НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМ. М.П.ДРАГОМАНОВА

На правах рукопису

ШЕРЕМЕНКО Наталія Миколаївна

УДК 32:[008+316.75](043.3)

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ПОЛІТИЧНУ СОЦІАЛІЗАЦІЮ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

23.00.03. – політична культура та ідеологія

ДИСЕРТАЦІЯ
на здобуття наукового ступеня
кандидата політичних наук

Науковий керівник:
Базалук Олег Олександрович
доктор філософських наук,
доцент

Київ - 2010

ЗМІСТ

ВСТУП…… ……4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ПОЛІТИЧНУ СОЦІАЛІЗАЦІЮ ОСОБИСТОСТІ……...11

1.1. Засоби масової комунікації як предмет політологічного аналізу у контексті впливу на політичну соціалізацію особистості…….....11

1.2. Наукові підходи до вивчення засобів масової комунікації як чинника політичної соціалізації особистості…… …..33

1.3. Принципи, методи та категоріальний апарат дослідження …….53

Висновки до першого розділу……...66

РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА…….……69

2.1. Політична соціалізація як засіб формування політичної культури особистості…….……69

2.2 Специфіка формування політичної свідомості особистості засобами масової комунікації……. 92

2.3 Комунікаційна складова ефективності політичної соціалізації…….. 108

Висновки до другого розділу……...124

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ПОЛІТИЧНУ СОЦІАЛІЗАЦІЮ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА……...127

3.1 Комплексний аналіз впливу вітчизняних засобів масової комунікації на політичну поведінку особистості…….127

3.2 Євроінтеграційний вектор впливу засобів масової комунікації на політичну сферу в Україні……..154

3.3. Напрями та шляхи оптимізації впливу засобів масової комунікації на політичну соціалізацію особистості ……..…….170

Висновки до третього розділу……177
ВИСНОВКИ……181
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....189

ВСТУП

Актуальність теми дослідження у кількох пізнавальних вимірах, наукознавчих ґенезах та операціональних аспектах є поза сумнівом.

За сучасних умов засоби масової комунікації (ЗМК) є джерелом впливу на більшість суспільно-політичних процесів, оскільки вони є як способом реалізації владних інтересів політичної еліти, так і складовою частиною громадянського суспільства, а також діють як самостійні політичні актори. ЗМК продукують та розповсюджують масову культуру, вони є вагомою складовою економіки, формують суспільну свідомість, створюють соціальну реальність, можуть бути як джерелом інновацій, так і служити реакційним цілям. Простір діяльності ЗМК охоплює собою економічну, політичну, культурну, духовну та етноісторичну сфери суспільної життєдіяльності. Незаперечним є вплив ЗМК і на процеси політичної соціалізації. Розуміння особливостей цього впливу допоможе спрямувати політичну соціалізацію особистості в русло демократично-правової традиції, зменшити небезпеку деформації суспільної свідомості, створити комфортні умови для ресоціалізації і засвоєння нових цінностей, норм, ролей старшим поколінням, виробити державну стратегію політичної соціалізації суспільства в умовах трансформаційних процесів державності та становлення інформаційного суспільства.

Аналіз наукових джерел засвідчує те, що проблема соціалізації хвилює багатьох науковців з різних галузей науки – філософії, соціології, політології, психології, педагогіки та ін. Політична наука досліджує сутність процесу політичної соціалізації, його види, етапи, канали, за якими відбувається цей процес, використовуючи знання інших наук. Окремий інтерес становлять дослідження ЗМК та їх відношення до сфери політичного, зокрема до політичної соціалізації. Розгляд робіт, близьких за тематикою дослідження, виявив, що існує тенденція до звуження сфери аналізу впливу ЗМК на політичну соціалізацію та її обмеження віковими рамками студентства та молоді. Проте політична соціалізація охоплює весь життєвий цикл людини,

починаючи з дитинства і до вельми похилого віку. Крім того, слід вказати на педагогічну та соціально-психологічну спрямованість багатьох досліджень. Вивчення ролі мережевих електронних ЗМК у політичних процесах загалом та у процесі політичної соціалізації зокрема тільки починає набувати своєї актуальності в українському науковому товаристві, чим і зумовлена відносно невелика кількість досліджень з цієї тематики. Формування інформаційного простору сучасної України, зокрема державні ініціативи з упровадження електронного урядування, вимагають якнайповнішого вивчення особливостей використання Інтернету в політичному житті та у процесі політичної соціалізації.

Зазначене вище й зумовило вибір теми, визначення мети та завдань дисертаційного дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційне дослідження є складовою комплексної науково-дослідної теми кафедри політичних наук Інституту політології та права Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова «Проблеми політичної модернізації і трансформації: світовий досвід і українські реалії», що входить до Тематичного плану науково-дослідних робіт НПУ імені М. П. Драгоманова, науковий напрям «Дослідження проблем гуманітарних наук», затверджений Вченою радою НПУ імені М. П. Драгоманова (протокол № 5 від 29 січня 2009 року).

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі особливостей процесу політичної соціалізації в умовах сучасної України та виявленні ступеня та специфіки впливу на означений процес засобів масової комунікації.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі **завдання**:

- визначити основні наукові підходи до дослідження впливу ЗМК на політичну соціалізацію особистості й обґрунтувати принципи, методи та категоріальне поле дослідження;
- розкрити природу, генезис, сутність, зміст політичної соціалізації

як процесу формування політичної культури, виявити особливості політичної соціалізації в інформаційному суспільстві;

- уточнивши зміст поняття «ефективність», виявити та обґрунтувати комунікаційну ефективність політичної соціалізації особистості;
- розкрити сутність впливів ЗМК на формування політичної свідомості особистості;
- висвітлити особливості впливів вітчизняних ЗМК на політичну соціалізацію особистості в сучасній Україні;
- розробити напрями та шляхи оптимізації впливів ЗМК на політичну соціалізацію особистості в Україні.

Об'єктом дослідження є політична соціалізація особистості як складний процес засвоєння політичних знань, норм і цінностей суспільства, а також формування їх в усвідомлену систему соціально-політичних настанов, яка визначає позиції, поведінку та практичне включення індивіда в політичну систему суспільства.

Предметом дослідження є вплив засобів масової комунікації на процес політичної соціалізації особистості в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні.

Відповідно до мети та завдань, **теоретико-методологічну основу** дисертаційної роботи складає комплекс філософських, загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, що забезпечує єдність гносеологічного, соціально-філософського та політологічного аналізу процесу політичної соціалізації та впливу, що здійснюють засоби масової комунікації на цей процес. У першу чергу дослідження базується на загально-філософському діалектичному методі, який дозволяє обґрунтувати взаємодію соціальних та комунікативних факторів як причинно-наслідкових відносин, що відображають реальну дійсність і розкрити сутнісні суперечності у впливах ЗМК на політичну соціалізацію. Загальнонаукові методи, зокрема аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, дедукція, аналогія та класифікація,

використовуються на усіх етапах дослідження, оскільки є необхідними інструментами наукового мислення. Серед спеціальних методів використано історичний, що дозволяє виділити залежність процесів політичної соціалізації особистості від історичних умов та етапів розвитку суспільства. За допомогою біхевіористичного методу досліджуються зміни у політичній поведінці людини, обумовлені впливом засобів масової комунікації. Системний підхід та структурно-функціональний аналіз дозволили проаналізувати засоби масової комунікації, політичну соціалізацію особистості та політичну культуру у взаємозв'язку та взаємодії.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що у дисертації проведено комплексний аналіз впливу ЗМК на політичну соціалізацію в сучасному українському суспільстві з позицій міждисциплінарного підходу, враховуючи стан розвитку інформаційного суспільства.

У дисертаційній роботі *вперше:*

- обґрунтовано позицію щодо домінуючого впливу ЗМК на формування політичної культури сучасного суспільства, зокрема Інтернету як перспективного агента та оригінального механізму політичної соціалізації, та доведено, що Інтернет виступає одночасно і як ЗМК, що впливає на політичну соціалізацію, і як середовище, в якому соціалізація особистості відбувається;
- визначено сутність соціалізаційних ефектів ЗМК та виявлено, що соціалізаційні ефекти ЗМК проявляються на двох рівнях: на мікрорівні (на рівні особистості) та на макрорівні (на рівні суспільства). Використовуючи плюралістичний підхід до поведінки людини П.Сорокіна, визначено, що на мікрорівні міра соціалізаційного впливу ЗМК, з одного боку, залежить від дій космічних, біологічних та соціально-психологічних факторів, які можуть як посилювати його, так і нівелювати, з іншого боку, ЗМК мають можливість використовувати всі вказані групи факторів, впливаючи на політичну свідомість особистості та спрямовуючи її політичну соціалізацію в певний

бік. На макрорівні впливи ЗМК на суспільство відбуваються в усіх його сферах. У політичній сфері впливи ЗМК на політичну соціалізацію зводяться до створення у громадській свідомості узагальненої картини політичного життя суспільства та їх впливу на електоральну поведінку громадян;

удосконалено:

- визначення сутнісних характеристик поняття «політична соціалізація» як двостороннього процесу, що полягає, з одного боку, в інтеріоризації індивідом цінностей, знань, рольових зразків, моделей поведінки, а з іншого боку, – в екстеріоризації, зворотному процесі перетворення політичного досвіду особистості в політичну дію, поведінку, реалізації його в статусно-рольових моделях поведінки у певному політичному просторі; зокрема, запропоновано критерії ефективності політичної соціалізації: політичну поінформованість, політичну компетентність, політичну активність, політичну відповідальність, відчуття внутрішньої та зовнішньої політичної ефективності; на основі аналізу статистичних матеріалів виявлено тенденції до підвищення рівня відчуття внутрішньої та зниження рівня відчуття зовнішньої політичної ефективності громадян України станом на 2008-20010 роки з аналогічними показниками 2000 року;
- уявлення про політичне маніпулювання в контексті політичної соціалізації як такий фактор, що призводить до десоціалізації людини (руйнування старих цінностей, норм, ролей та правил поведінки, іноді може зачіпати і глибинні основи особистості) та до викривлення людських уявлень про світ політичного і роль людини у ньому;

подальшого розвитку набули:

- ідеї «кіберсоціалізації» і «квазісоціалізації» та «соціалізації користувачів у кіберпросторі», в контексті яких Інтернет трактується як інформаційне та соціальне середовище, в якому та за допомогою якого відбувається політична соціалізація людини;
- тези про політичну кореляцію факторів залежності сприйняття

європейських цінностей населенням України і особливостей висвітлення їх ЗМК, зокрема виявлена недостатня поінформованість українського населення стосовно сутності європейських об'єднань, що пов'язана зі слабким розвитком інформаційно-комунікаційних засобів в Україні та низькою увагою з боку держави до ЗМК як агента політичної соціалізації.

Практичне значення дисертаційного дослідження полягає у тому, що його положення та висновки можуть бути використані при формуванні стратегії політичної соціалізації особистості в сучасних умовах розвитку України; у подальшій розробці стратегії формування інформаційного суспільства в Україні; при плануванні заходів стосовно реалізації серед населення інформаційної політики щодо європейського спрямування України; у дослідженні глобальних, розрахованих на багато користувачів рольових сюжетних он-лайн ігор як важливого феномену політичного, економічного, соціального та культурного простору; при підготовці спецкурсів з політології, політичної соціології, соціології масової комунікації.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дослідження було обговорено на засіданнях кафедри політичних наук Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова і висвітлено у виступах на наукових конференціях, зокрема: VII Міжнародній науково-практичній конференції «Молодь в умовах нової соціальної перспективи» (Житомир, 2005); І Всеукраїнській науково-практичній конференції «Соціологія праці та зайнятості: шляхи інституціоналізації та перспективи» (Київ, 2009); науково-практичній конференції «Університетська освіта в Україні і світі: стан, проблеми та шляхи розвитку» (Київ, 2009); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Університет – позашкільний навчальний заклад – загальноосвітній навчальний заклад» (Київ, 2010).

Публікації. За темою дисертації опубліковано 6 наукових праць у фахових наукових виданнях з політичних наук, затверджених ВАК України.

Структура і обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу,

трьох розділів (поділених на підрозділи), висновків та списку використаних джерел. Обсяг роботи становить 212 стор., з них основний текст – 188 стор.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ПОЛІТИЧНУ СОЦІАЛІЗАЦІЮ ОСОБИСТОСТІ

1.1. Засоби масової комунікації як предмет політологічного аналізу у контексті впливу на політичну соціалізацію особистості

У сучасній політологічній літературі триває уточнення поняття «засоби масової комунікації», відбувається оновлення його змісту. Такого уточнення, зокрема, вимагає, на нашу думку, визначення в «Політологічному енциклопедичному словнику», де засоби масової інформації розуміють як періодичні друковані видання та інші форми розповсюдження інформації, спрямовані на охоплення необмеженого кола осіб, соціальних груп, держав з метою оперативного інформування їх про події і явища у світі, конкретній країні, певному регіоні, а також на виконання спеціальних соціальних функцій [130, с. 134-135].

У цілому підтримуючи таке визначення, вважаємо необхідним використовувати в подальшому замість поняття «засоби масової інформації», якому притаманна однобічність комунікації в умовах тоталітарного суспільства, більш адекватне демократичним суспільствам поняття «засоби масової комунікації». Останнє відображає можливості двосторонньої (інтерактивної) комунікації: коли відправник і реципієнт інформації можуть обмінюватись функціями.

Переходячи до огляду літератури за темою слід зробити деякі методологічні застереження.

Як засоби масової комунікації, так і політична соціалізація представлені у різних галузях науки, отже доцільно визначити для їх аналізу підхід, що не накладає на дослідження дисциплінарних обмежень. Втім їх тісний взаємозв’язок проявляється в предметному полі політичної науки, яке включає

в себе закономірності, тенденції політичного життя в усіх його проявах [100, с. 11]. Гуманістична спрямованість сучасної української політичної науки вимагає пильної уваги до людини як «центральної ланки парадигми побудови майбутньої цивілізації» [100, с. 5]. Але стати такою ланкою може лише людина, «рівно наділена свободою та відповідальністю» [100, с. 5]. Формування такої людини є метою політичної соціалізації, яка є частиною політичної культури. Рівень політичної культури, в свою чергу, зумовлює характер політичної поведінки громадян, їх участі в політичному житті. Політичне життя загалом є граничним узагальнюючим поняттям, основою категоріального апарату політології, адже політичне життя охоплює систему політичних відносин, інститутів у їх реальному розвитку та функціонуванні, а також різноманітну політичну діяльність [100, с. 11]. Людину як центральний суб'єкт політики розглядають і у «Філософії політики» за редакцією В. Андрущенка, звертаючи увагу на значимість політичної комунікації, значну частину якої складає масова комунікація. Так, автори зазначають, що «політичні реальності і феномени неможливо зрозуміти без урахування системи спілкування, засобів і механізмів політичної комунікації, які в однаковій мірі пов'язані як із сферою суспільної свідомості, соціокультурною і політико-культурною сферами, та і власне в цілому із світом політичного» [182, с. 111-112].

Таким чином, і політична соціалізація, і засоби масової комунікації є частиною політичного життя, а отже при їх дослідженні не обійтись без методології політичної науки в її розумінні як загальнополітичної теорії, системи теоретичного політологічного знання, що інтегрує та узагальнює на найвищому ступені спеціальнонаукові результати галузевих політологічних дисциплін [182, с. 19]. Для нашого дослідження, враховуючи міждисциплінарність явищ, що розглядаються, важливими будуть досягнення соціології політики, політичної психології, політичної лінгвістики, політичної герменевтики.

Приступаючи до розгляду засобів масової комунікації як предмета політичного аналізу, варто визначитися з розумінням суті політичного

аналізу в сучасній науці. На думку А.Дегтярьова, «прикладний політичний аналіз є політико-управлінською наукою, що припускає інтегративно-синтетичне використання мультидисциплінарної системи знань і орієнтована на розробку загальних принципів і спеціальних методів моделювання, діагностики, прогнозування проблемно-політичних ситуацій і формулювання практичних рекомендацій при підготовці, прийнятті й реалізації публічних рішень» [61, с. 156]. Зважаючи на те, що завданням нашої роботи є проаналізувати ЗМК у всіх його комплексних проявах у контексті політичної соціалізації, розглядаючи ЗМК як предмет політичного аналізу, вважаємо доцільним під політичним аналізом розуміти його фундаментально-теоретичну сферу, орієнтовану на пізнання механізмів, закономірностей і побудову абстрактно-теоретичних моделей на основі емпіричних даних. Такому підходу також властивий опосередкований зв’язок із практикою й нейтральне ставлення дослідника, що більшою мірою гарантує наукову вірогідність результатів.

Значна кількість та різноманітність наукових підходів до пояснення соціально-політичного значення ЗМК не дивує, адже засоби масової інформації відображають умови життя людей, системи їхніх спільних зв’язків і залежностей у макро- і мікромасштабі. Вони є посередником між політичними, економічними та історичними течіями, між публічною та приватною сферами життя, елітарною та масовою свідомістю. Різнорідні комунікативні явища привертають до себе увагу різних гуманітарних наук та інформаційних теорій: філософії і культурології, соціології і психології, політології, лінгвістики і семіотики, кібернетичних підходів до аналізу соціальних процесів. Саме на досягненнях цих наук ґрунтується сучасне знання про комунікацію, і сьогодні дослідження її тяжіють до виокремлення в єдину міждисциплінарну галузь науки, спрямовану на вивчення комунікативних ситуацій у глобальному і локальному масштабах, на визначення соціальних, культурних, політичних тенденцій і функцій, наслідків і прогнозів їх розвитку.

Ще одне застереження стосується взаємозв'язку понять «масова комунікація» і «політична комунікація». Адже саме в цьому предметному полі здійснюється вплив ЗМК на політичну соціалізацію. Тож доцільно здійснювати дослідження цього впливу у дискурсі обох понять. За свідченням авторів політологічного словника, політична комунікація - «форма спілкування у сфері політичної діяльності, яка встановлена на основі обміну інформацією» [131, с. 399]. Відзначено вплив політичної комунікації на формування громадської думки, структурування політичного простору та політичну соціалізацію громадян. При цьому засоби масової комунікації розглядаються як один із засобів політичної комунікації разом з голосуванням, функціонуванням політичних організацій, соціологічними опитуваннями, Інтернетом, інтерактивним телебаченням, неофіційними контактами та іншими комунікативними ситуаціями [131, с. 399]. На думку В. Бебика, політична комунікація є «своєрідним соціально-інформаційним полем політики, що з'єднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність» [28, с. 290].

Серед функцій політичної комунікації поряд з функцією поширення ідейно-політичних цінностей, знань, політичної інформації та функцією інтеграції та регулювання політичних відносин виокремлюють також функцію формування політичної свідомості та функцію поширення норм політичної культури, здійснення політико-культурного обміну, розвитку політичної культури суб'єктів політики, а також функцію підготовки та сприяння громадськості до участі у політичні діяльності [28, с. 296]. Останню функцію, на нашу думку, можна трактувати як здійснення політичної соціалізації.

Ці функції тісно взаємопов'язані, оскільки політична свідомість, як і участь у політичному житті, тобто політична поведінка, і є основними компонентами політичної культури, разом з політичними традиціями та символами [132, с. 316-318], які, до речі, також відтворюються та транслюються комунікативним шляхом.

Оскільки предметне поле політичної комунікації, засобів масової комунікації, політичної свідомості та політичної соціалізації знаходиться у сфері політичної культури, вважаємо необхідним коротко окреслити сучасні підходи до поняття.

В.Бебик зазначає, що в науці сформувались два основних підходи до тлумачення політичної культури:

- суб'єктивний зміст політики розглядається через сукупність духовних явищ (Г.Алмонд, С.Верба, Д.Дивайн, Ю.Краснов) та символів (Л.Дітмер);
- суб'єктивний ракурс політики виявляється як прояв нормативних вимог (С.Вайт), сукупність типових зразків поведінки (Дж.Плейно), спосіб політичної діяльності (У.Розенбаум) [28, с. 283].

М.Головатий, А.Карнаух та О.Морозова розрізняють чотири великі групи визначень поняття «політична культура» [50, с. 395; 100, с. 165; 110, с. 23]:

- психологічні визначення базуються на певній сукупності психологічних орієнтацій людей на соціальні або політичні об'єкти та процеси. Представники цього підходу (Г.Алмонд, С. Верба, С.Хантінгтон та ін.) розглядають політичну культуру «як систему політичних орієнтацій та переконань, притаманних тій чи іншій особистості», головним є наявність цих орієнтацій в індивідуальній свідомості кожної людини [120, с. 8];
- узагальнюючі або комплексні відносять до політичної культури усі події та процеси в політиці (Д.Мервік, Р.Такер, Л.Дітмер);
- об'єктивні базуються на трактуванні політичної культури як сукупності прийнятих політичною системою норм та ототожнюють її з цією системою. Представниками цього підходу є Л.Пай, Д.Поп;
- евристичні використовують політичну культуру як певний гіпотетичний конструкт для аналізу.

