

АДМІНІСТРАТИВНЕ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО

УДК 316.276:316.774

Морозова О. О.
*кандидат політичних наук, доцент кафедри правознавства
Національного педагогічного університету
імені М. П. Драгоманова*

**ВИЗНАЧЕННЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ
ЯК ПРОЦЕСУ “ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ”**

Визначення масової комунікації як процесу “поширення інформації” дає можливість характеризувати масову комунікацію як вид соціального спілкування. Поширення політичних знань, норм, цінностей, правил, зразків поведінки здійснюється низкою ретрансляторів, зокрема: ЗМІ, засобами політичної реклами, референтними групами в процесі міжособистісного спілкування.

Ключові слова: *масова комунікація, інформація, “цільова” політична культура, ЗМІ.*

При вивченні особливостей глобальної політичної культури варто брати до уваги, що у процесі політичної діяльності людина створює й залишає після себе культурну спадщину у формі матеріальних і духовних артефактів, що характеризують її політичну діяльність у конкретно-історичний період. Скрізь, у будь-якій сфері діяльності людина зустрічається з культурною спадщиною, що задає їй певний історичний спосіб суспільного функціонування, спосіб життєдіяльності. Розглянута у зв'язку з людиною і її діяльністю культура має здатність до залучення кожного нового покоління до наявного рівня людського розвитку.

Визначення масової комунікації як процесу “поширення інформації (знань, духовної цінності, моральних і правових норм тощо) за допомогою технічних засобів (газети, радіо, кінематограф, телебачення) на чисельно великі, розосереджені у просторі аудиторії” [1, с. 229] дає можливість характеризувати масову комунікацію як вид соціального спілкування [2, с. 106-182]. Спілкування поряд із діяльністю виступає однією зі сторін соціального буття людини [2, с. 130]. Люди, як зазначав К. Маркс, “...не можуть працювати, не об'єднуючись певним чином для спільної діяльності й для взаємного обміну своєю діяльністю” [3, с. 441]. Спілкування не обмежується межами виробничих процесів, а визначається всією сукупністю суспільних відносин. У процесі спілкування формується психіка, свідомість, людина набуває якостей соціальної істоти.

Поширення політичних знань, норм, цінностей, правил, зразків поведінки здійснюється низкою ретрансляторів [4, с. 122], зокрема: ЗМІ, засобами політичної реклами, референтними групами в процесі міжособистісного спілкування. У цьому зв'язку важливо відзначити, що всі інститути трансляції політичної культури, у тому числі ЗМІ, виступають лише засобами поширення політичних цінностей [5, с. 79]. Дана фіксація дуже важлива з огляду на той факт, що ретранслятори не можна розглядати самодостатніми інститутами політичної культури, оскільки вони

виступають суто технічною стороною глобального поширення політичних цінностей, знань тощо.

Головною функцією політичної культури спільноти в рамках дії трансляційного механізму є функція сприйняття. Сутність її полягає в здатності даної соціальної групи сприймати “цільову” політичну культуру. В остаточному підсумку функція сприйняття визначається процесом політичної соціалізації й залежить від того, наскільки яскраво виражена й інтенсивно проявляється функція припису, наскільки ефективно працюють ЗМІ й інші засоби трансляції культури. Функція сприйняття визначається рівнем наявних у соціальної групи або окремої особистості політичних знань, переконань, спрямованості ціннісних орієнтацій, навичок політичної поведінки, залученістю до політичної практики [5, с. 80-81].

Загальна закономірність проявів функцій політичної культури в рамках процесу трансляції полягає в тому, що політична культура суспільства визначається функцією припису, а політична культура соціальної групи – функцією сприйняття.

Для подальшого аналізу формування “цільової” політичної культури молоді нам необхідно не тільки визначити місце й роль ретрансляторів, але й спробувати виділити функції ретрансляторів і визначити їх спрямованість у загальному процесі формування політичної культури.

