні різних точок зору щодо подій, готувати критичні матеріали, вести незалежні журналістські розслідування [8; с. 80-81].

Отже, в сучасних умовах «незалежні» ЗМІ покликані бути центрами громадського контролю і за діями влади, і за збереженням духовних цінностей нації, зростаючись фактично з владою, бізнесовими колами та політичними організаціями, працюють переважно не на повернення суспільства до своїх базових цінностей, ідентичних і адекватних уявлень, звичаїв, традицій, менталітету, багатовікового культурно-історичного досвіду українського народу, а висвітлюють приватні чи корпоративні інтереси певних угруповань. Усе це свідчить про відсутність в Україні дієвої державної політики у сфері масової інформації.

Інформаційно-культурний простір нашої держави формується під впливом могутніх інформаційних потоків зарубіжних країн, заповнений культурними зразками не найкращої якості, чужими ідеалами й цінностями і, по суті, не є національним за своїм змістом. За цих умов засоби масової інформації не сприяють формуванню і зміцненню національної свідомості, а виступають потужним і постійнодіючим фактором обездуховлення та денационалізації українців, деморалізації та ідейно-політичної дезорієнтації суспільства.

На сучасному етапі для суспільства характерна криза інформаційної культури, яка провокується переважанням у сучасних ЗМІ деструктивних публікацій (програм, передач) над конструктивними і нейтральними. У телерадіоєфірі та на шпальтах друкованих ЗМІ присутня інформація, що компрометує владу і власну країну в очах громадян, створює неконструктивне та неадекватне уявлення про Україну, її повсякденне життя та перспективи розвитку [10, с. 76].

Ведучи мову про величезний вплив засобів масової інформації на формування національної свідомості, І. Ющук зазначає, що питання національного ідеалу, патріотизму, свободи хоча й порушуються доволі часто редакційними колективами, загалом лишаються на маргінесі суспільної свідомості [7, с. 85–86].

Інформаційно-культурний простір України в сучасних умовах є одним із головних чинників укорінення в суспільній свідомості мало-сумісних між собою ціннісно-символічних систем на фоні відсутності добре розробленої власної, української.

У контексті окресленої проблеми слід зазначити, що сьогодні в Україні діє розгалужена система інформаційного законодавства. Прийняті закони України «Про інформацію» [2], «Про телебачення та радіомовлення» [6], «Про систему Суспільного телебачення та радіомовлення України» [5], «Про інформаційні агентства» [3], «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення

діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» тощо [4].

Але при цьому інформаційне законодавство й досі значною мірою залишається фрагментарним і несистематизованим, на рівні підзаконних нормативних актів має доволі алогічний характер. Інформаційне законодавство містить значний масив суперечностей та неузгодженостей, оперує недосконалим термінологічним апаратом [10; с. 89]. Неврегульованою з правової точки зору залишається діяльність інтернет-видань.

Основні напрями державної політики забезпечення інформаційної безпеки, у тому числі захист національного інформаційного простору та забезпечення інформаційної достатності прийняття політичних рішень, визначають Закони України «Про інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку України» та «Концепція національної безпеки України». На жаль, сьогодні система українських національних ЗМІ об'єктивно поки що не орієнтована на формування розвиненої національної свідомості та державно-політичної ідентичності, збереження культурно-історичної самобутності українського суспільства [9; с. 129].

Значна частина ЗМІ орієнтована не на задоволення комунікативно-інформаційних та просвітницько-виховних потреб суспільства, а насамперед на обробку суспільної свідомості в інтересах різних політичних сил, висвітлює приватні чи корпоративні інтереси певних фінансово-економічних угруповань.

Україна досі не виробила дієвих механізмів захисту власного інформаційно-культурного простору від зовнішньої експансії. Відсутнє чітке законодавство щодо регулювання діяльності засобів масової інформації з урахуванням важливої ролі ЗМІ для розвитку духовності та формування в суспільстві духовно-ціннісних орієнтацій. Системно і постійно порушується мовне законодавство, що не сприяє утвердженню державної української мови і принижує національні почуття свідомої частини українців.

Першочерговим завданням державної інформаційної політики у контексті підвищення впливу ЗМІ на формування національної свідомості, мають бути вдосконалення законодавчої та нормативно-правової бази, що регулює відносини в інформаційній сфері, розробка і прийняття Інформаційного Кодексу України. Доцільно провести перереєстрацію усіх ЗМІ, що функціонують на теренах України, заборонити ті, що ведуть антиукраїнську політику, підривають духовність української нації [2].

Важливим є завдання забезпечення також національно-державницької змістовності теле та радіо простору на всій території України і, насамперед, запровадження системи суспільного мовлення, вдосконалення правової бази, що регулює його діяльність, і програм, спрямованих на формування у громадян України державницького мислення, національної свідомості, почуття патріотизму, на досягнення громадянського порозуміння і злагоди, утвердження української мови і культури. Держава має надати фінансову підтримку загально - українським освітнім, виховним, культурним, науковим та іншим програмам у ЗМІ, спрямованим на зміцнення української національної свідомості.