М.Остапенко зводить різні трактування політичної культури до трьох

основних груп:

- політична культура як суб'єктивна сфера, що лежить в основі політичної діяльності та полягає у орієнтаціях, системі цінностей, символів, вірувань та настанов індивідів на політичні дії;
- політична культура як спосіб духовно-практичної діяльності, зокрема реалізації політичних знань, ціннісних орієнтацій та моделей поведінки. Політична культура складається з політичної свідомості та політичної поведінки, розрізняють пізнавальні, емоційні, оцінювальні та поведінкові компоненти її структури;
- політична культура як сукупність політичної свідомості, політичної поведінки та діяльності політичних інститутів: на індивідувальному та груповому рівнях політична культура є єдністю політичної свідомості та поведінки, на соцієтальному ж рівні вона доповнена політичною культурою функціонування політичних інститутів [120, с. 11-12].

Різні підходи продукують розмаїття визначень, кожне з яких має свій сенс у певних теоретико-методологічних умовах. За базове визначення політичної культури, яке відзначається універсальністю, можна взяти таке, що трактує політичну культуру як «сукупність поглядів, переконань, орієнтацій і зразків поведінки, що визначають ставлення людей до політичної сфери суспільства, рівень і спрямованість їх політичної активності» [100, с. 165].

Засвоєння цих поглядів, переконань, ціннісних орієнтацій та зразків поведінки, тобто входження людини у світ політичного, і відображає процес політичної соціалізації. М.Головатий визначає політичну соціалізацію як «засвоєння особою певного соціального і політичного досвіду, нагромадженого суспільством і сконцентрованого в культурних традиціях, цінностях, нормах статусної і рольової поведінки», «… складний процес становлення людини як суб'єкта суспільно-політичних відносин і політичної діяльності» [131, с. 677].

Говорячи про політичну соціалізацію як чинник формування

політичної культури, з одного боку, ми маємо на увазі індивідуальну політичну культуру, яка характеризується, як свідчить В.Бебик, «ступенем знання, емоційного сприйняття та практичного опанування нормами політичної соціалізації, загальнокультурним рівнем, компетентністю в політиці, адекватністю оцінок, рівнем свідомості, розумінням своєї соціальної ролі, ступенем включення до суспільно-політичної системи» [28, с. 235]. Тобто мова йде про політичну культуру як спосіб духовно-практичної діяльності, зокрема реалізації політичних знань, ціннісних орієнтацій та моделей поведінки. У роботі розглянуто впливи на політичну свідомість та політичну поведінку в процесі соціалізації. І якщо мова йде про політичну свідомість, не можна залишати осторонь психологічне розуміння політичної культури як орієнтацій, цінностей, вірувань та уявлень, оскільки всі вони відображаються в політичній свідомості та впливають на політичну поведінку. З іншого боку, політична культура як «частина загальної культури, яка формується та виявляється у процесі політичного життя; історично та соціально зумовлений продукт політичної життєдіяльності людей, їх політичної творчості…» [100, с. 165] є середовищем політичної соціалізації, яке здійснює свій вплив на процес. Питанню політичної соціалізації як засобу формування політичної культури особистості присвячений підрозділ 2.1 нашої роботи.

Як уже було зазначено, ЗМК є засобами політичної комунікації, яка, в свою чергу, з початку ХХ століття набула характеру масовості. Метою масової політичної комунікації, як визначено у політологічному словнику за редакцію М.Головатого та О.Антонюка, є «трансляція інформації між політичною та соціальними системами» [131, с. 399]. Масова комунікація, в тому числі політична, на відміну від комунікації звичайної має декілька особливостей, які будуть розглянуті нижче. Основним фактором, який відрізняє масову комунікацію від міжособистісної, є її опосередкованість. Посередниками є засоби масової комунікації. В.Бебик відзначає правомірність рівнозначного використання термінів «мас-медіа» та «засоби

масової комунікації» [28, с. 297]. ЗМК, на його думку, - «спеціалізовані установи для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію. До ЗМК належать друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіо носії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі…» [28, с. 297]. ЗМК мають свої характерні риси, які будуть розглянуті нижче, та функції, серед яких найважливішою для цього етапу дослідження є функція соціалізації, що зазвичай розглядається разом з функцією освіти [100, с. 185]. Однак, враховуючи те, що, на нашу думку, політична соціалізація включає в себе не лише політичну освіту і політичне виховання, а і нецілеспрямовані, стихійні впливи, значну частину яких спричиняють засоби масової комунікації, вважаємо доцільним розглядати функцію соціалізації окремо від освітньої, хоча і у взаємозв'язку.

Попереднє уточнення основних понять дослідження та їх взаємозв'язку окреслює основні напрями та етапи дослідження. Аналіз основних наукових підходів до вивчення засобів масової комунікації дасть можливість розкрити взаємозв'язок понять «комунікація», «масова комунікація», «політична комунікація», «засоби масової комунікації», визначити місце і роль засобів масової комунікації в сфері політичного, з тим, щоб перейти до огляду існуючих концепцій ЗМК як чинника політичної соціалізації особистості.

Як свідчить аналіз політологічних джерел, фундаментальні роботи в царині політичної комунікації і термін «комунікація політична» з'явилися наприкінці 40-х – на початку 50-х років. У самостійний напрям дослідження політична комунікація виокремилась завдяки демократизації політичних процесів у світі, розвитку кібернетичної теорії, виникненням нових комунікаційних технологій. Подальший її розвиток у значній мірі зумовлювався досягненнями американської політичної науки [56, с. 89]. Засновниками загальної теорії політичної комунікації були представники двох американських наукових шкіл: прихильники так званого кібернетичного напрямку в аналізі соціальних систем (К.Дейч та інші) і представники

структурно-функціонального підходу до вивчення політики (Г.Алмонд, Дж.Коулмен та інші). Одним з основних засобів першого є контент-аналіз, а другий розглядає політичну комунікацію як одну з головних функцій політичних систем. У подальшому ці ідеї було розвинуто і доповнено у працях Ж.Дюрана, Ж.-М.Коттре, Ю.Маккуела, М.Шарло, Р.-Ж.Шварценберга та ін. Багато уваги приділено дослідженню форм і об'єктів політичної комунікації, аналізу засобів передачі повідомлень та їх змісту, а також впливу повідомлень на адресатів. У сучасній Україні проблемам політичної комунікації приділяють увагу такі дослідники, як В.Бебик, Ю. Бондар, Ю.Ганджуров, М.Головатий, О.Дубас, Н.Власенко, С.Зорько, А.Клячин, М.Сиротич, О.Сидоренко, Д.Товмаш, Д.Яковлев та інші.

Сутність та роль мас-медіа у сучасних політичних процесах у останні роки досліджували такі представники вітчизняної науки, як В.Бадрак, В.Бебик, Ю.Бондар, О.Головчук, О.Гриценко, О.Демченко, О.Дьякова, О.Заславська, О.Зернецька, І.Іванов, О.Москаленко, О.Литвиненко, М.Каращук, А.Клячин, А.Костирєв, О.Маліс, Г.Несвіт, Н.Олексієнко, Г.Осика, Г.Почепцов, О.Семченко, Т.Шульга, Г.Хлистун, Т.Хлівнюк, О.Холод, О.Шерман, В.Шкляр та інші.

Серед російських фахівців слід відзначити праці М.Вершиніна, К.Гаджієва, М.Грачова, М.Гуревича, І.Засурського, Я.Засурського, Л.Землянової, Ю.Ірхіна, С.Кара-Мурзи, В.Конєцької, О.Соловйова, В. Теріна.

До цих та інших робіт заплановано звернутись у процесі дослідження впливу ЗМК на політичну соціалізацію особистості.

Слід зазначити, що в соціологічному дискурсі дослідження політологічної сутності комунікації почались значно раніше, ніж власне у політології. До того ж нерідко соціологічні дослідження масової комунікації мають політологічний контекст, оскільки пов'язані з вивченням феноменів політичного життя. Дослідження феномену масової комунікації, під якими розуміють аналіз спілкування, що здійснюється шляхом використання засобів масової комунікації, виникали, зростали і набували інституціоналізації як сфера

наукових інтересів фахівців суспільних наук паралельно і співвідносно з виникненням і розвитком самих засобів масової комунікації та індустрії мас-медіа й відображення цього процесу в теоріях комунікації.

Слід підкреслити, що різнорідні комунікативні явища привертають до себе увагу різних гуманітарних наук та інформаційних теорій: філософії і культурології, соціології і психології, лінгвістики, політології і семіотики, кібернетичних підходів до аналізу соціальних процесів.

Комунікація є найпоширенішою формою діяльності. Власне кажучи, у широкому розумінні комунікацією є як бесіда віч-на-віч, так і радіотрансляція, вираз обличчя, одяг, повідомлення на форумі в Інтернеті, стаття в журналі та ін. У сучасних політологічних та соціологічних джерелах існують різноманітні визначення поняття «комунікація». Це і «соціально-обумовлений процес передачі і сприйняття інформації в умовах міжособистісного і масового спілкування різними каналами за допомогою різних комунікативних засобів (вербальних, невербальних та інших)» [91, с. 9], і «процеси перекодування вербальної інформації в невербальну і невербальної в вербальну, примушення іншого до виконання тої чи іншої дії» [135, с. 4], і «складова суспільного процесу, що виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль» [146, с. 17]. Російська дослідниця Л. Землянова відзначає надзвичайно широкий зміст поняття «комунікація», на її думку, «це слово може означати зв’язок, повідомлення, засіб зв’язку, інформацію, засіб інформації, контакт, спілкування з’єднання» [цит. за 206, с. 12]. На думку українського політолога О. Заславської, «політичну комунікацію можна охарактеризувати як інформаційну взаємодію суб’єктів політики (політичних акторів), у процесі якої здійснюється обмін політичними ідеями, поглядами, моделями поведінки з метою здійснення конструктивного діалогу між владою і суспільством для досягнення збалансування соціально-політичної системи» [77, с. 34]. Отже, можна зробити висновок, що залежно від цілей дослідника та досліджуваних аспектів проблеми, акцентують то на комунікації як на процесі, то як на дії спрямованій

на іншого, то як на технології, або роблять акцент на засобах комунікації чи кодуванні і декодуванні, навіть наметі повідомлення. Комунікація народжується і функціонує в суспільстві, розвиваючись та видозмінюючись разом з ним. Будь-яка нова соціальна реалія або зміни відображаються у спілкуванні людей та фіксуються в живій мові, яка є інструментом у здійсненні комунікації. Серед багатоманітних виявів людської комунікації масова комунікація відрізняється деякими специфічними характеристиками. М.Назаров пропонує наступну порівняльну таблицю особливостей різних видів комунікації, яка наведена у табл. 1.1 [112, с. 9].

Таблиця.1.1

Види комунікації

Параметри комунікації	Міжособистісна комунікація в традиційному суспільстві	Масова комунікація в сучасному суспільстві
Джерело	Родина, сусіди	Інститут
Канал	Віч-на-віч	Технологічний
Час передачі	Безпосереднє	Безпосереднє чи з затримкою
Відстань	Мінімальна, замкнута	Віддалена
Приймач	Сім’я, сусіди	Анонімна, різнорідна аудиторія
Зворотній зв’язок	Прямий	Непрямий чи відкладений
Характер регулювання	Особистий	Бюрократичний, фрагментарний

Отже, масова комунікація передбачає процес спілкування, спрямований на взаємодію - передачу та отримання смислової та оціночної інформації з метою впливу на масову свідомість.

Аналіз наукових джерел засвідчує, що масова комунікація ніколи не залишалася поза увагою вчених з різних наукових дисциплін, а історія дослідження масової комунікації пройшла декілька етапів. Як підкреслював у своїй статті "До соціології преси" М.Вебер, проблема вивчення преси полягає у виявленні її ставлення до існуючих політичних партій, до світу бізнесу, до численних груп та інтересів, які впливають на громадськість і зазнають зворотного впливу. Будь-які концепції й моделі, що їх розробляє теорія масової комунікації, не обминають цієї проблеми. Проте теоретичні й методологічні перспективи, з позицій яких дослідники спостерігають, пояснюють або інтерпретують комунікативну реальність, вельми відрізняються одна від одної.

На сьогодні склалося кілька парадигм вивчення масової комунікації, в яких тісно переплетено як політологічні, так і соціологічні підходи.

Д.Яковлєв виділяє три методологічні підходи до аналізу поняття «комунікація» у контексті соціально-політичних досліджень:

- перший базується на «класичній позитивістській методології суб'єктно-об'єктних диспозицій» [206, с. 17]. До нього, на думку автора, входять концепції структурного функціоналізму із її системним методом, інформаційного суспільства, технологічного детермінізму;
- другий підхід, на думку автора, являє собою некласичну методологія, феноменологічна за своїми витоками. Виділяючи комунікацію як особливий онтологічний об'єкт, вивчення якого вимагає застосування методів критичної рефлексії, герменевтичної інтерпретації смислів, дослідники цієї групи, зокрема Ю.Хабермас, вважали комунікативну дію механізмом координації планів, соціальних дій суб'єктів [206, с. 17-19].
- згідно з третім, нео-, або постнеокласичним, підходом відносини комунікації інтерсуб'єктивні і фактично виключають об'єктність. Суспільство розглядається як мережа комунікацій, а сама комунікація є активним середовищем, що самоорганізується [206, с. 19]. Як слушно зауважує Д.Яковлєв, у сучасних соціологічних та політологічних дослідженнях політичні комунікації найчастіше пов'язують з аналізом масових

інформаційних процесів. На думку дослідника, на рівні теоретичного аналізу це «можна кваліфікувати як своєрідний відхід від концептуальних оцінок цього феномену» [206, с. 19]. Однак, детальний аналіз власне політичної комунікації виходить за рамки нашого дослідження, яке підпорядковане меті визначення впливу ЗМК на політичну соціалізацію особистості.

У західних джерелах набуло усталеного розуміння політичної комунікації як процесу передачі політичної інформації, за посередництвом якого інформація циркулює між різними елементами політичної системи, а також між політичною та соціальною системами. Безперервний процес обміну інформацією здійснюється як між індивідами, так і між тими, хто управляє, і тими, ким управляють, з метою досягнення згоди. В англомовних довідниках політична комунікація визначається як передача змісту, значущого для функціонування політичних систем. Російські дослідники М.Грачов та Ю.Ірхін визначають політичну комунікацію як «інформаційно-пропагандистську діяльність соціального суб'єкта з виробництва та розповсюдження соціально-політичної інформації, яка спрямована на формування (стабілізацію чи зміну) образу думок та дій інших соціальних суб'єктів» [55, с. 112].

Представник сучасної американської політичної думки Еверет М.Роджерс (Everett M.Rogers) вважає, що витоки дослідження комунікації, масової комунікації та політичної комунікації тісно пов'язані спільним науковим інтересом, предметом якого були ефекти масової комунікації. Свідченням цього, на його думку, є той факт, що на ранньому етапі становлення масової комунікації як предмета наукових досліджень предметом уваги були саме впливи засобів масової комунікації на зміни у політичній поведінці особистості, зокрема під час виборів [8, с. 23]. Подібна позиція ще раз підкреслює необхідність використання міждисциплінарного підходу до дослідження засобів масової комунікації у контексті політичної соціалізації особистості. Отже, на початку XX ст. входить в обіг термін «масова політична комунікація», метою якої є трансляція інформації між

політичною та соціальними системами [131, с. 399].

Американська традиція починає розгляд масової політичної комунікації з досліджень пропаганди та формування суспільної думки, засновниками яких є У.Ліппман та Г.Лассуел. З ім'ям В.Ліппмана пов'язують перше використання контент-аналізу в наукових дослідженнях. Експеримент був здійснений на матеріалах Нью Йорк Таймс, присвячених революції 1917 року в Россії. У результаті аналізу В.Ліппман виявив суттєве антибільшовицьке упередження у висвітленні подій і прийшов до висновку, що середньостатистичний американець нездатен розібратись у важливих політичних процесах сучасності, а отже вимушений сприймати медіа-повідомлення некритично. Також, на думку вченого, сучасні йому ЗМК не виконували роль, що була їм відведена законодавством – створення вільного ринку ідей [8, с. 23]. Таким чином вивчення масової політичної комунікації було обумовлено нормативними вимогами щодо вільної преси та інформованого суспільства.

Г.Лассуел, в свою чергу, стверджував, що людська свідомість настільки уразлива, що під впливом несприятливих зовнішніх факторів, таких як економічна та політична криза (що здається особливо актуальним сьогодні в Україні), люди сприйматимуть будь-яку пропаганду. Але пізніше Г.Лассуел дійшов висновку, що пропаганда не зводиться до відвертої брехні. Це складний комплекс заходів з підготовки людської свідомості до сприйнятливого ставлення до повідомлень комунікатора, У ході цієї підготовки в людську свідомість обережно упроваджують нові ідеї та образи, символи. У наступному з цими колективними символами пов'язуються сильні емоції, які уже здатні підбурити людей на певні необхідні комунікаторові дії. Ідеалістично звучить ідея Г.Лассуела про передачу управління пропагандою за допомогою медіа у руки наукової еліти, однак вона мала успіх у сучасників.

З Г.Лассуелом та В.Ліппманом категорично не погоджувався Дж.Дьюі, який вважав, що найбільш дієвим засобом захисту населення від

пропаганди є просвіта самого населення. Оскільки чим більше людина знає про оточуюче середовище, тим краще вона може себе захистити від втручання в її свідомість. Г.Бакулєв звертає увагу на одне з важливих досягнень Дж.Дьюі: на відміну від своїх сучасників він не розглядав медіа як зовнішніх агентів. У його розумінні медіа – це лише складно інтегровані у систему суспільства посередники, які допомагають вести суспільні дискусії.

Концепції пропаганди і формування громадської думки тісно пов'язані з концепціями масового суспільства, які з'являються у середині XIX століття і розглядають мас-медіа як засіб знищення культурної автономії індивіда. Масове суспільство є сукупністю атомізованих індивідів, відчужених від праці та підвладних будь-якому впливу з боку всемогутніх медіа та тоталітарної пропаганди. Автори теорій "масового суспільства" розглядали повідомлення мас-медіа як небезпечний засіб, що дає змогу вводити цінності, ідеї та інформацію безпосередньо вглиб пасивної роздрібненої аудиторії, здійснюючи на неї універсальний та тотальний вплив. Ці моделі масової комунікації мають назву "ін'єкційної голки", або "чарівної (словесної) кулі", або «приводного ременя». Основною думкою є те, що повідомлення ЗМК швидко сприймають всі члени суспільства і викликають моментальну реакцію за принципом «стимул-реакція», при цьому реагують різні члени суспільства на одне й те саме повідомлення безпосередньо й однаково. Таким чином, масова аудиторія вважається відкритою для маніпуляції, здатною реагувати на подразники і сприймати повідомлення від політичної еліти; аудиторія не здатна до зваженого, самостійного інформаційного вибору, вона беззахисна перед обличчям інформації та тими, хто її створює та транслює. Політична соціалізація особистості таким чином зводиться до пасивного сприйняття політичних настанов та правил поведінки, що транслюються владою за допомогою ЗМК.

Вчені Франкфуртської школи (М.Хоркхаймер, Т.Адорно, Г.Маркузе, В.Беньямін) одні з перших підняли питання теоретичного аналізу місця та ролі масових комунікацій у сучасному суспільстві. Було продемонстровано, що

роль ЗМК житті сучасної людини невпинно зростає. ЗМК виступають в якості агентів соціалізації, посередників політичної реальності, засобів проведення вільного часу. Водночас Франкфуртська школа часто була об'єктом критики за "надмірну елітарність та патерналізм» [23, с. 27]. Також до слабких сторін цього підходу відносили зосередження уваги вчених лише на процесі виробництва та розповсюдження матеріалів масової комунікації, не беручі до уваги питання щодо варіативності їх сприймання. При цьому не могли враховуватись особливості впливу ЗМК на різних суб'єктів політичної соціалізації, занижувалась їх власна активність як суб'єктів соціалізації.

Теорії масового суспільства та пропаганди значно вплинули на інтерес до ЗМК, хоча в теорії «чарівної кулі» були і свої недоліки. Так. М.Грачов звертає увагу на її методологічні вразливості. Наприклад, спостерігається несумісність рівнів підходів до масової комунікації. Для пояснення ефектів на мікрорівні, як зазначає М.Грачов, тобто пов'язаних зі зміною політичної поведінки індивідів, Г.Лассуел використовує замість даних соціологічних досліджень факти з історії першої світової війни, тобто події макрорівня. По-друге, прихильники теорії «ін'єкційної голки» не брали до уваги вплив на індивіда його найближчого оточення. Тобто теорія будувалась, виходячи з положення про суспільство цілком атомізованих індивідів. У той же час слід брати до уваги, що теорія пропаганди була сформована під впливом воєнних дій і спрямована як раз на те, щоб під час воєнної небезпеки пробудити примітивні інстинкти, які, як вважав Г.Лассуел, знаходячись на фрейдистських позиціях, властиві всім без винятку індивідам і визначають єдину систему реакцій суспільного організму на вплив пропаганди [54, с. 194].