Необхідно звернути особливу увагу на той факт, що при визначенні функцій передачі інформації особливу, специфічну роль має тип управління в сфері політики, ідеології, культури, який здійснюється владними елітами. Головний пафос цієї діяльності – вплив на свідомість людей, формування у цій свідомості бажаних властивостей, якостей, наближення його до ідеалу, що відповідає політичним, культурним й ідеологічним формам і цінностям суспільства. Саме для цього в суспільстві створюється й існує широко розгалужена система установ формування і передачі культури. У такий спосіб ще в СРСР досить добре зрозуміли важливість наближення політичної свідомості людей до певного суспільного ідеалу, який формується завдяки накладанню культурних стереотипів владних еліт на суспільні очікування.

На нашу думку, наявне різноманіття функціональних схем ЗМІ стало можливим завдяки тому, що головною функцією ЗМІ апіорно вбачається функція інформаційна, яка, проте, не охоплює всіх функціональних проявів ЗМІ й породжує прагнення уточнити функціональне поле ЗМІ за допомогою додаткових наборів. Відсутність конкретних критеріїв може зробити набори функцій нескінченними. Існуючий стан пояснюється головним чином тим, що функції ЗМІ виводяться із самого феномена ЗМІ, тоді як на практиці функціональні прояви ЗМІ врешті визначаються змістом і спрямованістю інформаційно-пропагандистського процесу, який є особливим видом суб’єктно-об’єктних відносин. Справді, важко сьогодні порівнювати ту роль, яка відводилася ЗМІ у Радянському Союзі, з тими функціями, що нині здійснюють українські ЗМІ.

Якщо під даним кутом зору подивитися на функцію ЗМІ як фактор формування “цільової” політичної культури, то треба визнати, що при побудові функціональної схеми діяльності ЗМІ щодо формування політичної культури молоді необхідно виходити зі структури політичної культури. Виділяючи в політичній культурі сферу політичної свідомості й сферу політичної поведінки, ми в першому випадку виділимо

функцію виховну, а в другому випадку – організаторську. Під виховною функцією тут розуміється функція, що здійснюється в процесі політичної соціалізації і являє собою “свідомий, цілеспрямований вплив на індивіда, соціальну групу, на все суспільство з боку інших людей, колективів, соціальних інститутів, що представляють суб’єкт виховної діяльності й ставлять своєю метою вироблення у об’єкта впливу певних якостей [6, с. 27].

Виділяючи в структурі політичної свідомості когнітивний й аксіологічний елементи, ми диференціюємо виховну функцію ЗМІ на інформаційну й аналітичну. Під інформаційною функцією тут розуміється діяльність ЗМІ з оперативного політичного інформування молоді. Аналітична функція виражається в діяльності ЗМІ з формування в молоді здатності до аналітичного політичного мислення, уміння давати власну оцінку політичним подіям і вхідній політичній інформації. Організаційна функція полягає в діяльності ЗМІ з оптимізації політичних дій суб’єкта в сфері політичних відносин.

У своїй сукупності інформативна, аналітична й організаційна функції опосередковують весь процес політичної трансляції, що спрямований від інститутів трансляції політичної культури суспільства до політичної культури спільнот, груп, особистостей.

Аналіз питань функціонального взаємозв’язку політичної культури й ЗМІ дає змогу зробити наступні висновки.

По-перше. Трансляція “цільової” політичної культури відбувається в межах процесу політичної соціалізації й здійснюється низкою інститутів, у тому числі тих, які поширюють масову інформацію: ЗМІ, політична реклама, міжособистісне спілкування.

По-друге. Соціологічний аспект вивчення політичної культури передбачає виділення не тільки загальних функцій політичної культури, але й функціональних пріоритетів. Для цього на рівні політичної культури суспільства виділяється функція припису, що виражається в приписах соціально значущих політичних норм. У свою чергу, на рівні політичної культури молоді необхідно виділити функцію сприйняття, що проявляється у самостійній оцінці трансльованих політичних нормативних приписів та їх запозиченні.