На сьогодні існують методи щодо перешкоджання в доступі до інформації через державні монополії на папір та розповсюдження, відмови давати радіо чи телеліцензії і судове переслідування до закриття газет, теле й радіостанцій. Вартість паперу та поліграфічних послуг зростає по кілька разів на день. Громадське мовлення часто піддається політичному й економічному тиску, зростаючій конкуренції з боку мовлення комерційного, яке стає дедалі дешевшим і доступнішим завдяки новим інформаційним технологіям [5]. Отже, про яку національну свідомість можна говорити?

Прискорення процесу роздержавлення державних та комунальних ЗМІ, які становлять велику частку на ринку мас-медіа, сприятиме зменшенню їх залежності від управлінських структур і представлених в них певних політичних сил. Розробка та впровадження ефективних протекціоністських механізмів, спрямованих на стимулювання виробництва вітчизняного медіа-продукту, сприятимуть підвищенню його конкурентноспроможності, збільшенню присутності України у європейському та світовому інформаційному просторі. Отже, ЗМІ мають бути вільними й незалежними, але одночасно і соціально-відповідними.

Список використаних джерел

1. Блумер Г. Коллективное поведение : пер. с англ. // Американская социологическая мысль. – М., 1994. – С. 278.
2. Закон України про інформацію // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – С. 12.
3. Закон України про інформаційні агентства // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 13. – С. 83.
4. Закон України про друковані засоби масової інформації // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
5. Закон України про порядок висвітлення діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 49. – С. 1.
6. Закон України про систему Суспільного телебачення і радіомовлення // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 45.
7. Левченко А. М. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній, економічній та політичній системах суспільства // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2005. – Т. 19. – С. 85–89.
8. Лизанчук В. Феномен невмирущості нації // Наукові записки АН ВШ України. – 2004. – Вип. 6. – С. 74–81.
9. Національна ідея і соціальні трансформації в Україні / за ред. М. В. Поповича. – К. : УЦДК, 2005. – С. 328.
10. Регіональні версії української національної ідеї: спільне і відмінне : зб. ст. – К. : Світогляд, 2005. – С. 186.

References

1. Blumer H. Kollektivnoe povedenye : per. s anhl. // Amerykanskaya sotsyolohycheskaya mysl'. – M., 1994. – S. 278.

2. Zakon Ukrayiny pro informatsiyu // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. – 1992. – № 48. – S. 12.
3. Zakon Ukrayiny pro informatsiyni ahent-stva // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. – 1995. – № 13. – S. 83.
4. Zakon Ukrayiny pro drukovani zasoby masovoyi informatsiyi // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. – 1993 – № 1. – St. 1.
5. Zakon Ukrayiny pro poryadok vysvitlennya diyal'nosti orhaniv vykonavchoyi vlady ta orhaniv mistsevoho samovryaduvannya v Ukrayini zasobamy masovoyi informatsiyi // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. – 1997. – № 49. – S. 1.
6. Zakon Ukrayiny pro systemu Suspil'noho telebachennya i radiomovlennya // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. – 1997. – № 45.
7. Levchenko A. M. Rol' rehional'nykh ZMI u sotsiokul'turniy, ekonomichniy ta politychniy systemakh suspil'stva // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. – K., 2005. – T. 19. – S. 85–89.
8. Lyzanchuk V. Fenomen nevmyrushchosti natsiyi // Naukovi zapysky AN VSh Ukrayiny. – 2004. – Vyp. 6. – S. 74–81.
9. Natsional'na ideya i sotsial'ni transformatsiyi v Ukrayini / za red. M. V. Popovycha. – K. : UTsDK, 2005. – S. 328.
10. Rehional'ni versiyi ukrayins'koyi natsional'noyi ideyi: spil'ne i vidminne : zb. st. – K. : Svithlyad, 2005. – S. 186.

Стаття надійшла до редакції 07.10.2016 р.

Д. О. Чупанова

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ УКРАИНЦЕВ (1991 – 2015 гг.)

В статье рассматриваются проблемы средств массовой информации в государстве, а также приемы применения манипулятивного влияния на общественность. Цель статьи заключается в том, чтобы проанализировать приемы манипулирования сознанием людей через средства массовой информации. Главной задачей статьи является рассмотрение причин и исследование способов манипуляции массовым сознанием через СМИ.

Ключевые слова: общественное мнение, средства массовой информации, манипулирование, массовое сознание, информационное пространство.

D. Chupanova

THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON PUBLIC CONSCIOUSNESS OF UKRAINIANS (1991 – 2015)

The article deals with the problems of mass media in the state, as well as with methods of application of manipulative influence on society. The purpose of the article is to analyze the techniques of manipulation with public consciousness through mass media. The main objective of the article is to examine the reasons and to research ways of manipulation with mass consciousness through mass media.

Keywords: public opinion, mass media, manipulation, mass consciousness, information space.