Важливий етап у вивченні суті і ролі ЗМК пов'язаний з так званою "критичною традицією» досліджень. Г.Бакулев відносить до критичної традиції у вивченні масової комунікації праці авторів неомарксистських теорій (в які, на його думку, входить політекономічна теорія медіа (Г.Мердок та П.Голдінг) та теорія гегемонії медіа (А.Грамши)) та Франкфуртську школу і

школу британських культурних досліджень. М.Назаров виокремлює представників марксизму та неомарксизму, а також А.Грамши в окрему групу з концепцією ідеології, а до критичної традиції відносить, окрім Франкфуртської школи, праці Ч.Міллса та Н.Постмана. Представники критичної традиції приділяли велику увагу історичним та соціальним закономірностям функціонування суспільства, які грають вагому роль в нашому дослідженні.

У ліберально-плюралістичній та функціоналістичній моделях розвитку суспільства "впливовість ЗМК розглядалась з позиції автономії їх соціального інституту, а вони самі розглядалися як окрема причина соціальних змін або авторитетне джерело інформації" [95, с. 136]. Виникла так звана парадигма "ефектів" мас-медіа, яка привертає нашу увагу з евристичних можливостей дослідження впливів ЗМК на процес політичної соціалізації. Під ефектами масової комунікації розуміють наслідки фізіологічного, психічного, соціального характеру, що відбиваються на свідомості, емоціях, здоров'ї та поведінці окремих індивідів, груп, спільнот та суспільств під впливом процесу масової комунікації та відсутні без акту комунікації.

Якщо поділити існуючі теорії масової комунікації залежно від ефектів мас-медіа, що в них розглядаються, то класифікація виглядає наступним чином.

Теорії першого етапу представляли ефекти медіа на основі відомого біхевіористського принципу «стимул-реакція». Згідно з ними ефектом мас-медіа є специфічна реакція «атомізованих» індивідів, на специфічні стимули.

Теоретики другого етапу, відійшовши від простої схеми «стимул-реакція», одночасно залишили і ідею о всеохоплюваності та всезагальності ефектів медіа. Ефекти медіа були визнані обмеженими. Була створена «парадигма ефектів мас-медіа», згідно якої, відповідно до формули Г.Лассуела, вплив комунікатора диференціюється залежно від змісту повідомлення, каналу трансляції, диспозицій та очікувань аудиторії. Дослідження в цьому напрямку продовжила група американських соціологів під керівництвом К.Ховленда, які дійшли висновку, що психологічна структура індивіда має значення при оцінюванні

впливу мас-медіа. У той же час П.Лазерсфельд та Дж.Клеппер зробили висновок, що ЗМК можуть підсилювати настрій та переконання реципієнтів, але не в змозі змінювати їх кардинально [8, с. 6].

Згодом з'являється поняття «лідерів думки», які, будучи найбільш інформованою частиною суспільства, розповсюджують отриману з медіа-джерел інформацію шляхом міжособистісних контактів. Ця концепція відкидає тезу про атомізованість та соціальну ізольованість індивідів і концентрує увагу на процесах сприймання і уваги та реакції у вигляді прийняття и неприйняття впливу в ході комунікації. Серед переваг концепції – врахування складного соціального контексту в оцінюванні ефектів масової комунікації, серед недоліків – дихотомічний поділ на пасивних і активних реципієнтів, який насправді не може бути реалізований в реальному житті.

Для третього етапу вивчення ефектів медіа характерним є синтез напрямів дослідження факторів змісту повідомлення та індивідуальних характеристик реципієнтів. Починаючи з 70-х років не існує провідного теоретичного напрямку, а ситуація навколо цієї проблематики відзначається мультипарадигмальністю. Характерно, що частина дослідників повернулася до уявлень про можливість тотального впливу ЗМК. Зрозуміло, що поняття повідомлення як "ін'єкційної голки" відійшло в минуле, проте це не виключає звернення до ідеї тотального впливу мас-медіа, що і демонструє теорія культивації (Дж.Гербнер). Цей підхід досліджує те, як екстенсивний, багаторазовий вплив ЗМК (в першу чергу телебачення) протягом тривалого часу поступово змінює наше уявлення про світ та соціальну реальність. У цілому автори виходили з того, що "телебачення є центральною складовою соціокультурного процесу. Виступаючи агентом існуючого порядку, телебачення, перш за все, слугує підтримкою, працює для стабілізації та підсилення відповідних цінностей, переконань, моделей поведінки" [112, с. 102-103].

Важливою культурною функцією телебачення Дж.Гербнер вважав стабілізацію соціальних моделей, культивацію негативного ставлення до змін.

Як бачимо, телебачення, виступаючи агентом існуючого порядку, за спрямованістю впливу в повній мірі претендує на роль агента соціалізації, адже телевізійні повідомлення своєрідно формують і конструюють реальність у свідомості людей.

Наприкінці 50-х - на початку 60-х років нові тенденції дослідження мас-медіа започаткувала концепція канадського соціолога Г.М.Маклюена - технологічний детермінізм. Вчений стверджував, що зміст кожної культурної епохи пов'язаний з домінуванням певної комунікативної технології. На його думку, технологія комунікацій є своєрідним продовженням свідомості людини, а тому кожен етап удосконалення ЗМК має серйозний вплив на характер відображення та сприймання реальності. Під вплив підпадають і спосіб життя, і цінності, і соціальна структура суспільства, він пов'язує прогрес електронних засобів спілкування з певними соціоструктурними та культурними складовими конкретної епохи, які забезпечують контроль і програмування соціального порядку у "глобальному селищі", на яке перетворюється людська спільнота. ЗМК. Ідеї Г.М.Маклюена відображені у творах багатьох постмодерністичних авторів. Взагалі тема постмодерну в історії теорії масової комунікації займає окреме місце. Враховуючи обсяги цієї теми, які не видається можливим осягнути в межах цього дослідження, можемо лише зазначити, що понятійний апарат та ідеї Ж.Бодрійяра були використані нами під час розкриття впливу засобів масової комунікації на формування політичної свідомості особистості. Звернемо увагу на те, що постмодерністські теорії масової комунікації тяжіють до так званих «симуляції» та «вербалізації» моделей світу, створення своєрідної гіперреальності, яка співіснує і навіть конкурує з реальним світом. У такому контексті постає питання, чи не виконують при цьому ЗМК функції соціалізації до «викривленого світу», що в певній мірі можливо вважати десоціалізацією?

Підсумовуючи, слід зазначити, що в ході порівняння та аналізу основних теорій масової комунікації прослідковується певна закономірність, яку визначає В.Конєцкая. Так, на її думку, не зважаючи на велику кількість інтерпретацій масової комунікації, ці теорії можна об'єднати в групи

відповідно до тих функцій, якими автори концепцій наділяють засоби масової комунікації:

1) функція політичного контролю;

2) функція опосередкованого духовного контролю;

3) культурологічна функція [91, с. 200-201].

Теорія масового суспільства, критична парадигма, культиваційний підхід пропагують тотальний вплив мас-медіа на процес становлення індивіда, його політичних установок та орієнтацій. Для методології підходу характерний розгляд індивіда як об'єкту впливу індустрії культури, тоді як не враховано, що реальній людині притаманний певний рівень автономії в межах її поведінки та діях, здатність діяти самостійно та зважено.

Функція опосередкованого духовного контролю знаходить своє підтвердження в теорії структурно-функціонального підходу, який розглядає ЗМК як підсистему суспільства, яка самоорганізовується та самоконтролюється і функціонує в межах встановлених політичних правил. Проте запропонована концепція швидше підходить для опису розвинених держав у стабільному стані, ніж для суспільств, які знаходяться в умовах кризи.

Для третьої групи характерним є соціокультурологічний підхід до розуміння масової комунікації та ролі ЗМК. Останнім часом цей підхід набирає сили, що пояснюється новою хвилею уваги до людини і загальною тенденцією щодо гуманітаризації наук. У концепції технологічного детермінізму Г.М.Маклюена та соціодинамічній концепції Ю.Хабермаса масова комунікація розглядається як новий етап соціального спілкування. До цієї групи варто віднести також екоантропоцентричну концепцію Т.Дрідзе, яка зорієнтована на активну комунікацію індивіда та середовища

У спробах пояснити та зрозуміти сучасність українського суспільства, яка прагне формуватися на плюралістичних засадах, а також мас-медіа як одного із фундаторів та одного із її символів, необхідно звертатися до кожної з розглянутих парадигм у вивченні ролі мас-медіа у сучасному

світі політичного, яка, звісно, не обмежується впливом на політичну соціалізацію, який був обраний предметом нашого дослідження.

Цікавою також, на нашу думку, буде класифікація саме політичних функцій ЗМК, зроблена Г.Штромайером. Так, дослідник в своїй роботі «Політика і мас-медіа» виділяє наступні політичні функції ЗМК:

- забезпечення відкритості, адже «без сформованого мас-медіа суспільного простору представницька демократія у великих розвинених державах та сучасних демократичних країнах на змогла б існувати і функціонувати» [201, с. 64]. Нормативною вимогою цієї функції є забезпечення прозорості у політичній системі та уможливлення відкритого, вільного обговорення важливих політичних проблем [201, с. 70];
- інформаційна функція (ЗМК створюють найважливіші інформаційні платформи), яка поділяється, в свою чергу, на вхідну (розповсюдження новин, подача фонової інформації, встановлення зв’язків, пропонування інтерпретацій, що разом створює суттєві передумови для функціонування представницької демократії) та вихідну (рупор для політичних діячів, платформа для поширення політичними діячами інформації та здійснення комунікації) функції;
- функція контролю та самоконтролю може виконуватись в два способи: безпосередньо, або як незалежний контролер (забезпечують прозорість та висловлюють свою позицію, критикують дії влади), та опосередковано (створюючи платформу для інших учасників політичного життя; найчастіше цю платформу використовують опозиційні партії). Г.Штромайєр підкреслює, що в ідеалі «мас-медіа повинні діяти як міжсуб’єктні та незалежні наглядові інстанції всього суспільства» [201, с. 75];
- функція політичної соціалізації та інтеграції, на думку вченого, полягає у передачі специфічних політичних цінностей та норм плюралістичної демократії та уможливленні таким чином безперешкодного співіснування демократичних суспільств. Поширення плюралістичних

цінностей через мас-медіа відбувається шляхом безпосередньої тематизації та опосередкованого подання. Автор підкреслює значення функції політичної соціалізації та інтеграції мас-медіа в умовах зростаючої фрагментації сучасних суспільств як засіб боротьби з соціальними регресіями, абсентеїзмом та в цілому дезінтеграційних тенденцій [201, с. 76]. Отже, виконуючи функцію соціалізації та інтеграції, мас-медіа повинні формувати демократичний консенсус, що проходить крізь усе суспільство та цементує його – так звучить нормативна вимога до цієї функції. Звісно, навіть у розвинених плюралістичних демократіях, з чим погоджується і Г.Штромайєр, важко очікувати від ЗМК, «що передачі демократичних цінностей та інтеграції суспільства вони надаватимуть первинного значення» [201, с. 76]. Ще складніше домогтись цього від вітчизняних ЗМК в умовах перехідного суспільства.

- функція політичної освіти та виховання майже цілком покладається Г.Штромайєром на мас-медіа. На його думку, «мас-медіа, безперечно, є майже єдиним загальнодоступним органом, що забезпечує загальну і всеосяжну політичну освіту та виховання», адже мас-медіа «інформують про політичні структури, процеси, політичний зміст, створюють для формування громадянської думки та політичної волі як загальну, так і конкретну основу». Все ж, на нашу думку, незважаючи на можливості ЗМК, стати замінником системи освіти в справі політичної освіти та виховання мас-медіа не здатні в силу своєї мозаїчної природи. Втім, і автор визнає, що очікування від мас-медіа, що вони будуть наділяти громадянина «всім (знаннями, можливістю, відповідальністю тощо), що потрібно йому для участі в демократичних подіях», є швидше нормативною вимогою, сподіванням [201, с. 77];

- останньою в переліку є функція формування громадської думки та політичної волі громадян, яку розуміють як сприяння громадянам у формуванні власної думки шляхом оприлюднення інформації та різних поглядів та оцінювання інформації та точок зору. Звісно, достовірність

інформації та подання різних точок зору є необхідною умовою виконання цієї функції [201, с. 78-79].

Слід, звісно, пам’ятати, що наведена вище класифікація стосується суспільств з плюралістичною демократією, хоча, на думку Г.Штромайєра, її також можна використовувати для опису «країн з диктатурою» [201, с. 79], а на нашу думку, і держав перехідного періоду, прояви означених функцій будуть зовсім різними. Цікавим для нашого дослідження є розуміння політичної соціалізації разом з поняттям інтеграції суспільства, що підкреслює важливість цього процесу для становлення демократичної держави.

У наступному підрозділі будуть окремо розглянуті праці, присвячені безпосередньо взаємозв’язкам засобів масової комунікації та політичної соціалізації особистості, проаналізовані існуючі наукові підходи до проблеми.

1.2. Наукові підходи до вивчення засобів масової комунікації як чинника політичної соціалізації особистості

Оскільки в процесі політичної соціалізації відбувається формування політичної свідомості особистості, окремої уваги в рамках нашого дослідження потребує специфіка формування політичної свідомості особистості засобами масової комунікації. Традиційно інтерес до впливу ЗМК на політичну свідомість посилюється під час виборчих кампаній, оскільки під час виборчих перегонів активізується участь мас-медіа в політиці і як самостійних акторів, і як засобу обслуговування політичної еліти. До того ж під час виборів застосовують майже весь арсенал політичних технологій, включно з політичним маніпулюванням, що дозволяє отримати більш широкий матеріал для дослідження. Третім фактором, що зумовлює увагу до впливу ЗМК на політичну свідомість саме під час виборчих кампаній є можливість на власні очі спостерігати та оцінювати результати. Четвертим фактором є традиційність подібного підходу, адже саме дослідження електоральної активності виборців округу Ері, штат Огайо,

стали відправною точкою для розробки класичної двоступеневої моделі комунікації, яка пізніше стала однією з перших загальновизнаних теоретичних конструкцій в політичній комунікації [56, с. 90]. Як відомо, П.Лазарсфельд, Б.Берельсон та Х.Годе дійшли висновку, що вплив масової комунікації на особистість є не прямим, а опосередкованим, причому роль посередників виконують так звані «лідери думки» - особи, які користуються авторитетом у своїй групі, займають активну політичну позицію, отримують інформацію з засобів масової комунікації, а потім розповсюджують цю інформацію далі у групі, доповнюючи її власними коментарями та викладаючи власне бачення проблеми. До того ж за результатами дослідження було виявлено, що лише 5% респондентів змінили свою думку на протилежну під впливом ЗМК. Цей факт привів до висновку, що ЗМК можуть лише підтвердити наявні установки людини, але не здатні кардинально змінити її позицію. З того часу почався етап «мінімальних ефектів» у дослідженні ЗМК. Як і умови експерименту П.Лазарсфельда, так і сучасні дослідження впливів ЗМК на політичну свідомість, що проходять у хронологічних рамках виборчих кампаній, мають на меті отримання безпосереднього результату у вигляді електоральної активності, яку можна виміряти та визначити прямий зв’язок між споживанням медіа-продукції і електоральними настановами. Блискучим прикладом такого дослідження у сучасній вітчизняній науковій думці є дисертаційна робота О.Заславської «Засоби масової комунікації як інструмент моделювання політичної свідомості у виборчій кампанії (на матеріалах президентських і парламентських виборів 2004-2006 рр.)». О.Заславська підтверджує значну роль, яку ЗМК відіграють у процесі політичної комунікації та у формуванні політичної свідомості суспільства та розкриває моделі впливу ЗМК на масову політичну свідомість під час виборчої кампанії [77]. Але, на нашу думку, вплив ЗМК на політичну свідомість особистості не обмежується впливом на електоральну поведінку. Цю тезу підтверджує теорія «культиваційних ефектів» Дж.Гербнера, що орієнтована на виявлення довгострокового впливу

масової комунікації, згідно з якою «телебачення є центральною складовою соціокультурного процесу: виступаючи агентом існуючого порядку, телебачення, перш за все, слугує в якості підтримки, стабілізації та підсилення відповідних цінностей, переконань, моделей поведінки» [112, с. 102-103]. Слід зауважити, що з моменту свого появлення телебачення з його аудіовізуальними можливостями впливу та обсягом покриття аудиторії одразу почало вважатись наймогутнішим медіа (яким і залишається в сучасній Україні, враховуючи сучасний стан доступу до інформаційно-комунікативних технологій, до яких ми звернемось далі у роботі). Отже, попередня цитата, на нашу думку, стосується до телебачення як найбільш показового в плані впливу на свідомість засобу масової комунікації. Теорія культивації, яка досліджує те, як екстенсивний, багаторазовий вплив ЗМК протягом тривалого часу поступово змінює наше уявлення про світ та соціальну реальність, може стати базисом для дослідження впливу засобів масової комунікації на політичну соціалізацію, оскільки розглядаючи ЗМК як агента існуючого порядку, стабілізації та підсилення цінностей, переконань на поведінки особистості, можна вважати їх агентами політичної соціалізації особистості.

Переходячи до питання власне політичної соціалізації, яке буде більш докладно розглянуто в підрозділі 2.1 «Політична соціалізація як засіб формування політичної культури», слід в першу чергу нагадати основні зв’язки між поняттями «політична комунікація», «засоби масової комунікації», «політична культура», «політична свідомість» та «політична соціалізація», які були розглянуті в попередньому підрозділі. Політична комунікація, серед засобів якої є і ЗМК, здійснює вплив на формування громадської думки, структурування політичного простору та політичну соціалізацію громадян [131, с. 399]. До функцій політичної комунікації входять функція формування політичної свідомості та розвиток політичної культури суб’єктів політики [28, с. 296]. Політична свідомість та політична поведінка є компонентами політичної культури, яка в універсальному значенні розуміється як «сукупність поглядів, переконань, орієнтацій і зразків поведінки, що

визначають ставлення людей до політичної сфери суспільства, рівень і спрямованість їх політичної активності» [100, с. 165]. Політичну соціалізацію, яка узагальнено є засвоєнням особою певного соціального і політичного досвіду, нагромадженого суспільством і сконцентрованого в культурних традиціях, цінностях, нормах статусної і рольової поведінки, та відтворення цього політичного досвіду в політичній поведінці, слід розглядати у тісному взаємозв'язку з політичною культурою, що випливає з її визначення [131, с. 677]. Серед робіт, в яких розглядався взаємозв'язок політичної соціалізації та політичної культури варто виокремити праці А.Карнаух та М.Остапенко. У своїй дисертаційній роботі «Становлення політичної культури молоді в умовах демократизації сучасного українського суспільства» А.Карнаух детально розглядає теоретичні підходи до вивчення феномена політичної культури, аналізує сучасну політичну культуру громадян України та досліджує механізм і специфіку політичної соціалізації молоді. Велику увагу приділено інституту освіти як агенту політичної соціалізації сучасної української молоді та соціально-педагогічним факторам формування політичної культури [85].

М.Остапенко в своїй дисертаційній роботі «Політична культура сучасної студентської молоді в Україні (на прикладі вузів м. Києва)» констатує проблему невизначеності системи цінностей політичної соціалізації та відсутності необхідної спадкоємності у передаванні досвіду політичної участі та поведінки у контексті питання політичної соціалізації сучасної студентської молоді [121]. На нашу думку, проблема переривання спадкоємності стосується всіх вікових груп, оскільки трансформація політичної системи країни призводить також до необхідності вирішення питання ресоціалізації старшого покоління, але, звісно, молодь, особливо студентська, є найбільш показовим суб'єктом політичної соціалізації. Для нашого дослідження важливим є твердження М.Остапенко про збільшення ролі ЗМК як агента політичної соціалізації сучасного українського студентства, що підтверджує актуальність вибраної нами теми.

Розглянуті у процесі огляду літератури вітчизняні дисертаційні дослідження останніх років з теми політичної соціалізації, наприклад, роботи Я.Подолян «Політична соціалізація молоді в умовах трансформації українського суспільства», [128] Н.Пробийголови «Тенденції процесу політичної соціалізації молоді в сучасній Україні» [143], Н.Юрій «Політична соціалізація молоді в умовах трансформації суспільства: порівняльний аналіз міжнародного і українського досвіду» [205], свідчать про тенденцію обмеження рамок дослідження віковою категорією молоді. Слід, однак, зазначити, що ряд дослідників, наприклад М.Головін, вважає, що середній вік є найбільш важливим у дослідженнях політичної соціалізації, враховуючи політико-соціалізуючу роль середнього покоління [51, с. 27]. ЗМК згадують як один з агентів політичної соціалізації молоді, але не акцентують увагу на особливостях здійснення ЗМК функції політичної соціалізації. На нашу думку, політична соціалізація є процесом, який відбувається протягом всього життя, причому на більш пізніх вікових етапах ЗМК залишаються чи не єдиним суттєвим агентом політичної соціалізації особистості. У роботі Н.Ісхакової «Політична соціалізація як складова демократизації сучасного суспільства» приділено увагу інституціональним та соціальним факторам політичної соціалізації, розроблено комплексну концепцію процесу політичної соціалізації як складової становлення демократії. У роботі М.Катаєвої «Політична соціалізація школярів в умовах трансформації українського суспільства» проаналізовано роль політичного навчання та виховання як фактору політичної соціалізації [86]. Соціологічний аспект політичної соціалізації розкривається в роботі О.Безрукової [30], психологічним чинникам процесу приділено увагу в дослідженні Н.Дембицької [62], дисертаційна робота Ю.Загороднього присвячена педагогічним умовам політичної соціалізації студентської молоді в умовах великого промислового міста [75]. Г.Коваль присвятила своє дослідження формуванню патріотизму як важливого чинника соціалізації молоді України на сучасному етапі політичного процесу [88].