По-третє. Спрямованість функцій ретрансляторів політичної культури визначається функцією припису політичної культури суспільства.

По-четверте. Диференціацію ретрансляторів політичної культури продуктивно робити, вибираючи за основний критерій структурну композицію політичної культури.

По-п’яте. Виходячи з єдиного критерію – структури політичної культури соціальної групи, необхідно констатувати, що сукупність функцій усіх без винятку ретрансляторів політичної культури зводиться до інформаційних, аналітичних і організаційних функцій [5, с. 87-89].

Вивчення формування “цільової” політичної культури молоді повинно здійснюватися лише в контексті загального процесу передачі цінностей політичної культури.

Як же здійснюється сприйняття норм і цінностей політичної культури? Як відомо, теорія масової комунікації базується на двох рівнях – соціологічному й психологічному [7, с. 5-10]. Соціологічний аналіз насамперед передбачає вивчення

ідеологічної сутності, соціальної природи й соціальних функцій масової комунікації. В основі психологічного підходу лежить вивчення ефективності ЗМІ через зміни у свідомості людей. Ступінь ефективності впливу засобів інформації на емоції людини став тим вихідним моментом, від якого почався поступовий розвиток ідей про значення інформації в житті індивіда в самостійну теорію масової комунікації [8, с. 180].

Однак було б неправильним абсолютизувати один із цих підходів без врахування іншого. Вивчення ЗМІ можливе лише на базі соціально-психологічних досліджень. Необхідність такого підходу пояснюється тим, що ЗМІ впливають на поведінку індивіда через свідомість. Водночас свідомість індивіда безпосередньо корелюється з його діяльністю. Діяльність виступає основним фактором виникнення й формування свідомості, його генетичним базисом. Але при аналізі детермінованості свідомості масовою інформацією вивчення лише політичної діяльності недостатньо для того, щоб пояснити все різноманіття змін та виявів свідомості. Перебуваючи в основі свідомості, діяльність не може бути основною структурною одиницею, через яку може бути проаналізований взаємозв'язок ЗМІ з особистістю. В цьому контексті важливо навести думку Б. Г. Ананьєва про існування загального центру, в якому сходяться дослідження соціологів, соціальних психологів і психологів. Цим загальним центром є ціннісна орієнтація груп і особистості, спільність цілей діяльності, життєва спрямованість або мотивація поведінки людей” [9, с. 299-300].

Ціннісні орієнтації є соціально-психологічною підставою політичних переконань і тому виступають ядром політичної культури молоді. Переконання як аспект політичної культури соціального суб'єкта (класу, групи, особистості) обов'язково включені у структуру його психологічного й ідеологічного функціонування у формі якостей, особливостей, рис тощо. У плані соціологічного дослідження він поєднує в собі настанови, переконання, політичні орієнтації, світоглядні позиції [10, с. 50-51].

На прямий зв'язок між ціннісними орієнтаціями й переконаннями – центральним елементом політичної культури особистості – вказують багато дослідників: “Коли ціннісні орієнтації набувають особистої значущості, глибоко усвідомлюються й стають стимулом до дії, вони перетворюються на переконання” [11, с. 254]. Разом з тим відзначимо, що питання про співвідношення в соціологічній теорії таких категорій, як потреби, інтереси, настанови й ціннісні орієнтації, не одержали ще свого остаточного вирішення.

Маючи у своїй основі потреби й інтереси, ціннісні орієнтації проявляються через уявлення, думки, відносини, настанови, оцінки. Політичні ціннісні орієнтації визначають особливості процесу сприйняття політичних нормативних приписів, що постають для суб'єкта як ретранслятори. “У процесі “вплив – сприйняття” зміст пропаганди “натрапляє” на вже наявну в свідомості людини систему поглядів, переконань, зразків тощо. Відбувається накладання зовнішньої інформації на внутрішню. Їхня взаємодія породжує складний психологічний візерунок на тканині пропагандистського процесу” [12, с. 312].