Окремо слід зупинитись на дисертаційному дослідженні В.Зінчука «Роль засобів масової інформації в контексті політичної соціалізації студіюючої молоді (на прикладі міста Львова)». У контексті визначення наукових підходів до впливу засобів масової інформації на політичну соціалізацію особистості В.Зінчук виділяє три ключові концепції: визначення порядку денного, спрямування уваги аудиторії та використання стандартних форм. Саме ці три концепції, на його думку, складають основу впливу засобів масової інформації на політичну соціалізацію особистості. Як загальні теоретичні підходи визначають структурно-функціональний, когнітивістський підходи та інтеракціонізм. У роботі зафіксовано тенденцію до зниження ролі традиційних агентів соціалізації, таких як сім'я, інститут освіти, державні інституції, політичні партії та рухи, одночасно з підвищенням впливу мас-медіа. Розкривається процес соціалізації на трьох рівнях: абстрактно-теоретичному, чуттєво-емоційному та поведінково-вольовому. Формування політичної культури відзначається як мета політичної соціалізації, яка може мати суб'єкт-об'єктний, або суб'єкт-суб'єктний характер [78].

Оригінальні теоретичні викладки В.Зінчука мають значну евристичну цінність для нашого дослідження, однак слід зазначити, що вибір категорії молоді як суб'єкта політичної соціалізації, а також географічні рамки дослідження (місто Львів) накладають обмеження на розкриття впливу ЗМК на політичну соціалізацію особистості. Так, зокрема, висновки В. Зінчука про обмежене користування Інтернетом серед студіюючої молоді мають, на нашу думку, регіональне значення, оскільки, за даними досліджень, кількість користувачів Інтернету зі Львову чи не найнижча в Україні та не відображає загальноукраїнські тенденції до інформатизації.

Важливою теоретико-методологічною складовою нашого дослідження, яке полягає у розкритті впливів ЗМК на політичну соціалізацію особистості в умовах становлення інформаційного суспільства, є, власне, поняття інформаційного суспільства, яке з кінця XX сторіччя стало одним з основним

понять соціальних та політичних наук.

Джерела теорії інформаційного суспільства полягають у концептуальних положеннях постіндустріальної доктрини, які підкреслюють центральну роль знання та констатують прискорюване зрушення від виробництва матеріальних благ до виробництва послуг і інформації. Як зазначає А.Чугунов, термін «постіндустріальне суспільство» був введений унауковий обіг у 1958 році американським соціологом Д.Рісменом [187, с. 3]. Теорія постіндустріального суспільства з'явилася в результаті синтезу різних підходів до оцінки динаміки стану та розвитку суспільства. У 60-ті роки XX ст. відбулося поширення поняття постіндустріалізму та осмислення того, що технологічні фактори розвитку починають превалювати над політичними та соціальними. До початку 70-х років XX ст. постіндустріальна проблематика стала однією з провідних у західній науці. Багатьом дослідникам здавалося, що ця нова глобальна методологічна парадигма може дати істотний імпульс суспільним наукам.

За словами російського політолога А.Чугунова, істотний внесок у розвиток доктрини постіндустріалізму зробив американський політолог Збігнев Бжезинський, який виклав основні положення своєї футурологічної концепції у книзі «Між двох століть. Роль Америки в технотронну еру». «Постіндустріальне суспільство, – стверджує З.Бжезинський, – стає технотронним суспільством – суспільством, яке в культурному, психологічному, соціальному та економічному планах формується під впливом техніки та електроніки та особливо розвинене в галузі комп'ютерів та комунікацій» [187, с. 3]. Технотронна революція накладає свій відбиток на характер образного сприйняття дійсності: руйнуються традиційні зв'язки в родині та між поколіннями, громадське життя фрагментується, незважаючи на зростаючі тенденції до глобальної інтеграції. Чи не найголовнішу роль у цьому процесі відіграють засоби комунікації, особливо такі високотехнічні, як телебачення, та, звісно, Інтернет. Ця революція, на думку автора концепції,має не локально-територіальний, а глобальний характер та свідчить

про деідеологізацію людини, яка завдяки новим аудіовізуальним засобам зв'язку отримує можливість обирати власний шлях в житті, орієнтуючись лише на свої уподобання. Концепції «кінця ідеології» притримувались також С.Ліпсет та Р.Арон. Сутність концепції полягає в тому, що «за умови науково-технічної революції й зростання темпів економічного розвитку відбувається підвищення рівня життя людей, що призводить до зниження інтересу й зменшення кількості прибічників певної політичної ідеології» [100, с. 223].

Спиняючись окремо на аспекті деідеологізації, слід зазначити, що як і будь-яка інша концепція змін у суспільстві, концепція інформаційного суспільства легко піддається будь-якій політичній трактовці. Так, наприклад, відомий російський соціолог Д.Іванов, який розробляє концепцію віртуалізації суспільства, стверджує, що з політичної точки зору існують як гранично «праві», так і гранично «ліві» підходи до розуміння процесів глобалізації, модернізації суспільства, його інформатизації та віртуалізації [79, с. 4]. Прихильники «правого» погляду асоціюють ці процеси з розвитком свободи, рівності, братерства, поглибленням лібералізації та демократизації суспільства. Для «лівих» існує інший асоціаційний ряд, вони оперують такими поняттями, як «поглиблення експлуатації», «нерівність» «колонізація».

Залежно від точки зору різних дисциплін та певних підходів різниться трактування сучасного стану інформаційного суспільства. Н. Лукіна пропонує виділити суспільно-формаційний (суспільно-діяльнісний), системно-функціональний підхід та доктрину постмодернізму [103].

Суспільно-формаційний підхід має під собою підґрунтя марксистської традиції, яка при поєднанні з деякими західними методологічними основами може виявитись дієвим інструментом аналізу сучасного суспільства. Так, згідно з марксистською традицією сучасний етап розвитку суспільства можна назвати постекономічним, оскільки замість специфічних трудових мотивів у центрі уваги з'являється синтетичний тип активності, який може бути

означеним як творчість, а соціологічні закономірності замінюються на особисті зв'язки та взаємовідносини. Таким чином суб'єктивні характеристики індивідів все більше залежать від рівня його внутрішньої свободи, а не від суспільних відносин.

З точки системно-функціонального підходу суспільство є собою цілісною системою, що самоорганізується, причому функція явно домінує над структурою. Основною функцією такого суспільства на думку Н.Лумана, є комунікація, яку розуміють як визначальну соціальну операцію.

На думку Н.Лукіної, останніми роками на статус найбільш досконалої соціальної доктрини претендує постмодернізм з такими його представниками, як З.Бауман, Ж.Бодрійяр, Ф.Ліотар. Визначення сучасного етапу історії як «постмодерніті» зазвичай асоціюють з ідеями постмодернізму – широкої інтелектуальної течії, що виникла на хвилі соціальних трансформацій 60-х років. Поняття «постмодерніті» виникло у прагненні продемонструвати відмінність нового, майбутнього стану суспільства від теперішнього. Серед переваг цієї доктрини можна назвати увагу до радикальних змін у соціальних відносинах сучасності порівнянно з традиційним масовим суспільством; констатацію зниження можливості прогнозування розвитку як окремих особистостей, так і всього соціуму в зв'язку з невизначеністю напрямку суспільного прогресу; різкого підвищення ролі індивідуальної свідомості та поведінки. Орієнтація на вивчення ролі і місця людини в суспільстві, а також на ставлення особистості до інститутів та форм цього суспільства дозволила теорії постмодернізму глибоко проникнути у сутність явиш, що відбуваються на соціопсихологічному рівні. Постмодерністи, як зауважує В.Іноземцев, ближче за всіх підійшли до проблеми обумовленості сучасного виробництва і сучасної соціальної структури не стільки об'єктивними факторами та конкретними діями людини, скільки суб'єктивними обставинами та системою знаків, статусів та стимулів, що визначають її дії [81, с. 8].

Система знаків, статусів та символів в сучасному суспільстві є

переважно продуктом роботи засобів масової комунікації. На думку Г.М.Маклюена, за допомогою телекомунікацій, мас-медіа та комп'ютерів електрика немов би продовжує центральну нервову систему повного взаємозв'язку всього з усім та утворення «глобального селища» [186].

У процесі розвитку теорій постіндустріалізму, як зазначає В.Іноземцев, з'явились два основних підходи: одна частина авторів прагнула підкреслити відмінність нового технологічного суспільства, що зароджувалось, від традиційних західних формацій, чим і було зумовлене використання префіксу «пост -»; інші ж вважали за потрібне формулювати позитивні визначення нового ладу за допомогою акцентуації однієї чи декількох його найбільш на їх думку характерних ознак [80, с. 18-22].

Так, представники першого підходу відстоюють власне теорію постіндустріалізму з відтінками технологічного детермінізму. Мова йде і про постіндустріальний капіталізм, постіндустріальний соціалізм і навіть екологічний постіндустріалізм та ін. Основною ідеєю цієї концепції є різка відмінність нового типу соціуму від того, що домінував протягом останніх століть, що виражається у зменшенні ролі матеріального виробництва, у розвитку сфери послуг та інформації, у модифікації соціальної структури та характеру взаємовідносин у суспільстві.

Конкретизуючи визначення постіндустріального суспільства Д.Белл вказує на ряд ознак як на його системні характеристики: заміщення виробництва матеріальних благ виробництвом послуг, домінування в структурі зайнятості висококваліфікованої робочої сили, підкреслення значущості теоретичних знань як основного джерела новацій, орієнтація на майбутнє, що вимагає контролю за розвитком технологій, розробка нових концептуальних схем прийняття рішень. У політичному житті нове суспільство за Д.Беллом передбачає виникнення нового класу політичних діячів, які будуть грати роль консультантів чи експертів [187, с. 9-10].

Інша частина дослідників намагаються визначити новий стан суспільства шляхом аналізу його складових, причому далеко не завжди ці

складові безпосередньо визначають суспільство як єдине ціле. Відомо, що таким чином одночасно в США та Японії Ф.Махлупом та Т.Умесао був введений у науковий обіг термін «інформаційне суспільство». Далі теорія інформаційного суспільства почала активно розроблятись такими вченими, як М.Порат, та М.Рубін, Й.Масуда, Т.Стоуньєр, Р.Катц. Вводились і підтримувались такі поняття, як «knowledge society», технотронне суспільство. З того часу, як бурхливий розвиток сфери інформаційних продуктів та знань зробив її первісним сектором виробництва, самі знання та інформація, на думку дослідників, займають місце безпосередньої виробничої сили.

Українські вчені під інформаційним суспільством розуміють «своєрідний суспільний організм,… в основі якого лежить раціональне використання інформатики та інформації в усіх основних сферах життя» [131, с. 341].

Зміни, що мають місце в сучасному світі, не вичерпуються економічною сферою. Необхідність пристосовуватись до нових умов життя викликає цілий ряд проблем, що стосуються як окремої особистості, так і суспільства в цілому, в тому числі і політичної його складової. Як відомо, однією з ознак сучасного суспільства вважається стрімкий розвиток комп'ютерних інформаційних технологій та комунікаційних систем. У результаті у користувачів комп'ютерних мереж та Інтернету виникає цілий ряд абсолютно нових, пов'язаних з глобальною інформаційною сферою, очікувань, інтересів, мотивацій та стимулів, потреб та психологічних настанов. З'являються нові форми психологічної та соціальної активності, що безпосередньо пов'язані з інформаційно-комунікаційним простором, тож і політична соціалізація в інформаційному суспільстві відрізняється деякими особливостями.

Умови становлення інформаційного суспільства в Україні вимагають підвищеної уваги до мережі Інтернет, яка одночасно є і засобом масової комунікації, і глобальним інформаційним середовищем. Серед останніх

публікацій, присвячених проблемі взаємозв'язку політичної комунікації та Інтернету слід виокремити дисертаційну роботу О.Маліса «Розвиток Інтернету як комунікативного засобу та його вплив на діяльність політичного процесу в Україні. Важливим є доведення О.Малісом положення про Інтернет як «потужний інформаційно-пропагандистський засіб здійснення політичної діяльності, який фактично поєднує функції телебачення й друкованих видань» [105]. Автор констатує, що «можливості забезпечення оперативності публікації інформації при практично необмежених обсягах і незначних витратах на поширення, доступність для користувача, мультимедійні можливості, візуалізація й інтерактивність перетворюють Інтернет на наймогутніший інструмент політики» [105]. У контексті нашого дослідження науково підтверджені характеристики Інтернету як впливового засобу політичної комунікації мають велике значення для подальшого визначення та обґрунтування його як пріоритетного агента політичної соціалізації в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні.

Актуальні проблеми впливу Інтернету на політичну свідомість досліджувала Г.Осика в дисертаційній роботі «Електронні джерела політичного впливу: форми маніпулювання свідомістю та засоби їх обмеження». У роботі розкрито специфіку використання електронних джерел як засобу масової комунікації у політичній практиці та можливості маніпулювання свідомістю за допомогою електронних джерел. Евристичну цінність для осмислення специфіки формування політичної свідомості засобами масової комунікації в умовах становлення інформаційного суспільства має положення про перспективність використання електронних джерел як засобу масової комунікації у політичній практиці, що буде поширено і розкрито в нашій роботі у контексті політичної соціалізації особистості. Важливим для нашого дослідження є також положення про існування та розвиток різноманітних форм політичної маніпуляції в українських електронних джерелах, оскільки маніпулятивні впливи призводять до десоціалізації, соціалізації у викривлений світ [117].

Отже, дослідження процесу політичної соціалізації відбувається в рамках політичних, педагогічних, психологічних та соціологічних наук. Більшість дослідників приділяють увагу аспектам політичної соціалізації молоді. Не підлягає сумніву тісний взаємозв'язок між політичною культурою та політичною соціалізацією, причому остання є засобом формування першої. Важливим об'єктом наукової уваги є вплив засобів масової комунікації на політичну свідомість особистості, але означений вплив у контексті політичної соціалізації розкритий недостатньо. Викликає науковий інтерес дослідження впливу ЗМК на політичну соціалізацію, роль Інтернету у політичній комунікації.

Як загальнотеоретичні підходи традиційно використовуються структурний функціоналізм, інтеракціонізм та когнітивістський підхід. Вплив ЗМК на політичну соціалізацію розкривається через концепції встановлення порядку денного, спрямування уваги аудиторії та використання стандартних форм.

У нашому дослідженні означені теоретико-методологічні підходи доповнюються масовокомунікаційною теорією ефектів та використанням плюралістичної теорії поведінки людини П.Сорокіна для розкриття механізмів впливу засобів масової комунікації на політичну соціалізацію особистості.

Поняття ефекту є одним з основних в теоріях масової комунікації. Головним завданням дослідників ЗМК було виявити, чи можуть засоби масової комунікації впливати на окрему особистість та суспільство в цілому; яким чином буде здійснюватись такий вплив, якими будуть його результати. Більшість соціологічних досліджень проблем масової комунікації були спрямовані на пошуки ефектів масової комунікації, наслідків, до яких вона призводить, для особистості та суспільства, адже комунікація, безсумнівно, є соціальною за своєю природою, сама передача повідомлення не є достатньою умовою для комунікації. Таким чином, природа та наслідки ефектів комунікації були центральною проблемою всіх досліджень медіа.

Найзагальніше розуміння терміну «ефект» подано в «Енциклопедичному словнику» [204, с. 919-920]. Поняття «ефект» подано в кількох значеннях:

- як результат, наслідок яких-небудь причин, дій;
- як засіб для створення певного враження, ілюзії чого-небудь;
- як фізичне явище;
- як враження на кого-небудь.

Слід зазначити, що всі ці значення підходять до визначення ефектів масової комунікації, якщо ефект (як фізичне явище) розглядати як «фізичний подразник» за П.Сорокіним [154].

На думку професора В.Різуна, масовокомунікаційним ефектом вважається будь-який результат масового впливу; визначаються ж масові ефекти через вивчення реакцій мас на впливи комунікантів [147].

Розповсюдженим є визначення ефекту, як наслідку процесу комунікації, при якому у свідомості людини відбувається те, чого не було б без акту комунікації. Такий аспект розгляду питання підкреслює необхідність вивчення трансформацій в оцінках, настановах людей, що виникають під впливом масової комунікації, але акцент на свідомості робить подібне визначення дещо одностороннім, адже зміни відбуваються і у поведінці, і в емоційному, і навіть у фізіологічному стані людини.

Враховуючи вищесказане, на нашу думку, методологічно правильним при вивченні соціалізаційних ефектів масової комунікації буде звернутись до плюралістичного підходу до розуміння поведінки людини, який пропонує П.Сорокін.

Так, за твердженням П.Сорокіна, «поведінку людей і хід суспільного життя не можна пояснити за допомогою однієї умови. Ці явища надто складні, вони залежать від багатьох умов. Тому й пояснювати їх слід не за допомогою однієї умови, а багатьох умов і факторів» [154, с. 73]. Враховуючи те, що людина є матеріальною масою, а отже, підпорядковується законам фізики і хімії; організмом, який підпорядкований біологічним силам, що керують живою природою; та наділена свідомістю і

психікою, живе в оточенні інших людей, що означає залежність від психічних законів і необхідність корегувати свою поведінку відповідно до соціальних законів. П.Сорокін пропонує звести усю сукупність умов, що впливають на поведінку людини, до трьох груп впливу (за його термінологією «основних розрядів»):

- космічних,
- біологічних,
- соціально-психічних.

На думку вченого, залежність від космічних сил (клімат, географічні умови, зміна пори року, часу доби, погода), сукупність яких утворює космічне середовище), визначає як поведінку окремої людини, так і хід суспільного життя.

Біологічні потреби, що є спадковими та властиві всім живим організмам, також є доволі сильними факторами поведінки людей. До них належать: задоволення голоду і спраги, розмноження, самозахист, рух, груповий самозахист, сон і спокій, вивільнення залишків енергії та ін. До біологічних потреб належать подразники з боку тваринного або рослинного світу, біологічна спадковість та набуті під впливом середовища властивості, а також біологічний механізм утворення умовних рефлексів.

М. Лукашевич звертає особливу увагу на те, що переважна більшість з наведених потреб використовуються в передачах і програмах ЗМК для їх актуалізації і використання як стимулів щодо мотивації тієї чи іншої поведінки (споживацької, розважальної, ігрової та ін.), а також навіювання певних емоційних станів [102, с. 130]. До того ж наявність у людей знань щодо впливу на їх поведінку тих чи інших космічних або біологічних факторів теж значним чином залежить від форми та обставин подачі інформації засобами масової комунікації.

Соціально-психічні фактори поведінки складаються з власне психічних, зокрема ідей, почуттів-емоцій та волінь, і соціальних, які є комплексом матеріальної культури, духовної атмосфери соціального

середовища, фінансових факторів, традицій та ін. Особливістю цієї групи факторів є те, що на відміну від біологічно-космічних, які людина сприймає як такі, що обмежуючі свободу поведінки, дія соціально-психологічних факторів сприймається як розширення власної свободи, адже людина, поводячи себе відповідно до її ідей та бажань, вважає, що діє «вільно».

На процес політичної соціалізації, як і на процес соціалізації загалом, впливає уся сукупність факторів. Активне їх використання ЗМК допомагає ретранслювати певні ідеї, впроваджувати у суспільну свідомість образи політичного світу, реальні чи викривлені, формувати певні ставлення щодо політичних акторів та подій, нав'язувати негативні чи позитивні почуття щодо подій, фактів, груп людей, національностей та держав, збуджувати політичну активність та, навпаки, гальмувати її, наприклад підмінюючи реальні цілі нездійсненними воліннями.

Виходячи з вищесказаного, логічним, на наш погляд, буде наступне визначення ефектів масової комунікації.

Ефекти масової комунікації це наслідки фізіологічного, психічного, соціального характеру, що відбиваються на свідомості, емоціях, здоров'ї та поведінці окремих індивідів, груп, спільнот та суспільств під впливом процесу масової комунікації та відсутні без акту комунікації.

Соціалізаційні ефекти масової комунікації − це наслідки фізіологічного, психічного, соціального характеру, що відбиваються на результатах становлення політичної поведінки особистості та прояву політичної активності, засвоєння цінностей, знань, рольових зразків, які дозволяють адаптуватися до політичного життя суспільства.

У типології ефектів масової комунікації, запропонованої М. Назаровим, соціалізаційні ефекти масової комунікації знаходяться серед довгострокових незапланованих ефектів. Ми можемо це побачити на рис. 1.1[112, с. 88-89].



Рис. 1.1 Типологія ефектів масової комунікації

Існує значна кількість методологічних підходів до наукового обґрунтування ефектів масової комунікації. Так, Н. Костенко виділяє як критерій роль в концепціях поняття «масове суспільство», значення якого в тій або іншій теорії одночасно означає ступінь впливовості ЗМК на суспільство. Ідеї як всемогутності мас-медіа, так і їх обмеженого впливу розроблялись практично одночасно, популярність тієї чи іншої теорії залежала від розвитку тієї чи іншої наукової школи. Більш детально основні теорії масової комунікації були розглянуті в підрозділі 1.1, тож перелічимо ключові моменти кожної з них, що стосуються безпосередньо ефектів масової комунікації.

Теорії першого етапу представляли ефекти медіа на основі відомого біхевіористського принципу «стимул-реакція». Згідно з ними ефектом мас-медіа є специфічна реакція «атомізованих» індивідів на специфічні стимули.

Теоретики другого етапу, відійшовши від простої схеми «стимул-реакція» одночасно залишили і ідею про всеохоплюваність та всезагальність ефектів медіа. Ефекти медіа визнали обмеженими. Була створена «парадигма ефектів мас-медіа», згідно з якою відповідно до формули Г. Лассуела вплив комунікатора

диференціюється залежно від змісту повідомлення, каналу трансляції, диспозицій та очікувань аудиторії.

Дослідження в цьому напрямку продовжила група американських соціологів під керівництвом К. Ховленда, які дійшли висновку, що психологічна структура індивіда має значення при оцінюванні впливу мас-медіа. В той же час П. Лазерсфельд та Дж. Клеппер зробили висновок, що ЗМК можуть підсилювати настрій та переконання реципієнтів, але не в змозі змінювати їх кардинально [8, с. 6].

Згодом з'являється поняття «лідерів думки», які, будучи найбільш інформованою частиною суспільства, розповсюджують отриману з медіа-джерел інформацію шляхом міжособистісних контактів. Ця концепція відкидає тезу про атомізованість та соціальну ізольованість індивідів і концентрує увагу на процесах сприймання і уваги та реакції у вигляді сприйняття и несприйняття впливу в ході комунікації. Серед переваг концепції – врахування складного соціального контексту в оцінюванні ефектів масової комунікації, серед недоліків – дихотомічний поділ на пасивних і активних реципієнтів, який насправді не може бути реалізований у реальному житті.

Для третього етапу вивчення ефектів медіа характерним є синтез напрямів дослідження, факторів змісту повідомлення та індивідуальних характеристик реципієнтів. Багато з теорій актуальні і зараз, такі, наприклад, як «встановлення порядку денного», яка базується на тезі, що вплив ЗМК на суспільну думку визначається в більшій мірі висвітлюваними в ЗМК темами, а отже комунікатор, висвітлюючи одні та замовчуючи інші події, має можливість формувати суспільну думку, створюючи коло проблем, обговорюваних у медіа, широко знайомих аудиторії і, як наслідок, таких, що вважаються суспільно важливими. Ефект цього підходу підсилюється при врахуванні аудиторії, на яку розраховане формування «порядку денного». Коло «суспільно значущих» питань, яке встановлюють ЗМК, створює у свідомості людини певний образ дійсності, в тому числі і стосовно подій політичної сфери. Сприйняття цього образу як реального стану речей, вироблення власного ставлення до нього,

корегування дій і вчинків відносно нього − всі ці процеси мають безпосереднє відношення до процесу політичної соціалізації.

Наступна концепція, що отримала емпіричне підтвердження, − концепція «спіралі замовчування» Е. Ноель-Нойман, згідно з якою більшість людей прагне уникати ситуацій, коли лише їм одним необхідно поділяти певні установки та уявлення [115]. Якщо, вивчаючи своє оточення, індивід дізнається, що підтримувані ним установки є малопопулярними, то скоріше всього він не буде виказувати їх відкрито, побоюючись залишитись у ізоляції. Така ситуація стимулює появу спіралеподібного процесу, коли одна точка зору, яку підтримує більшість, починає виражено домінувати над думкою меншості, тим самим змушуючи все більшу кількість людей приховувати свою справжню думку. Важливою складовою цього процесу є мас-медіа. Саме вони визначають домінуючу на сьогодні точку зору. Паралельною "рушійною силою" цього процесу є оточення індивіда. Якщо людина не виражає своєї думки, то є підстави думати, що так само поводиться і її найближче оточення. Це в свою чергу сприяє домінуванню ролі ЗМК та поширенню їх сфери впливу. За таких обставин дуже складним є завдання формування демократично орієнтованої особистості, яка здатна відстоювати власні соціально-політичні інтереси та права, володіє розвиненою політичною свідомістю та високою політичною культурою, бере активну участь в політичному житті, що і є метою політичної соціалізації.

Концепція «інформаційного дефіциту» базується на твердженні, що при збільшенні потоку інформації в соціальній системі здатними сприйняти її здебільшого будуть особи освічені, з високим соціальним статусом. Таким чином, збільшення кількості інформаційних потоків у суспільстві призводить не до зменшення диференціації за обсягом знань між різними соціальними групами, а навпаки, до її збільшення, сприяючи тим самим поглибленню соціальної нерівності. Ця концепція, на нашу думку, тісно пов’язана з розвитком теорій інформаційного суспільства, із властивою багатьом з них тезою: хто володіє інформацією, той володіє світом. Взаємозалежність

доступу до інформації і знань та соціального статусу зображена на рис. 3.2.

Роль засобів масової комунікації у виникненні розриву між різними соціальними класами у доступності знань та інформації подвійна. З одного боку, зазвичай більш привілейовані групи мають вищий рівень освіти, та, як наслідок, віддають перевагу більш інформаційно насиченим каналам інформації, при цьому, окрім бажання, існує і фінансова можливість використовувати такі канали.

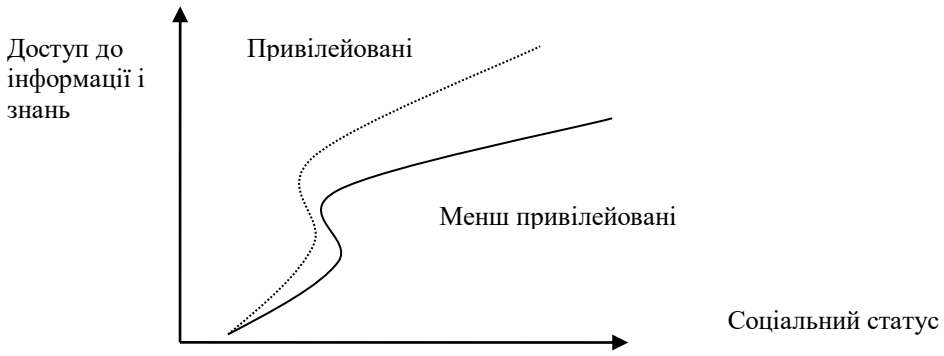


Рис. 3.2 Взаємозалежність доступу до інформації і знань та соціального статусу [102, с. 149]

Політична соціалізація такого прошарку суспільства відбувається на якісно іншому рівні, ніж основної маси населення. Таким чином поглиблюється прірва між різними соціальними групами. Однак слід зауважити, що на процес поглиблення інформаційної дистанції впливають і інші фактори, багато з них суб'єктивні, зокрема рівень мотивації, ступінь зацікавленості, риси характеру індивіду, рівень оцінки особистістю значимості конкретного типу інформації. Подібний процес, на нашу думку, може сприяти формуванню прошарку еліти як поняття в руслі концепції плюралізму еліт, розуміючи під елітою структуру, яка самооновлюється за рахунок найбільш талановитих, активних та здатних представників мас, тобто тих, політична соціалізація яких пройшла ефективно.

Оскільки засоби масової комунікації впливають як на політичну соціалізацію як окремого індивіда, так і суспільства в цілому, очевидно, що ці впливи будуть взаємозалежними, але будуть відрізнятись один від одного.

Тому виникла необхідність розглядати прояви соціалізаційних ефектів масової комунікації на двох рівнях: на мікрорівні та макрорівні.

На мікрорівні типологізація ефектів ЗМК була зроблена Р. Харрісом [184, с. 41-45] і основана на наступних чотирьох параметрах змін, що відбуваються у свідомості, поведінці та фізіології людини: поведінкові, настановні (зміни установок щодо певних подій, політичних діячів, інших груп людей), когнітивні (світоглядні зміни) та фізіологічні (прискорення чи затамування дихання, серцебиття, реакцій шкірних покровів та сексуальні реакції).

Ця типологія є досить поширеною, але ми підтримуємо точку зору, що вона не дає системного уявлення про соціальні механізми проявів ефектів мас-медіа на мікрорівні [112, с. 159-160] та не може пояснити особливе місце, що його займають ЗМК у переліку соціально-психологічних чинників, які можуть впливати на політичну соціалізацію людини. Значні евристичні можливості у поясненні цього факту криються у теорії плюралістичної поведінки людини П. Сорокіна, на яку ми спираємось у дослідженні соціалізаційних ефектів ЗМК.

1.3. Принципи, методи і категоріальний апарат дослідження

Принципи, методи і категоріальний апарат в сукупності і взаємодії утверджують методологію нашого наукового дослідження. Така позиція ґрунтується на визначенні методології політичної науки, яке домінує в сучасних політологічних джерелах. Зокрема, в «Політологічному енциклопедичному словнику» методологія політичної науки (гр. – methodus – шлях і logos – слово, поняття, вчення) – розуміється як система принципів і засобів побудови політичних теорій, різних рівнів систематизації політичного знання, а також емпіричних досліджень на рівні конкретного (політичного) аналізу [130, с. 198]. В.Бебик зауважив нетотожність понять «методика» і методологія», під методикою політологічного дослідження

розуміючи «арсенал аналітичних методів вивчення й аналізу певних аспектів функціонування політичної сфери суспільства», а під методологією – «сукупність пізнавальних принципів дослідження, що є фактично технологіє використання цих методів» [28, с. 134]. Можна погодитись з Ю. Сурміним, який, розглядаючи структуру методології науки, зазначає, що «методологія інтегрує в собі категорії, принципи, норми, цінності, парадигми, теорії і методі в певну цілісну систему, яка має диференціацію за основними видами діяльності та об'єднує їх в цілісність [170, с. 25].

У сучасній українській політології підкреслюється велике значення міждисциплінарного підходу, «який сприяє посиленню процесів інтеграції і кооперації гуманітарних наук», оскільки «діяльність «людини політичної» потребує не тільки політичного, а й соціологічного, економічного, правового аналізу» [100, с. 20]. Принцип методологічного плюралізму, якого ми намагатимемось дотримуватись, базується на розумінні амбівалентності феноменів політики. Залежно від ракурсу дослідження одні й ті ж предмети та явища можуть отримувати зовсім різні пояснення. Разом з тим із сукупності теоретичних конструкцій, методологічних схем, підходів та концептуальних шкіл складається цілісне уявлення про сутність політичних явищ та процесів. Складність політичної реальності визначається значною кількістю факторів, які її детермінують. Так, у «Філософії політики» за редакцією В. Андрущенка детермінантами політики визначаються «економічні інтереси або інтереси власності, а також інтереси певних соціальних груп щодо їх захисту та збереження» [182, с. 109]. Але, як цілком справедливо зазначають В. Бабкін та О. Бабкіна, політична реальність не є лише пасивним відображенням економічних та інших «об'єктивних» процесів, велику роль у ній відіграють люди з їх уявленнями, ідеями, намірами та діями [100, с. 23]. Дійсно, соціально-психологічні фактори займають окреме місце у комплексі детермінантів політики. Складно визначити, чого більше в цьому впливі – раціональності, що є результатом діяльності людського розуму, чи ірраціональності, що з'являється в

результаті зіткнення суб'єктивних інтересів людей, їх особливі психологічні характеристики. Отже, слід погодитись, з думкою авторів «Філософії політики», що людина є центральним суб'єктом політики [182, с. 111]. Цим обумовлюється використання комплексу філософських, загальнонаукових та політологічних методів дослідження.

Так, за допомогою гносеологічного підходу було визначено основні наукові підходи до вивчення засобів масової комунікації в контексті політичної соціалізації, розкрито теоретичну основу сучасних уявлень про політичну соціалізацію як чинник формування політичної культури.

Аксіологічний підхід, який пропонується розглядати «не як вияв суб'єктивізму та підміну наукового погляду на політичну дійсність, а як спосіб оцінити ті чи інші результати з позицій добра і зла – граничних диспозицій людського буття в аспекті моральних принципів та вибору» [131, с. 475], дозволяє працювати з поняттям «цінностей» при дослідженні політичної соціалізації як процесу засвоєння політичних цінностей, норм та правил поведінки, формування самостійної, політично активної особистості, яка здатна формувати та відстоювати свою життєву позицію. У межах аксіологічного підходу можна розглядати впливи ЗМК на політичну свідомість як позитивні та негативні, такі, що сприяють розвитку особистості, та такі, що ведуть до деградації.

Серед основних методологічних принципів політичної науки сучасні українські політологи виділяють принцип об'єктивності, принцип історизму, принцип соціального підходу [100, с. 24]. Вони і є основними методологічними принципами нашого дослідження. Так, принцип об'єктивності вимагає вивчення об'єктивних закономірностей, якими визначаються процеси політичного розвитку, причому кожне явище розглядається як багатогранне і суперечливе [100, с. 24]. Багатогранність та суперечливість функціонування сучасних засобів масової комунікації не викликає сумніву, це підтверджує хоча б існування майже 250 різних теорій та концепцій комунікації [206, с. 31]. Розглядаючи мас-медіа в царині

політичної діяльності, важко обійтись без розуміння економічних, соціальних, географічних та інших детермінантів їх діяльності, або, згідно з теорією П.Сорокіна, космічних, біологічних та соціально-психологічних факторів. Своїми суперечностями, які будуть розкриті в роботі відзначається і таке багатогранне явище як політична соціалізація особистості. Позитивні і негативні аспекти впливів ЗМК на політичну соціалізацію особистості мають бути визначені в роботі згідно з принципом об'єктивності.

Принцип історизму «передбачає розгляд фактів і політичних явищ у конкретно-історичній обстановці, у взаємозв'язку та взаємозумовленості, з урахуванням розстановки та політичної орієнтації соціальних, національних груп, верст, громадських організацій» [100, с. 24]. Розглядаючи вплив ЗМК на політичну соціалізацію в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні, доводиться свідомо обмежувати рамки дослідження саме цими конкретно-історичними обставинами, особливість яких полягає, з одного боку, в переході України від тоталітаризму до демократії, з іншого, у зародженні та формуванні інформаційного суспільства. Згідно з принципом історизму вплив вітчизняних ЗМК на політичну свідомість та поведінку досліджується з урахуванням реальної розстановки політичних та бізнесових сил, а не як нормативно-ідеалістичні конструкції.

Принцип соціального підходу, на який слід зважати при дослідженні складних політичних процесів, має важливе значення при оцінці програм та політичної діяльності партій та політичних лідерів, оскільки дає змогу «зіставити класові інтереси із загальнолюдськими, дати оцінку впливу класових сил і партій на розвиток політичних інтересів, їх відповідність інтересам народу і співтовариства в цілому» [100, с. 25]. Керуючись принципом соціального підходу, слід уникати різкого «протиставлення загальнолюдських, національних і класових ідеалів і цінностей», особливо в дослідженні засобів масової комунікації, які пропускають через себе різноманітні ціннісні конструкції, можуть бути як інструментом впровадження тих чи інших ідей, так і засобом створення інформаційних

полів для самостійного пошуку.

Проблема взаємозв'язку теоретичного та практичного є суттєвою для всіх політологічних досліджень. Оскільки політична практика є «джерелом політичного пізнання, його рушійною силою і критерієм істинності наукових положень» [100, с. 25], емпірична база дослідження має стати предметом теоретичних узагальнень, наслідком яких будуть практичні рекомендації щодо оптимізації впливів ЗМК на політичну соціалізацію особистості в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні.

Вивчення особистісних, соціально-психологічних та моральних компонентів політичного буття складає значну частину нашого дослідження, враховуючи вплив ЗМК на політичну свідомість та політичну поведінку людини. Суперечності між владою і волею, лояльністю до держави та виробленням власного активного підходу до світу політичного, які мають безпосереднє відношення до політичної соціалізації особистості, вимагають застосування діяльнісного підходу, який «дає змогу з'ясувати цілі, способи, засоби, результати і якості основних елементів політичної діяльності» [100, с. 25], розглядаючи політичне життя в динаміці. Не викликає сумніву, що суперечності взагалі є джерелом і рушійною силою політичних процесів, адже «через взаємодію суперечливих політичних факторів реалізуються закони політичного життя» [100, с. 24]. Як діяльність ЗМК, так і політична соціалізація в сучасній Україні пронизані суперечностями: між нормативними вимогами до виконання ЗМК їх функцій і реальними соціально-економічними умовами їх існування, між старими та новими цінностями та нормами, між лояльністю до держави і виробленням своєї політичної позиції та іншими.

Одним із важливих методів у політичній науці є діалектичний метод, який має на увазі необхідність врахування впливу економічної сфери на політичну. Звісно, на політичні процеси впливає не лише економіка, є історичні, культурні, моральні, духовні та інші чинники. Але не можна не визнавати, що економічні умови діяльності засобів масової комунікації в

сучасній Україні здійснюють дуже великий вплив на виконання ними їх функцій, зокрема функції політичної соціалізації. Діалектика розглядає явища «в єдності і боротьбі протилежностей, у постійному розвитку та оновленні, у співвідношенні етапів та революцій. Історичне тлумачення політичних явищ дає змогу зрозуміти логіку їх розвитку, змін і перетворень» [100, с. 24]. Використання законів діалектики, під якими розуміють «категорії, які розкривають суттєві, стійкі, повторювані, внутрішні, об'єктивні, необхідні зв'язки між об'єктами, процесами і явищами» [97, с. 36], у процесі дослідження впливів ЗМК на політичну соціалізацію дозволяє наблизитись до більш повного розуміння феномену. Використання закону єдності і боротьби протилежностей обумовлюється стихійним і цілеспрямованим вимірами політичної соціалізації особистості, такі ж виміри мають і впливи ЗМК. Особливо яскраво цей закон розкривається у комунікативній складовій ефективності політичної соціалізації при виявленні двох полюсів ефективності ЗМК, коли наближення до полюсу абсолютної довіри є одночасно і показником ефективності ЗМК як агента політичної соціалізації, і невдачі самої соціалізації, оскільки означає, що людина не має власної позиції. Закон переходу кількісних змін у якісні пояснює характер розвитку будь-якого явища чи феномену. Розкриває він і характер впливу засобів масової комунікації на політичну свідомість особистості. У дії цього закону можна знайти підтвердження правомірності використання теорії культивації Дж. Гербнера у нашому дослідженні, згідно з якою багаторазовий вплив ЗМК протягом тривалого часу змінює уявленні людини про оточуючу дійсність та соціальну реальність. Закон заперечення заперечення має справу зі спадкоємністю, обумовлює прогресивний характер розвитку, виражає перехід на новий, вищий етап з утриманням, збереженням всього позитивного змісту пройдених ланок. За допомогою цього закону в роботі розкриваються концептуальні підходи до сутності та змісту політичної соціалізації, і одним з сутнісних моментів політичної соціалізації взагалі є спадкоємність політичних традицій, їх творче опрацювання в свідомості

людини та становлення політично поінформованої, компетентної та активної особистості.

Істотним моментом діалектичного методу вважають системний підхід, змістом якого є «філософські уявлення про цілісність об'єктивного світу, співвідношення цілого і частин, про взаємодію системи з середовищем, загальні закономірності функціонування і розвитку систем; про структурованість кожного об'єкта, активний характер діяльності суб'єктів соціально-політичних систем» [132 с. 21]. Системний підхід дозволяє розглядати ЗМК та процес політичної соціалізації у їх взаємному зв'язку та взаємодії з оточуючим середовищем. За допомогою системного підходу було проаналізовано засоби масової комунікації, до яких традиційно відносять телебачення, радіо, пресу та знедавна Інтернет, доведено присутність їх впливу на всіх етапах політичної соціалізації, яка, на нашу думку, є процесом, що триває все життя. З ним тісно пов'язаний структурно-функціональний аналіз, в межах якого в нашій роботі розглядаються функції політичної комунікації, політичної соціалізації, ЗМК та політичної культури у цілісній єдності, але з урахуванням власної структури кожного з елементів.