Отже, вивчення процесу впливу масової інформації на формування “цільової” політичної культури молоді, з одного боку, повинно передбачати вивчення особливостей досягнутого рівня політичної культури молоді, а з іншого – виявляти особливості сприйняття власне політичних норм в умовах тієї чи іншої національної

культури.

Водночас роль окремих ретрансляторів політичної культури визначається їх якістю. В умовах глобальної політичної культури якість визначається “рейтингом” окремо взятого ретранслятора у відповідній шкалі. Відповідно молодь у своїй переважній більшості орієнтується на ті види ретрансляторів, що мають більшу популярність. Тому молодь часто реагує на загальні тенденції у роботі ЗМІ, що призводить до універсалізації пропозиції ЗМІ-продукту. Даний факт справляє безпосередній вплив на формування “цільової” політичної культури, оскільки в кінцевому підсумку передбачає стандартизацію ретрансляторів політичної культури та зміст ретрансльованих цінностей.

Використані джерела:

1. Философский словарь / под ред. М. М. Розенталя. – Издание 3-е. – М. : Политиздат, 1975. – 496 с.
2. Ломов Б. Ф. Общение как проблема общей психологии / Б. Ф. Ломов // Методологические проблемы социальной психологии. – М. : Наука, 1975. – 295 с.
3. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Т. 3 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М. : Политиздат, 1956. – 365 с.
4. Иванов Д. Эволюция концепции глобализации / Д. Иванов // Телескоп. – 2002. – № 5. – С. 15-24.
5. Шереги Ф. Э., Левашов В. К. Средства массовой информации как фактор формирования политической культуры / Ф. Э. Шереги, В. К. Левашов // Политическая культура молодежи: Вопросы теории и методологии исследования : сб. науч. тр. – М. : ВКШ при ЦК ВЛКСМ, 1986. – С. 76-90.
6. Ковалев С. М. Формирование социалистической личности / С. М. Ковалев. – М. : Мысль, 1980. – 227 с.
7. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М. : Наука, 1974. – 147 с.
8. Давидюк Г. П., Бобровский В. С. Проблемы “массовой культуры” и “массовых коммуникаций”. / Г. П. Давидюк, В. С. Бобровский. – Минск : Наука и техника, 1972. – 201 с.
9. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания / Б. Г. Ананьев. – Л. : Из-во Ленинградского университета, 1968. – 339 с.
10. Щегорцев В. А. Политическая культура личности: проблемы формирования / В. А. Щегорцев. – М. : Знания, 1982. – 61 с.
11. Зотова О. К., Бобкова М. И. Ценностные ориентации и механизм социальной регуляции поведения / О. К. Зотова, М. И. Бобкова // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975. – С. 254.
12. Пшеничный Б. Н. Способы ведения массовой пропаганды / Б. Н. Пшеничный // Вопросы теории и практики массовых средств пропаганды. – Выпуск 3. – М., 1970. – С. 308-321.

Морозова О. О. Определение массовой коммуникации как процесса “распространение информации”.

Определение массовой коммуникации как процесса “распространение информации” дает возможность характеризовать массовую коммуникацию как вид социального общения. Распространение политических знаний, норм, ценностей, правил, образцов поведения осуществляется рядом ретрансляторов, в частности: СМИ, средствами политической рекламы, референтными группами в процессе межличностного общения.

Ключевые слова: массовая коммуникация, информация, “целевая” политическая культура, СМИ.

Morozova O. Determination of mass communication as “dissemination of information”.

Determination of mass communication as a process of “dissemination of information” makes it possible to characterize the mass media as a form of social communication. Spreading of political knowledge, norms, values, rules, patterns of behavior is carried out through repeaters, including mass media, political advertising, reference groups in the process of interpersonal communication.

Keywords: mass communication, information, “target” political culture, mass media.