Як зазначають сучасні українські політологи, набуває поширення і синергетичний підхід, «викликаний необхідністю вивчення систем, що саморозвиваються» [131, с. 667] та базується на «ідеї нелінійності та застосування міждисциплінарних досліджень» [132, с. 20]. В. Горбатенко визначає синергетику як «галузь наукового знання, в якій засобом міждисциплінарних досліджень виявляються загальні закономірності самоорганізації, становлення стійких структур у відкритих системах» [52, с. 29]. Синергетичне бачення світу, зазначає вчений, пропонує погляд на суспільство «як на систему, якій властиві взаємопроникнення, відкритість, самоорганізація, наявність асиметричних структур, нерегулярність зв'язків і функціональна нестабільність» [52, с. 30]. У безпосередньому колі проблем, на вирішення яких спрямований синергетичний підхід, є і «ступінь впливу інформаційних технологій і засобів масової інформації на суспільну

свідомість», а також «місце та роль особистості у соціально-політичних процесах» [52, с. 30]. Дослідження антропосоціокультурних систем, в яких «складність будови не тільки помножена на складність розвитку, а остання ще й породжується свідомо-цілеспрямованою діяльністю людини» [132, с. 20], є одним із варіантів використання цього підходу. Аналіз джерел дійсно свідчить про зростаючу увагу до систем, що самоорганізуються. Як таку систему розглядають і мережу Інтернет. Враховуючи значну увагу, що приділена в нашому дослідженні Інтернету як одночасно і чиннику політичної соціалізації, і середовищу, в якому ця соціалізація проходить, застосування синергетичного підходу є виправданим у роботі.

Біхевіоризм як метод політичної науки використовується для визначення параметрів та чинників політичної поведінки. Оскільки одним із завдань роботи є визначення впливу вітчизняних ЗМК на політичну поведінку особистості, використання цього методу є оправданим. Використання опитувань громадської думки, яке стало поширеним в межах біхевіористського аналізу, дозволяють робити висновки щодо рівня відчуття політичної ефективності особистості, ступеня довіри населення до влади та до ЗМК, особливостей висвітлення мас-медіа суспільно-важливих питань. Однак, як свідчать автори «Політологічного словника», «особливістю біхевіоризму як підходу є положення про неприпустимість у політології принципів та прийомів аксіології» [131, с. 473]. Але при дослідженні політичної соціалізації як чинника формування політичної культури неможливо обійтись без ціннісного аспекту, оскільки в рамках політичної соціалізації відбувається засвоєння саме політичних цінностей, норм і правил поведінки, що притаманні певній політичній культурі. До того ж, як зазначає В.Бебик, надмірне захоплення емпіричними дослідженнями за рахунок обмеження політичної теорії, яке властиве біхевіоризму, обмежує можливості його використання [28; 132]. Подолати обмеження біхевіористського аналізу в нашому дослідженні може допомогти політико-культурний підхід до вивчення ролі мас-медіа у формуванні політичної

свідомості особистості та його політичній соціалізації. Як відомо, одним із засновників політико-культурного підходу в політичній науці є Г. Алмонд, на думку якого існують два рівні дослідження політичної системи: інституційний та орієнтаційний; останній складається з пізнавальних, емоційних та ціннісних компонентів, що становлять політичну культуру [131, с. 474]. В. Бебик характеризує цей підхід як «поєднання методів соціології, соціокультурології, етнопсихології та новітніх методів дослідження соціальних та політичних настанов людей з метою досягти єдиного міждисциплінарного підходу» [28, с. 133].

Порівняльний метод у політології має недовгу історію існування, але його застосування є важливим, оскільки «сприяє усвідомленню проблем цілісного, взаємопов'язаного й суперечливого світу, орієнтує на пошук не лише відмінностей, а й спільних ознак» [132, с. 23]. Порівняння класичних мас-медіа (радіо, преса, телебачення) та «нових» медіа, до яких відносять Інтернет, дозволяє виявити особливості їх впливу на політичну соціалізацію особистості, виокремити тенденції у відображенні політичної дійсності на мікро та макрорівнях.

За допомогою історичного методу в роботі були проаналізовані історичні закономірності як розвитку самих ЗМК та їх концептуально-теоретичного відображення в соціологічній та політичній науках, так і наукові підходи до сутності політичної соціалізації. У контексті концепції інформатизації та медіатизації простежується місце та роль сучасних ЗМК у політичних процесах, зокрема в процесі політичної соціалізації.

Для нашого політологічного аналізу впливу ЗМК на політичну соціалізацію методологія політичної науки конкретизується і доповнюється методологією дослідження масової комунікації, яка, на думку В. Конєцкої, має трирівневу структуру: перший рівень – фундаментальні, загальнонаукові принципи, що складають власне методологію; другий рівень – принципи окремої науки, що лежать в основі теорії тої чи іншої дисципліни, наукової галузі; і третій рівень – система конкретних методів, що використовуються

для вирішення спеціальних дослідницьких завдань [91, с. 273-297]. У системі конкретних методів серед основних методів збирання інформації для дослідження масової комунікації в нашому дослідженні використано традиційний метод аналізу документів, що «передбачає отримання та використання інформації, зафіксованої у рукописних або друкованих текстах, на магнітних стрічках, кіноплівках, інших носіях соціальної інформації» [102, с. 287]. Український соціолог М. Лукашевич відзначає ще один метод, пов'язаний з аналізом документів, – метод «виявлення» (detection) [102, с. 288]. Мета цього своєрідного варіанту процедури аналізу змісту, розробленого Г. Лассуелом, − виявлення пропаганди певного типу в тих чи інших матеріалах. Використання цього методу можливе при розгляді маніпулятивних впливів ЗМК на свідомість особистості, що можуть привести до десоціалізації людини. Ще один соціологічний метод, результати якого використано в нашому дослідженні – метод соціологічного опитування, «метод одержання первинної соціологічної інформації, що ґрунтується на усному або письмовому зверненні до людей за допомогою анкети, наслідки якого важливі на емпіричному та теоретичному рівнях» [102, с. 289].

Спільними для соціології, соціології комунікації та політичної психології методами, які використовуватимуться в нашому дослідженні, є кореляційний аналіз, контент-аналіз та дискурс-аналіз. Під контент-аналізом в «Політологічному словнику» розуміється «переведення у кількісні показники масової текстової (або записаної на плівку) інформації» [131, с. 407]. Зміни у інформаційному просторі дають можливість додати до переліку джерел і Інтернет, в якому інформація може подаватись як текстуально, так і аудіовізуально. Існує тенденція головною смисловою одиницею контент-аналізу вважати певну соціально значущу тему, ідею. У рамках такого розуміння в нашому дослідженні розкриваються особливості висвітлення різними ЗМК ідеї європейської інтеграції. Дискурс-аналіз, який «спрямований на дослідження комунікативних процесів у політичному середовищі з точки зору їх співвідношення з політичною культурою, а також

з урахуванням особистісних характеристик політичних суб'єктів» [74, с. 25], дає можливість аналізувати прихований зміст масової комунікації. Кореляційний аналіз допомагає встановити зв'язок між випадковими змінними та оцінити його тісноту. Кореляційний аналіз використовується в дослідженні, щоб визначити, чи існує зв'язок між тональністю сприйняття українським суспільством європейських політичних цінностей та європейської інтеграції Україні з висвітленням цього процесу в різного типу ЗМК.

На нашу думку, без використання здобутків політичної герменевтики не обійтись при дослідженні політичної соціалізації та впливу на неї ЗМК. У політологічному словнику обґрунтовано правомірність використання політичної герменевтики в наступних випадках: «інтерпретація, виявлення значення та сенсу різних політичних текстів, […] виявлення причин та механізмів політичного впливу, дослідження механізмів виникнення, поширення та згасання політичних упереджень, залежності політичної психології та мислення від історії та ситуації; […] аналіз мотивації політичної поведінки, яка не ототожнюється з об'єктивною зовнішньої детермінацією, дослідження всіх проблем комунікації і діалогу; розробка ефективних і різноманітних шляхів політичної соціалізації…» [131, с. 140]. Оскільки, як бачимо, сфера застосування політичної герменевтики є надзвичайно широкою, були наведені лише ті напрями її використання, які мають безпосереднє значення для нашого дослідження. Спрямованість політичної герменевтики на тлумачення та пояснення політичних текстів – законів, програм, заяв, досліджень, статей та ін. – робить її незамінним інструментом дослідження проблем масової комунікації та політичної соціалізації.

Говорячи про основні поняття дослідження, слід, у першу чергу, говорити про людину, оскільки відомо, що *людина* є основною категорією усіх наук гуманістичного спрямування. Єдність соціального і індивідуального в людині становить її особистість, яка формується в процесі

соціалізації, а біологічні особливості відображаються на всіх життєвих процесах. Правильно буде розглядати людину в єдності її біологічних та соціологічних якостей. Поняття *соціалізації* як наукова категорія має не дуже довгу, але різноманітну історію вживання, пов'язану зі смисловою багатозначністю терміну, який створює досить складне поєднання наукового, етичного та політичного смислів. М. Головін відзначає існування двох традицій вживання цього поняття: політико-економічна та соціально-психологічна [51, с. 11].У політико-економічному розумінні соціалізація розуміється як усуспільнення власності. Соціально-психологічна традиція розуміє соціалізацію як «індивідуалізацію, набуття людиною унікального поєднання особистісних якостей, цінних для суспільства і для неї самої»[51, с. 16]. Погоджуючись з Г. Андреєвою, яка визначає соціалізацію як «двосторонній процес, який містить, з одного боку, засвоєння індивідом соціального досвіду шляхом входження в соціальне середовище, систему соціальних зв'язків, з іншого, – процес активного відтворення індивідом системи соціальних зв'язків за рахунок його активної діяльності, активного включення в соціальне середовище» [цит. за 76, с. 10], приймаємо це визначення як одне з базових понять дослідження.

Політична соціалізація в сучасній політичній традиції розуміється як процес, за допомогою якого людина залучається до певних політичних норм та цінностей, включає їх у свій внутрішній світ, формує свою політичну свідомість і культуру, об'єктивно та суб'єктивно готується до політичної практики (діяльності) і здійснює її протягом всього свого життєвого циклу [131, с. 677-678]. Політична соціалізація нерозривно пов'язана з *політичною культурою*, під якою сучасні українські політологи розуміють «частину загальної культури, яка формується і виявляється у процесі політичного життя; історично і соціально зумовлений продукт, який відбиває процес опанування суспільством, націями, класами, іншими соціальними спільнотами та індивідами політичних відносин, а також розвиток їх власної сутності і діяльнісних здібностей як суб'єктів політичного життя» [100, с.

165]. Взаємний зв'язок політичної соціалізації та політичної культури відбивається уже у їх визначенні та буде розкритий далі у роботі.

Під *інститутами соціалізації* розуміються соціальні інститути, які здійснюють процес соціалізації (навчальні заклади, партії, громадські організації, засоби масової комунікації тощо), *агентами соціалізації* прийнято вважати безпосередніх «провідників» соціалізуючого впливу (викладачів, активістів, громадських діячів, журналістів тощо) [120, с. 47].

Політичну комунікацію в дослідженні слід розуміти як «інформаційну взаємодію суб'єктів політики (політичних акторів), у процесі якої здійснюється обмін політичними ідеями, поглядами, моделями поведінки з метою здійснення конструктивного діалогу між владою і суспільством для досягнення збалансування соціально-політичної системи» [77, с. 34].

Засоби масової комунікації традиційно визначають як «спеціалізовані установи для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою технічного інструментарію» [25, с. 154]. До ЗМК належать телебачення, радіо, преса, інформаційні агентства, аудіо, кіно та відео-студії, масові довідники, інформаційно-комунікаційні мережі, зокрема Інтернет [100, с. 184].

Вплив ЗМК на політичну соціалізацію проходить через формування її *політичної свідомості*, під якою розуміють «опосередковане відображення політичного життя, формування, розвиток, задоволення інтересів і потреб політичних суб'єктів, а також сукупність поглядів, оцінок, установок, які відображають політично-владні відносини» [132, с. 316].

Термін «*інформаційне суспільство*» застосовують для позначення «особливого виду суспільної формації, пізніх різновидів постіндустріального суспільства та, водночас, нового етапу розвитку людської цивілізації» [206, с. 13].

Висновки до першого розділу.

Різні наукові школи у тісній залежності від загального рівня розвитку суспільства та конкретних історичних умов пропонували певні концепції, що пояснювали б роль ЗМК у суспільстві загалом та зокрема у його політичній системі. Прихильники теорій масового суспільства (Дж.Дьюи, М.Хоркхаймер, Т.Адорно, В.Беньямін, Г.Лассуел, У.Ліпман, Г.Маркузе) схильні перебільшувати вплив масової комунікації на суспільство, виходячи з граничної його атомізованості. ЗМК в цих теоріях розглядають як інструмент політичної і культурної домінації. З точки зору марксизму, неомарксизму та політекономічної теорії медіа вирішальними факторами, що визначають функціонування мас-медіа, є відносини ринку. Теорія гегемонії А.Грамши розглядає ЗМК як арену боротьби гегемонії пануючого класу та контр-гегемонії підкореного. Парадигма «ефектів» мас-медіа, яка виникла в рамках ліберально плюралістичної моделі розвитку суспільства (П.Лазарсфельд, Б.Берельсон, Е.Кац, Дж.Клаппер), обмежує вплив мас-медіа на суспільство короткочасними ефектами, які, однак, можуть акумулюватись. Парадигма ефектів має значний евристичний потенціал для нашого дослідження та була використана в дослідженні соціалізаційних ефектів ЗМК. Структурно-функціональний підхід до мас-медіа, в рамках якого розвивались теорія адаптації, феноменологічна теорія та теорія елітарного плюралізму, дозволяє пояснити сутність ЗМК у термінах функцій, які вони виконують у суспільстві, зокрема в роботі звернено увагу на функцію політичної соціалізації. Мультипарадигмальність у дослідженнях ЗМК останніх років демонструє той факт, що частина дослідників (Г.Маклюен в концепції технологічного детермінізму) звертаються до моделей тотального впливу ЗМК; у межах постмодерністичної парадигми симуляції моделей світу постає питання про соціалізацію до викривленого соціально-політичного простору; теорія культиваційних ефектів (Дж.Гербнер) орієнтована на виявлення довгострокового впливу масової комунікації, спрямованого на підтримку існуючого порядку, що є однією зі складових

політичної соціалізації.

Необхідність у зверненні до широкого масиву теоретичних розробок у галузі масової комунікації викликана різними евристичними можливостями, що їх надають різні концепції, в кожній з яких, як можна помітити, окреслені окремі аспекти взаємозв'язку ЗМК та політичної соціалізації особистості та суспільства.

Огляд літератури показав, що як політична соціалізація, так і засоби масової комунікації у політичних процесах вивчає значна кількість дослідників, однак здебільшого окремо. Аналіз останніх робіт з проблеми політичної соціалізації виявив тенденцію обмеження рамок дослідження категорією молоді, незважаючи на те, що більшість дослідників визнають політичну соціалізацію процесом, що триває усе життя. Питання впливів ЗМК на політичну свідомість є популярним предметом дослідження, зважаючи на зростаючу роль мас-медіа у політичних процесах в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні. Слід зазначити також, що існує традиція обмежувати розгляд масовокомунікаційних впливів періодами електоральної активності, з огляду на найбільш показову вірогідність емпіричного підтвердження результатів. Однак, згідно з культиваційною теорією Дж.Гербнера, постійний екстенсивний вплив ЗМК, здійснюючись протягом значного проміжку часу, суттєво змінює світосприйняття людини, віддзеркалення об'єктивної реальності в її свідомості, в тому числі і політичної. Обмежена кількість робіт, присвячених безпосередньо впливам ЗМК на політичну соціалізацію особистості, підтверджує актуальність вибраної нами теми, хоча елементи масовокомунікаційних впливів на політичну соціалізацію розглядаються в сучасній політичній думці. Зростаюча роль інформації в сучасному світі вимагає звернутись до існуючих концепцій інформаційного суспільства, в тому числі і при розгляді проблем політичної соціалізації. Значний евристичний потенціал при вивченні впливів ЗМК на політичну соціалізацію особистості в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні має теорія плюралістичної

поведінки людини П. Сорокіна.

Специфіка дослідження мас-медіа у взаємозв'язку з політичною соціалізацією обумовлює використання міждисциплінарного підходу та принципу методологічного плюралізму. У роботі використовуються принципи об'єктивності, історизму та соціального підходу. Закони діалектики допомагають розкрити основні суперечності впливу ЗМК на політичну соціалізацію особистості. За допомогою системного підходу та структурно-функціонального аналізу ЗМК та політична соціалізація розглядаються в їх цілісному взаємозв'язку. Складність цих взаємозв'язків вимагає використання синергетичного підходу. Біхевіоризм у роботі використовується разом з політико-культурним підходом, що дозволяє подолати його обмеженість. Велике значення для дослідження мають здобутки політичної герменевтики, соціології масової комунікації, політичної психології та політичної соціології.

РОЗДІЛ 2
ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

2.1. Політична соціалізація як засіб формування політичної культури особистості

Феномен політичної культури був предметом наукової уваги ще в стародавні часи. Можна навіть говорити про те, що як явище політична культура з'явилась раніше, ніж виникло саме поняття [132, с. 315]. Впровадження терміну «політична культура» у науковий вжиток вважається заслугою німецького філософа Й. Гердера, мислителя доби Просвітництва кінця XVIII століття, але елементи політичної культури були предметом уваги ще Платона, Аристотеля, Н. Макіавеллі, К. Маркса та інших видатних вчених. Вважається також, що передвісником терміну «політична культура» можна назвати термін «національний характер», який пояснювався як «комплекс політичних, моральних, культурних та інших уявлень, що властиві окремій нації та закріплені у її національній культурі і традиціях» [131, с. 588]. Розвиток політичної культури як теорії припадає на 60-ті роки XX ст. та відзначається зусиллями Г. Алмонда, С. Верби, Р. Бенедикта Л. Пая, Т. Парсонса, У. Розенбаума, Р. Такера та інших.

Серед українських вчених проблемами політичної культури опікуються В.Андрущенко, О.Бабкіна, В.Бебик, І.Варзар, М.Головатий, В.Горбатенко, С.Денисюк, А.Карнаух, І.Кресіна, М.Михальченко, О.Морозова, М.Остапенко, В.Ребкало, С.Рябов, С.Телешун, В.Чистяков, Л.Шкляр, М.Шульга та інші вітчизняні дослідники.

Велика кількість підходів до політичної культури зумовлює ще більшу кількість її визначень. Поєднуючи психологічний (Г.Алмонд, С.Верба) і діяльнісний (С.Вайт А.Кардинер, У.Розенбаум) підходи через діалектичне їх

поєднання було виведено визначення політичної культури як «типової, інтегральної характеристики індивідуального чи колективного соціального суб'єкта та соціальних інститутів, суспільства в цілому, що фіксує рівень розвитку їх політичної свідомості, політичної діяльності та поведінки» [132; 315].

Серед структурних компонентів політичної культури А.Карнаух виділяє наступні: «базовий рівень (політична свідомість спільноти); інформаційний рівень (політичні знання, погляди); ціннісний рівень (перетворення політичних знань у переконання); рівень духовно-практичної діяльності (участь громадян у суспільно-політичному житті); нормативний рівень (загальновизнані норми політичної поведінки)» [100, с. 165].

Базуючись на структурно-функціональному аналізі поняття політичної культури В.Бебик виокремлює матеріальні її компоненти, такі як політичні інститути, нормативно-правові акти, що регулюють суспільні відносини, та духовні компоненти, що включають у себе політичну свідомість, морально-етичні норми, політичні знання, волю, настанови, досвід та інші [28, с. 237]. Водночас, на його думку, складна схема структури політичної свідомості включає в себе культуру функціонування політичних структур, культуру політичної свідомості, культуру політичних відносин та культуру політичної діяльності. Культура політичної свідомості складається з політичних традицій, уявлень, переконань та настанов [28, с. 234].

Зважаючи на те, що політична культура є явищем багатогранним, багаторівневим і поліфункціональним, кількість структурних компонентів буде відрізнятись залежно від напряму уваги дослідника. Так, зазначає О.Морозова, на рівні суспільства, важливими елементами політичної культури будуть політичні цінності в їх розумінні як «переконання щодо цілей, які прагнуть реалізувати суб'єкти; політичний процес (у демократичному суспільстві це переважно права і свободи громадянина); політичний, економічний та культурний плюралізм; визнання людини як основної цінності в суспільстві; визнання народу як джерела влади;

державний суверенітет тощо». Дослідниця згадує також політичні норми в цьому ракурсі як «надзвичайно важливий елемент, що визначає загальноприйняті вимоги–зразки щодо поведінки суб'єктів політичної дії відповідно до цінностей» [110, с. 38]. У контексті дослідження політичної культури окремого індивіда складовими елементами політичної культури, на які варто звернути увагу, О.Морозова вважає політичні знання, уявлення, переконання, інтереси, ідеологію [110, с. 38], які утворюють політичну свідомість – «найважливіший структурний компонент політичної культури, сформований протягом певного історичного періоду» та «наповнюють змістом другий за значущістю структурний компонент – політичну поведінку, що втілюється в політичній діяльності у певній політичній системі» [110, с. 38]. Підтримуючи позицію автора та враховуючи спрямування нашої роботи на дослідження політичної соціалізації саме особистості у контексті формування політичної культури, вважаємо доцільним звернути особливу увагу на політичну свідомість, зміни у якій під впливом агентів соціалізації, зокрема мас-медіа, призводять і до змін у політичній поведінці. Окремо соціалізаційні ефекти ЗМК на політичну свідомість будуть розглянуті у наступному підрозділі.

Сучасні українські політологи розглядають політичну культуру як «частину загальної культури, яка формується і виявляється у процесі політичного життя; історично і соціально зумовлений продукт політичної життєдіяльності людей, їх політичної творчості, який відбиває процес опанування суспільством, націями, класами, іншими соціальними спільнотами та індивідами політичних відносин, а також розвиток їх власної сутності і діяльнісних здібностей як суб'єктів політичного життя» [100, с. 165]. Опанування індивідом політичних відносин, норм політичної поведінки, системи цінностей, властивих для певного суспільства має безпосереднє відношення до процесу політичної соціалізації. Політична соціалізація визначається однією з функцій політичної культури [28, с. 237], також функцію політичної соціалізації виконує політична комунікація [131,

с. 399]. Це не дивно, оскільки процес відтворення політичної культури, передачі політичних традицій, норм, правил, відтворення політичних символів є неможливим без комунікації.

Отже, не викликає сумніву безпосередній зв'язок політичної культури та політичної соціалізації. Політична культура, будучи метою політичної соціалізації, одночасно виступає і середовищем політичної соціалізації, і тим фактором, що впливає на її перебіг.

Термін соціалізація має безліч визначень, оскільки ряд дисциплін утверджують її як центральний процес. І навіть у межах однієї дисципліни, залежно від того, на які соціальні інститути робили наголос дослідники: на сім'ю, школу, культуру, мас-медіа, існує декілька підходів до її тлумачення. Тому варто звернутись до теоретичних уявлень науковців щодо інтерпретації процесу політичної соціалізації в історичній ретроспективі. Концепцію політичної соціалізації західна політична наука взяла на озброєння наприкінці 50-х років XX століття. У політичну науку термін «політична соціалізація» був введений американським політологом Г.Хайменом в 1959 році. Роль соціології в її становленні ні у кого не викликає сумніву. Автори концепцій політичної соціалізації запозичили розроблені соціологами та психологами моделі особистості, їх уявлення про механізми впливу соціальних норм та цінностей на людину, про вибіркову реакцію індивіда на них. У момент актуалізації проблеми політичної соціалізації в соціології та психології уже існувало досить детальне уявлення про її загальний характер та механізми. До цього часу визначилися і основні дослідницькі стратегії і робочі моделі соціалізації, які стали підґрунтям для подальшого накопичення матеріалу щодо проблеми.

В найширшому значенні термін соціалізація стосується процесу взаємодії, через який індивід набуває норм, цінностей, переконань і мовних характеристик групи. У ході засвоєння цих культурних елементів індивід створюється і формується як особистість. Процес соціалізації стосується двох важливих проблем суспільства – соціальної наступності поколінь та розвитку

людського потенціалу. У різних дисциплінах підкреслюється різні аспекти цього процесу.

М.Головін у своїй роботі «Теоретико-методологічні основи політичної соціалізації» робить огляд досліджень соціалізації в різних науках.

Так, на його думку, серед філософських наук найбільш вагомий внесок у розробку проблеми політичної соціалізації зробили філософська антропологія та екзистенціалізм. У руслі позитивної традиції філософської антропології Ж.-Ж. Руссо як самостійне питання соціалізація людини в політико-психологічному смислі не постає, однак розглядається в контексті виховання та спрямовує інтерес на суспільно-політичні умови соціалізації, оскільки людина від природи є доброю, а всі дефекти пов'язані з негативними суспільними умовами [51, с. 31]. Інша традиція пов'язана з ім'ям Т.Гоббса, на думку якого людина є від природи злою, егоїстичною та агресивною, розуміє тільки силу та потребує постійного контролю.

Згідно з концепціями екзистенціалізму людина «створена для самосоціалізації» [51, с. 32], в процесі якої вона вчиться відповідати за свої вчинки та стає собою. Відповідь на вічне питання екзистенціалізму щодо сенсу буття і буде відповіддю щодо мети соціалізації. Філософське розуміння соціалізації дає додаткову можливість говорити про політичну соціалізацію з аксіологічних позицій, працювати над її змістом та смислом. Без чітких і ясних ідеалів процес протікає стихійно та безцільно.

У психологічних дослідженнях основна увага приділена ранньому дитячому періоду як основі всієї подальшої соціалізації, до того ж, згідно з Фрейдом, соціалізація розуміється як самоконтроль над власними бажаннями. Предметом психологічних досліджень соціалізації є «психічна структура особистості, яка складається під впливом соціального середовища в первісній та малій групі»[51, с. 32].

Соціальна психологія під соціалізацією розуміє «процес активного засвоювання індивідом цінностей і норм суспільства та формування їх у систему соціальних установок, яка обумовлює позиції та поведінку індивіда

як особистості в системі суспільства»[155, с. 103].

У сучасній українській соціології проблеми соціалізації розглядає М.Лукашевич, який в своїй роботі «Соціалізація» узагальнює існуючі моделі соціалізації. На його думку, до сучасних моделей соціалізації належать наступні: психоаналітична, або «особистісного контролю» З. Фрейда; «рольового тренінгу» Т. Парсонса; «соціального навчання» (Дж.Доллард, Б.Скіннер та ін.); «міжособистісного спілкування» (Ч.Кулі, Дж.Мід та ін.); когнітивна (Ж.Піаже, А.Маслоу та ін.), «модель інкультурації»(Ф.Баос, В.Маліновський та ін.) та «еволюційна» Е.Еріксона [101; 23].

З точки зору соціальної педагогіки, відома класифікація концепцій політичної соціалізації особистості в західній педагогіці А.Іванченко та А.Збруєвої, згідно з якою існують 4 великі групи підходів до проблеми: 1) технократичні концепції соціалізації особистості (М.Бурруса, Ф.Скінер, А.Бандура, М.Саундерс); 2) концепції авторитарного раціоналізму (Т.МакДаніель, Т.Гуд, Дж.Брофі, Дж.Добсон, Ф.Джонус та ін.); 3)психоаналітичні концепції соціалізації особистості (Е.Фромм, А.Адлер та ін.); 4) неогуманістичні концепції соціалізації особистості (А.Маслоу, А.Комбс, К.Роджерс та ін.) [82, с. 9-13].

Окремо виділяють як основоположника вітчизняної теорії соціалізації видатного психолога та педагога В.Зеньковського. Ще в 1918 році, користуючись терміном «соціальне виховання» вітчизняна педагогіка прагнула означити нову галузь громадянського виховання, формування соціальної та політичної активності особистості, «розвиток смаку до соціальної діяльності» [49 , с. 42].

Існує традиція, розглядаючи концепції політичної соціалізації в умовах мультипарадигмальності, розрізняти три покоління дослідників. Запропонований німецьким дослідником Г.Фогтом підхід ввів у російську теорію політичної соціалізації М.Головін [51, с. 64]. Серед останніх українських досліджень з тематики політичної соціалізації, цей підхід згадується в роботах Я.Подолян та І.Курліщук. Перше покоління

представлене О. Контом, Г. Спенсером, Е. Дюркгеймом та З.Фрейдом. Проблеми соціалізації пропонується вирішувати за допомогою моральності, внутрішніх ресурсів регуляції поведінки людини. Розкриття соціалізаційних можливостей ідеології К. Марксом та Ф. Енгельсом, на думку М. Головіна, є однією з важливих ланок на шляху до осмислення проблеми. [51, с. 64]. Важливим вкладом у теоретичну розробку концепції політичної соціалізації Е. Дюркгейма є введення поняття суспільної системи соціалізації − «методичної соціалізації» − цілеспрямованого та систематичного навчання найважливішим знанням та навичкам, їх передачі від покоління до покоління.

Серед дослідників другого покоління, відлік якого, на думку М.Головіна, починається з 20-х років XX ст., виокремлюється розробка проблеми в рамках соціології знання К.Мангейма та А.Шюца, в результаті якої підтверджується важлива роль соціального статусу людини у систематизації нею соціальної реальності та підкреслюється значення так званої «природної установки» − «стійкого та беззаперечного знання, що пов'язує людину з суспільством, в якому вона живе» [51, с. 66]. Положення символічного інтеракціонізму Дж.Міда та Г.Блумера відіграли важливу роль у розробці теорії соціалізації як результата міжособистісного спілкування. Як слушно зауважує Н.Пробийголова, «в символічному інтеракціонізмі соціальна зрілість індивіда визначається досягненням ним згоди з тією соціальною системою, в якій він живе, тобто добровільним підпорядкуванням особи установкам і цілям системи» [143, с. 24]. Розвиток цих ідей простежується в соціальному конструктивізмі П.Бергера та Т.Лукмана. Серед інших концепцій і дослідників другого періоду виділяють теоретико-поведінкову соціологію (І.Сєченов, І.Павлов), яка, на думку М.Головіна «здатна стати пояснювальною основою поведінкового аспекту соціалізації» [51; 67]; концепцію саморегуляції соціальної поведінки людини (В.Ядов), яка розкриває тісний взаємозв'язок установок людини з її поведінкою. Особливістю біхевіористської концепції соціалізації (Б.Скіннер) є посилена увага до активної ролі навколишнього

середовища у формуванні особистості, однак існує в рамках цієї концепції і тезис щодо високої ролі власної активності людини в процесі соціалізації. У системній теорії соціалізація визнається Т.Парсонсом як "засвоєння соціальних та політичних ролей, «приведення до відповідності структури мотивації поведінки особистості та очікувань суспільства» [51, с. 68], а політична соціалізація, в першу чергу розуміється як засвоєння ролі громадянина. Підсумовуючи огляд концепцій другого покоління дослідників, М.Головін зазначає, що деяке зближення підходів до політичної соціалізації, яке притаманне цьому періоду, засноване на «соціології повсякденності та уявленні про тотальність середовища соціалізації, в тому числі його символічних компонент, однак разом з тим на визнанні активності людини у власному становленні» [51, с. 67].

Представники третього покоління дослідників (Ю.Хабермас, У.Бек) вивчають соціалізацію як «дилему індивідуалізації та усуспільнення на тлі тенденції до глобалізації, яка посилюється» [128, с. 13]. Як зауважує Я.Подолян, «це макрорівневі теорії соціалізації, які наголошують на ролі соціалізації у сучасному високодиференційованому суспільстві як засобі його інтеграції. Саме інтеграція суспільства є фундаментальною проблемою теоретичних досліджень» [128, с. 13].

У дисертаційному дослідженні Н.Ісхакової, теж виділено три етапи розвитку теорії політичної соціалізації, однак її класифікація відрізняється від наведеної вище. Так, хронологічні рамки першого етапу простягаються з кінця XIX до 60-х років XX століття. Серед важливих для становлення теорії політичної соціалізації концепцій того періоду Н.Ісхакова відмічає структурний функціоналізм Т.Парсонса (інтеграція особистості і суспільства); інтеракціонізм Дж.Міда, Ч.Кулі, У.Томаса (соціалізація як комунікативний процес взаємодії людей з метою пристосування); психоаналітичний напрямок (З.Фрейд, А.Адлер, Т.Адорно, Е.Фром, Г.Маркузе) – дослідження політичної соціалізації на рівні особистості, формування політичної свідомості, впливи на політичну поведінку; системний підхід Д.Істона та Г Алмонда (соціалізація як чинник стабілізації

політичної системи) [83, с. 10-12].

Другий етап, на думку дослідниці, проходить з середини 60-х років до 80-х років XX століття і характеризується кризовими явищами у суспільному житті на рівні політичної системи, такими як недовіра до влади, політичні протести, широке розповсюдженні антивоєнних, жіночих, молодіжних, екологічних рухів [83, с. 12]. Соціально-економічні та політичні процеси того часу зумовили перегляд і подальший розвиток основних положень біхевіоризму з акцентом на управління людьми в політиці. Варто згадати праці С.Верби, Г.Алмонда, Н.Ная, в яких політична соціалізація розглядається в контексті засвоєння політичних ролей та норм і цінностей політичної культури. Серед радянських вчених Н.Ісхакова відзначає роботи П.Кряжева, Ю.Замошкіна, І.Кона, Л.Буєвої, Є. Кузьміна, Н.Андрієнкової, Б.Паригіна [83, с. 13]. До речі, на думку Ю.Загороднього, саме Б.Паригін здійснив у 60- роках XX століття одну з перших спроб комплексного підходу до вивчення феномену соціалізації, яку він розглядав як «багатогранний процес олюднення людини, який містить і біологічні передумови, і безпосередньо саме входження індивіда в соціальне середовище й передбачає соціальне пізнання, соціальне спілкування, оволодіння навичками практичної діяльності, включаючи предметний світ і всю сукупність соціальних функцій, ролей, норм, прав і обов'язків і т. ін., активну перебудову навколишнього (природного й соціального) світу, зміну і якісне перетворення самої людини, її всебічний і гармонійний розвиток» [76, с. 8]. На думку Н.Ісхакової, можна виокремити такі напрями дослідження політичної соціалізації:

як процес засвоєння соціально-історичного досвіду;

як процес освоєння політичних відносин та їх розвиток в політичній діяльності індивідів;

як процес політичного виховання та навчання молодого покоління;

як процес формування політичної свідомості індивідів та соціальних груп [83, с. 14].

Третій етап досліджень політичної соціалізації Н.Ісхакова датує з другої половини 80-х років XX століття до сьогодні. На її думку, «з цього часу в науковому середовищі дослідження ведуться у напрямку осмислення нових форм розвитку суспільства, пов'язаних з прискореними темпами політичного процесу» [83, с. 14].

Незважаючи на різницю у хронологічних рамках спільним для обох періодизацій є те, що основними традиціями, які вплинули на становлення та розвиток теорії політичної соціалізації, є структурний функціоналізм, символічний інтеракціонізм, психоаналіз, біхевіоризм та марксизм.

У роботі іншої української дослідниці, Н. Юрій, для пояснення джерел концепції політичної соціалізації розглядаються дві моделі взаємовідносин людини і влади. Перша з них – «модель підкорення» Т. Гоббса, на думку якого егоїзм та жага до влади в природі кожної людини, а саме тому людина потребує підкорення правлячому режимові [205, с. 22]. Зрозуміло, що згідно з такою моделлю політична соціалізація розуміється як процес впливу на індивіда з метою вкорінення в його свідомість позитивних настанов відносно до системи. «Модель інтересу», яка розроблялась в працях А. Сміта, Г. Спенсера та інших розглядає людину як раціональну істоту, якою керують інтереси, підкреслює первинність суспільства перед державою. Активізація індивідуальної участі людини в політичних процесах зумовлювало і увагу до її політичної соціалізації.

Сучасні науковці вирізняють чотири основні моделі політичної соціалізації, які пов'язані з чотирма напрямами політичної думки: системним аналізом політики, теорією конфлікту, теорієї плюралізму та теорією гегемонії [205, с. 26], [120, с. 48].

Системна модель (Д. Істон, Дж. Деніс, С. Верба Г. Алмонд), передбачає створення гармонійних взаємозв'язків між авторитарними лідерами та їх відданими послідовниками, між підтримкою системи та обов'язками лідерів перед суспільством; у рамках політичної соціалізації формується позитивне ставлення до влади, існуючого порядку, традиційних інститутів.

М. Остапенко важливими інститутами системної моделі соціалізації називає школу, сім'ю, оточення особистості, однолітків [120, с. 48].

Модель конфліктна (М. Вебер, Ф. Паркін, Г. Екстейн, У. Гуд, П. Блау) розуміє політичну соціалізацію в контексті внутрішньогрупової лояльності. Відданість певній статусній групі та готовність підтримати її в боротьбі проти інших груп є метою політичної соціалізації в рамках цієї моделі. Вплив на політичну соціалізацію мають органи пропаганди, організації, які представляють групові інтереси [205, с. 27].

Плюралістична модель (Р. Даль, Ф.Конверс, В. Харт) базується на уявленні про об'єднані спільними інтересами групи та політичні партії як рушійні сили політики. За допомогою політичних партій особистість бере участь у політичному житті. Метою політичної соціалізації є формування у громадян уявлень про свої політичні інтереси, стимулювання бажання участі в їх реалізації, досягнення високого рівня громадянської активності. У процесі політичної соціалізації особистість засвоює партійні установки, ідентифікує себе з певними політичними групами. За результатами реалізації своїх інтересів у політичній діяльності тієї чи іншої партії або групи людина змінює чи підтверджує свої політичні установки. На думку Н. Юрій, «саме під впливом теорії плюралізму емпіричні дослідники почали говорити про ідеальну модель політичної соціалізації, в результаті якої формується молода людина, яка вступає в політику з розвинутими уявленнями про свою участь, і навчена таким орієнтаціям, які визначають її прямий політичний вибір, знає правила гри, бере активну участь в політичному житті країни» [205, с. 28] Як зазначає М. Остапенко, головними інститутами політичної соціалізації в цій моделі є школа, батьки, ЗМК, партії та групи інтересів [120 с. 48].

Гегемоністська модель (Р. Мілібенд, Р. Даусон, К. Превіт) формує негативне ставлення до будь-якої іншої системи, окрім своєї; поділяє весь світ на своїх та чужих. У рамках цієї моделі звертають увагу на маніпулятивний вплив ЗМК у процесі політичної соціалізації особистості.

Головними інститутами цієї моделі М.Остапенко вважає засоби масової інформації [120, с. 48].

У сучасній політичній думці прийнятий також поділ усіх концепцій соціалізації на дві великі групи, котрі відрізняються одна від одної тим, яку роль відводять людині в процесі соціалізації. Суб'єкт-об'єктний підхід, який характеризує першу групу, відводить людині пасивну роль у цьому процесі. Соціалізація, на думку представників цієї групи (Е.Дюркгейма, Т.Парсонса, Е.Макнейла та ін.) полягає в адаптації людини до суспільства, засвоєнні прийнятих у суспільстві норм та соціальних ролей, формуванні лояльності до системи. Людина таким чином є об'єктом впливу суспільства, яке виступає суб'єктом. До іншої групи належать представники суб'єкт-суб'єктного підходу, на думку яких людина не лише пасивно засвоює існуючі норми, намагаючись адаптуватись до суспільства, а й створює соціальну реальність та формує свою особистість. Таких поглядів дотимувались Ч.Кулі, У.Томас, Дж.Мід, У.Уентворт, А.Бандура, Г.Рейнольд. [128, с. 20].

Отже, ми спостерігаємо, що процес створення концепції політичної соціалізації був відмічений поєднанням зусиль політологів та соціологів з вирішення цілого комплексу проблем, пов'язаних з впливом політичної системи на індивіда. Соціалізація розглядалась як необхідна умова засвоєння цінностей та стійких політичних структур.

У вітчизняних політологічних джерелах політичній соціалізації також приділено гідну увагу. У політологічному словнику за редакцією М.Головатого та О.Антонюка політична соціалізація визначається як «засвоєння особою певного соціального і політичного досвіду, нагромадженого суспільством і сконцентрованого в культурних традиціях, цінностях, нормах статусної і рольової поведінки» [131, с. 677]. В. Бебик визначає політичну соціалізацію як «процес засвоєння індивідом (групою) правових, соціальних, і психічних норм політичної поведінки, системи цінностей політичної культури, які притаманні цьому суспільству» [28, с. 243]. Схоже визначення дає М. Остапенко, на думку якої політична

соціалізація є «засвоєння політико-культурних цінностей, політичних орієнтацій, форм політичної поведінки, що прийнятні для певного суспільства» [120, с. 46].

Узагальнюючи різноманітні підходи та погляди, надалі під політичною соціалізацією будемо розуміти ту частину загального процесу соціалізації, яка пов’язана з перетворенням людини в політично свідомого та активного члена політичного життя суспільства, улюдину, яка не тільки може скласти об’єктивні уявлення про політичне життя своєї країни та світу в цілому, але й відстояти свої політичні інтереси.

Як будь-який інший термін, поняття політична соціалізація має вузький і широкий сенс. У вузькому сенсі політична соціалізація – це свідоме та цілеспрямоване впровадження політичних цінностей, переконань, навичок політичної поведінки. За допомогою офіційних інститутів держава створює найбільш сприятливі умови для формування лояльного ставлення людини до існуючого соціального порядку. Бажаний еталон соціальних відносин передається з покоління до покоління за допомогою навчальних закладів. У широкому ж сенсі під політичною соціалізацією мається на увазі уся сукупність політичних знань, отриманих як цілеспрямовано, так і ненавмисно, як з офіційних, так і з неофіційних джерел. Такого роду політична соціалізація проходить протягом всього життя і складається не лише тільки з політичного навчання, а й того, що не відноситься до політики, але може вплинути на політичну поведінку та погляди особи. Підтримує таку точку зору і М. Головін, на думку якого «в перехідний період політична соціалізація в широкому сенсі цього терміна має пріоритетне значення» [51, с. 30]. Під політичної соціалізацією в широкому сенсі вчений розуміє «політично релевантний аспект загальної соціалізації, який виникає внаслідок того, що між всіма підсистемами суспільства існують певні зв’язки та відносини» та «формування політичної ідентичності та набуття базових цінностей, які визначають принципове ставлення до існуючої політичної системи, становлення якостей особистості, важливих для політичного життя»

[51, с. 30]. На нашу думку, розуміння політичної соціалізації у вузькому сенсі значно знижує можливості її вивчення, оскільки велика частина факторів, які впливають на цей процес, залишаються поза області дослідження. Таким чином, політична соціалізація постає перед нами як сукупність процесів становлення політичної поведінки особистості та прояву політичної активності, залучення індивіда до цінностей, знань, рольових зразків, які дозволяють адаптуватися до політичного життя суспільства. Зміст політичної соціалізації складають процеси інтеріоризації вимог соціально-політичної системи суспільства у внутрішню структуру особистості (політичні потреби, установки, цінності, норми), та екстеріоризації – зворотній процес перетворення політичного досвіду особистості в політичну дію, поведінку, реалізації його в статусно-рольових моделях поведінки в даному політичному просторі.

Отже, політична соціалізація - це двосторонній процес. Відомо, що політична система оновлює політичну культуру шляхом участі громадян в діяльності організацій та інститутів, самовідтворюючись таким чином і створюючи необхідні умови для передачі досвіду від одного покоління до іншого, виступаючи механізмом акумуляції політичних цінностей. Але вимоги політичної системи формують та організують структуру самої особи, за допомогою політичної соціалізації активно формуючи політичну свідомість та визначаючи політичну поведінку особи. Отже, з одного боку політична соціалізація – це вплив соціально-політичного середовища на індивіда, тобто певної сукупності політичних відносин, а з іншого – формування політичної індивідуальності, яка передбачає вільний вибір та відповідальність за прийняте рішення з боку особистості, тобто суб’єктивної діяльності самого індивіда. Слід зазначити, що за таких умов процес соціалізації, зокрема політичної, не може бути однаковим для всіх груп чи соціальних класів, які існують в одній державі. До того ж, як слушно зазначає А. Брегеда, політична соціалізація функціонує на кількох рівнях взаємодії людини та політичної системи:

- рівень соціальних груп характеризується впливом на особу глобальних проблем суспільства (економічних, політичних, національних, екологічних та ін.);
- соціально-психологічний рівень політичної соціалізації відрізняється передачею особі політичних цілей і цінностей через комунікативні впливи;
- на внутрішньо особистісному рівні політична соціалізація залежить від особистих потреб та ціннісних орієнтацій людини [37].

М.Лукашевич також зауважує тенденцію до багаторівневого підходу до дослідження процесів соціалізації, коли соціалізація охоплює соціальний, біологічний та психічний рівні людини [101, с. 24]

Отже, ми маємо складний процес, диференційований, на наш погляд, за двома рівнями взаємодії: людина - політична система; та людина – безпосереднє політичне середовище.

Безперечно, що на процес політичної соціалізації впливають вікові особливості, стадії розвитку людини. З точки зору соціальної психології на соціалізацію С.Рощин розрізняє три основні періоди з різною психологічною та соціально-психологічною специфікою: період до 12 років, період з 12 до 18 років та все подальше життя. При цьому дослідник підкреслює, що процес соціалізації триває все життя, навіть якщо у старості він набуває регресивного характеру [155, с. 105].

Аналогічний до загальної соціалізаційної теорії підхід до політичної соціалізації, який відрізняється віковими рамками, висуває М.Головін. Він розглядає 10 традиційних вікових фаз розвитку, кожна з яких характеризується окремими особливостями соціалізаційного процесу. Серед них дослідник виділяє 3 основні, найбільш важливі для політичної соціалізації, які позначають певні віхи інтеграції особистості в суспільство:

- дитинство, сім’я, початкова школа (7-11 років);
- молодий дорослий вік (19-29 років), ствердження в професійному статусі, створення сім’ї;

- середній дорослий вік (близько 45 років), ресоціалізація [51, с. 27].

Наведені періодизації підкреслюють необхідність розглядати політичну соціалізацію особистості як процес, що триває усе життя, особливо актуальним цей підхід є в сучасних умовах політичних та суспільних трансформацій українського суспільства.

Багато політологів підтримують думку, що знання про світ політичного починають формуватись уже в дитинстві, а отже, політична соціалізація починається в родині як складова загального процесу виховання. Але варто зазначити, що поняття політичної соціалізації значно ширше, ніж поняття політичного виховання чи освіти, оскільки включає в себе не лише цілеспрямований і передбачуваний вплив на особистість з боку вихователів, а й непередбачувані, спонтанні впливи з боку оточуючого середовища, та власну активність особистості. Незважаючи на те, що до одинадцятирічного віку, згідно з концепцією швейцарського психолога Ж. Піаже, мислення у дітей є конкретним, персоніфікованим та безпосереднім, за даними багатьох досліджень уже до цього віку діти отримують певні знання щодо світу політичного та освоюють їх на прикладах повсякденної дійсності. Діти дошкільного віку, як стверджують дослідження Е. Лоусена, мають політичні симпатії та антипатії, які виникають на основі неусвідомленого сприйняття реакції дорослих на ті або інші політичні символи. У 3-4 роки дитина отримує перші відомості про політику на прикладі родинних стосунків. Батьки та старші члени родини передають дитині не тільки певні погляди, а і зразки політичної поведінки, від них дитина отримує досвід участі або неучасті у політичному житті суспільства. У 8-9 років закладається так званий «патріотичний фільтр», який укріплює поділ на «ми-вони» та відсікає все негативне, що стосується «ми». З 11-13 років, вважається, відбувається стрімкий розвиток політичних уявлень дитини. [156, с. 510]. Також, у дитинстві формуються риси характеру та навички поведінки, які не належать до сфери політичного, але можуть сприяти чи заважати успішній політичній

соціалізації індивіда, наприклад терпимість, толерантність, вміння вести діалог або ж конфліктність, агресивність, апатичність, пасивність. Показовим є припущення Д.Істона та Дж.Денніса, відомих створенням теорії "політичної підтримки", стосовно того, що політичні орієнтації, погляди, установки людей формуються на ґрунті більш загальних неполітичних основ, наприклад, із певного характеру сімейних стосунків, рівня батьківської влади в родині. Під впливом родинних стосунків у ранньому дитинстві виховується лояльне ставлення до системи, її дифузна підтримка. На основі цих спостерігань Д.Істон та Дж.Денніс виокремили декілька етапів політичної соціалізації, які базуються на змінах психологічних механізмів цього процесу:

- політизація (усвідомлення існування зовнішньої влади, яка вища за владу батьків та старших родичів. Через приклад батьків, які підкоряються зовнішній владі, закладаються основи лояльності до системи);
- персоналізація (ототожнення політичної влади із конкретними індивідами, які її символізують. Так, наприклад, поняття закону розуміється через особистість судді чи поліцейського, поняття освіти тісно пов’язано з конкретним вчителем чи учнем);
- ідеалізація (сприймання політичної влади як виключно позитивного явища, наділення політичних діячів позитивними рисами, прихильне ставлення до влади. Ідеалізація влади в дитинстві може пояснити несвідому підтримку влади в дорослому віці, а також лояльність до влади в період кризових явищ, оскільки в моменти нестабільності політичної системи особистість у пошуках адекватних способів реагування на навколишній світ звертається до засвоєного в дитинстві);
- інституціоналізація (формування у свідомості деперсоніфікованного, безособового уявлення про владу та її інститути, є перехідним етапом до розуміння влади як політичної системи)

Пильна увага дослідників до раннього етапу політичної соціалізації зумовлена тим, що досвід, здобутий в дитинстві, має визначальний характер

на розвиток особистості та її політичних орієнтацій. У випадках дисфункцій політичної системи, коли процес передачі знань новим поколінням утруднюється, а частина громадян із уже сформованими політичними поглядами почувається дезорієнтованою, оскільки старі політичні цінності знецінюються, а нові ще не сформувались (що якраз і має місце в політичному просторі сучасної Україні), то на перший план виходять ранні базові уявлення, отримані на етапі первинної соціалізації. Дійсно, в ході політичної соціалізації індивід поступово ідентифікує себе з країною, де живе, державною та політичною системою, нацією. У нього формується уявлення про політичну символіку (герб, прапор, гімн), знання про політичні інститути (державні органи влади, партії), тобто закладаються основи політичної культури особистості.

Особистість поступово включається у виконання тих чи інших ролей у політичному житті суспільства, розширює знання про політику та формує рольові зразки політичної поведінки та політичної діяльності. Політика сприймається не тільки як щось позитивне та необхідне, але й як цікаве та бажане. При цьому рольовий тренінг проходить переважно в школі, сім'ї, групі однолітків. За даними американських соціологів, 50% виховання дає мати, 28% – батько, 3% – школа та церква, а в цілому 88% обсягу виховання припадає на родину.

Слід зазначити, що в дослідженнях політичної соціалізації активно використовується таке поняття як «інститут соціалізації». Ми погоджуємось з Ю. Загороднім, який виводить поняття інститутів соціалізації «від базового поняття «інститути соціальні», яке в сучасній соціології трактується як «форма закріплення й спосіб здійснення спеціалізованої діяльності, що забезпечує стабільне функціонування суспільних відносин» [76 с. 68]. У понятті інститутів соціалізації виділяються два аспекти – ціннісно-нормативна структура суспільства та суспільні системи, з якими пов'язані соціальні спільності [76, с. 69].

Роль родини в політичній соціалізації розглядалась у роботах

німецького дослідника Г. Штайнкампа, на думку якого соціальний статус сім'і, який виражається в престижі професії батьків, сукупному доході родини, а також вплив інших індикаторів, таких як район проживання, регіон, стиль життя батьків, їх соціальні та культурні зв'язки та національність, мають значний вплив на формування політичний установок дитини, які потім закріплюються системою освіти. Слід зауважити, що особиста активність дитини теж береться до уваги [200, с. 177–178]. Моделі політичного виховання, політичні цінності та настанови, що впроваджуються у свідомість дитини шляхом політичного виховання, також залежать від соціального статусу родини.

Отже, родина може здійснювати як цілеспрямований, так і стихійний процес політичної соціалізації. Сім'я як традиційно найважливіший соціальний інститут, вбирає в себе різноманітні протиріччя, пов'язані з неадекватністю того, які зразки закладаються нею і реальним життям, що не завжди співвідноситься з ідеалами, які виховуються. Слід зазначити, що інститут сім'ї на сьогодні є досить нестійкою організацією, оскільки її члени не здатні здійснювати суттєвого впливу на формування політичних уподобань дитини. З одного боку, це пов'язано з тим, що політична система є досить рухливим утворенням і залежить від змін в інших соціальних системах, які її оточують. В умовах ідеологічної невизначеності та нерозвиненості політичних структур суспільства досить важко зорієнтуватися в розмаїтті економічних, політичних, соціальних явищ. З іншого боку, нестабільна економічна обстановка, особливо під час глобальної економічної кризи змушує спрямовувати всі зусилля родини на забезпечення прийнятного матеріального становища, не залишаючи часу на виховні аспекти.

Наступним соціальним інститутом, який долучається до процесу політичної соціалізації особистості, є інститут освіти. У школі під впливом вчителів, однолітків, ЗМК та стихійних факторів починають формуватися ціннісні аспекти ставлення до політики. Також накопичуються теоретичні знання про

світ політичного на уроках історії, політології, суспільствознавства. Політичне мислення стає абстрактним, в повсякденну мову входять такі поняття, як «влада», «демократія» та ін. У цьому віці підліток здатен оцінювати наслідки тих чи інших політичних подій для окремих осіб, усвідомлювати найближчі та більш віддалені впливи політичних подій на сучасне та майбутнє [156, с. 510]. За часів колишнього Радянського Союзу інститут освіти входи у цілісну систему політичної соціалізації особистості, до якої належали громадянські організації, інститути шлюбу та сім'ї, засоби масової інформації, армія та ін. Зараз освітні структури в Україні залишаються чи не єдиним офіційним діючим інститутом соціалізації. Особливе місце, на думку сучасних дослідників, займає в процесі політичної соціалізації особистості система вищої освіти. Так, А. Карнаух виділяє наступні особливості системи вищої освіти як найважливішого соціального інституту: під час отримання вищої освіти, зважаючи на фізіологічні та соціально-психологічні особливості молоді, що навчається, закладаються світоглядні основи людини, відбувається оволодіння знаннями та навичками, яке супроводжується особливим видом навчально-трудової діяльності, здобувається досвід відносин з протилежною статтю. У системі вищої освіти відбувається підготовка творчої, політичної, професійної еліти; засвоюється наукова діяльність як особливий вид людської творчої активності. Широке співробітництво з суспільними, політичними та соціальними інститутами також розширює соціалізаційні можливості випускників [85; с. 125-126]. Система вищої освіти, на думку Ю. Загороднього, при організованому в її межах педагогічному впливі є провідним інститутом соціалізації особистості, який закладає основи її життєдіяльності, світогляду, морально-етичні установки на наступне життя [76, с. 71]. На нашу думку, з часом вплив вчителів та батьків поступається впливу більш референтних для підлітків та юнацтва агентів політичної соціалізації – молодіжних груп, неформальних об'єднань (політичних, тих, що належать виключно до субкультури та

змішаних), однолітків та засобів масової комунікації. В юнацькому періоді політична соціалізація набирає характер самостійного вибору позиції.

Суттєву роль у політичній соціалізації відіграють такі інститути політичної соціалізації як держава, громадські організації, політичні партії. В будь-якому суспільстві цілеспрямовану соціалізацію здійснює держава, в процесі якої прищеплюються основні, фундаментальні для конкретного соціуму норми та цінності. Держава прагне поставити під свій контроль цей процес, оскільки можливість здійснювати на нього вплив сприяє створенню сприятливих умов для політичної влади. Панування здійснюється тим успішніше, чим більша частина населення готова підкоритися цьому пануванню. Якщо людина в процесі політичної соціалізації починає ототожнювати себе з політичними цінностями держави, пануючої еліти або партії, то держава, в свою чергу, одержує законослухняного, відданого послідовника правлячої ідеології. Партії найбільш активно беруть участь у політичному процесі, формують політичні програми, намагаються впровадити їх у масову свідомість. Соціалізація здійснюється ними шляхом усної пропаганди й агітації через засоби масової інформації, а також через символіку (емблеми, прапори). Громадські організації сприяють залученню досить широких кіл населення в боротьбу за підтримку певних інтересів, їх основне призначення полягає в розвитку необхідних для людини політичних навичок: взаємодії з владними структурами, роботи з людьми, спілкування з представниками інших організацій.

У процесі соціалізації досить важливо розрізняти цілеспрямований вплив офіційних інститутів на кожне наступне покоління з метою передачі йому необхідних для підтримки політичної системи цінностей і неформальну естафету нового досвіду, більш адекватного новій ситуації, в якій опинилося це покоління. У тому випадку, якщо офіційні інститути не забезпечують передачу досвіду, адекватного новій ситуації, вони від неї відриваються і, продовжуючи відтворювати колишні зразки, викликають різку ворожість і недовіру. У результаті культурний процес виявляється поза контролем

офіційних структур. І політична культура відривається від офіційної політики.

У ході соціалізації індивід грає не пасивну роль матеріалу, а роль активного суб'єкту. Без такого активного ставлення до існуючих цінностей неможливий сам процес соціалізації, тому що індивід ніби "приміряє на себе запропонований досвід, одночасно засвоюючи та реінтерпретуючи політичні цінності відповідно до своїх особистісних якостей. Інакше кажучи, у процесі соціалізації індивід працює над собою, тому політична соціалізація - це і рольовий тренінг, і форма самоконтролю. Швидкі зміни у способі життя, соціальному середовищі, які оточують та формують особистість, уже ускладнюють передачу досвіду від одного покоління до іншого. Адже зазвичай, цей досвід є уже неактуальним для молодого покоління: колишні моральні та культурні орієнтири швидше дезорганізують у нових умовах, які не мають аналогів з минулим.

Отже, політична соціалізація, як і соціалізація в цілому, не може завершитись, цей процес продовжується протягом усього свідомого життя людини. Адже зміни і розвиток політичної обстановки в країні постійно потребують засвоєння і накопичення особистістю нового політичного досвіду.

У широкому смислі політична соціалізація відбувається під впливом всієї сукупності соціально-політичної дійсності, у якій формується особистість. У процесі політичної соціалізації приймають участь сім'я, навчальні заклади, етнічні общини, трудові колективи, суспільні організації, партії, державні організації та інші учасники політичного процесу. Переломлюючись через погляди батьків, навчання у школі, трудову діяльність, участь у політичних організаціях і неформальних об'єднаннях, політичні ідеї та установки суспільства стають основою мотивації політичної поведінки.

Політична соціалізація виконує ряд функцій. М.Остапенко визначає такі важливі функції: визначення політичних цілей та цінностей, яких індивід

прагне і може реалізувати завдяки політичній діяльності; формування уявлень про прийнятні способи політичної поведінки, визначення ставлення індивіда до оточення та політичної системи; формування ставлення до політичної символіки, формування здібностей до пізнання навколишнього середовища та переконання як основи політичного життя [120, с. 48].

Результатом політичної соціалізації є готовність індивіда до участі в політичному жиги, тобто певний рівень соціальної мобілізації. Ця готовність позначається і на рівні знань, уявлень про основні принципи функціонування політичної системи, і на рівні прихильності до фундаментальних цінностей суспільства, і на рівні політичних навичок, що дозволяють індивідові переходити від слів до справи. Вплив суспільства на політичні якості індивіда, а також контроль політичної системи за протіканням політичної соціалізації переважно обмежуються переконаннями та віруваннями самої людини. Тому показником ефективності політичної соціалізації особистості буде вважатись наявність у неї наступних складових:

- політична поінформованість – наявність сукупності інформації та знання про світ політичного, здатність якісного відбору та аналізу отриманої політичної інформації; адже головна мета політичної соціалізації полягає у формуванні стійких політичних поглядів, самостійного та відповідального суб'єкта політики на основі вільного вибору політичних орієнтирів [202, с. 294];

- політична компетентність, яка складається з сукупності знань відносно прав та обов'язків особистості, вміння оперувати якими розкриває перед людиною можливості реалізації своїх потреб і прагнень;

- політична активність, під якою розуміють безпосередню залученість людини у сферу політичного, яка відображає характер її інституціональної взаємодії із владою, спрямованої на підтримку та закріплення існуючого суспільно-політичного порядку.

Говорячи про політичну соціалізацію, ми розуміємо її як процес, за допомогою якого людина залучається до певних політичних норм та

цінностей, включає їх у свій внутрішній світ, формує свою політичну свідомість і культуру, об'єктивно та суб'єктивно готується до політичної практики і здійснює її протягом усього свого життєвого циклу. Це процес формування демократично орієнтованої особистості, яка здатна відстоювати власні соціально-політичні інтереси та права, володіє розвиненою політичною свідомістю та політичною культурою, бере активну участь у політичному житті.

2.2 Специфіка формування політичної свідомості особистості засобами масової комунікації.

Не викликає сумніву, що від розвитку політичної свідомості суб'єкта, істинного чи викривленого відображення в людській свідомості політичного буття залежить і рівень його політичної культури [132, с. 317]. У політологічному словнику політична свідомість визначається як «опосередковане відображення політичного життя суспільства, суттю якого є проблема влади, формування, розвиток та задоволення інтересів та потреб, політичних суб'єктів; сукупність поглядів, оцінок, установок, які, відображаючи політико-владні відносини, набувають відносної самостійності» [131, с. 595].

Оскільки політична соціалізація особистості є чинником формування політичної культури особистості, елементом якої, в свою чергу, є політична свідомість, можна зі упевненістю стверджувати, що формування політичної свідомості є одним із завдань політичної соціалізації. Враховуючи зменшення ролі традиційних агентів соціалізації, таких як родина, заклади освіти, політичні партії, молодіжні організації, та заповнення засобами масової комунікації все більшої частини життя людини, можна вважати, що в процесі політичної соціалізації значну частину впливів на політичну свідомість здійснюють саме ЗМК. Існує два взаємопов'язаних блоки елементів політичної свідомості – мотиваційний (політичні потреби,

інтереси, цілі, цінності, психологічні та ідеологічні настанови та переконання результують у політичну поведінку, супроводжувану певним емоційно-чуттєвим фоном) та пізнавальний (політична інформованість, знання, теорії, уявлення, правосвідомість).

Здійснюючи вплив на політичну свідомість особистості, ЗМК впливають на обидва блоки елементів одразу, у комплексі. Саме цим пояснюється виняткове місце, що займають ЗМК у процесі формування політичної свідомості особистості.

Розкрити цю тезу, на нашу думку, є можливим за допомогою масовокомунікаційної теорії ефектів та плюралістичної теорії поведінки людини П. Сорокіна. У підрозділі 1.2, розкриваючи наукові підходи до дослідження впливу ЗМК на політичну соціалізацію особистості, ми відзначали спрямованість досліджень масової комунікації в соціологічній та політичній теорій та практиці на вивчення ефектів цієї комунікації та розкривали основні положення згаданих теорій.

Визначаючи ефект як наслідок процесу комунікації, при якому у свідомості людини відбувається те, чого не було б без акту комунікації, помічаємо пряму залежність поведінки людини від стану її свідомості. Розуміння особливостей впливу на формування політичної свідомості людини, зокрема впливу засобів масової комунікації, може бути використано як в політичному вихованні, так і в розробці моделей захисту політичної свідомості від політичного маніпулювання. Розуміючи результат впливу ЗМК на політичну свідомість особистості в процесі політичної соціалізації як соціалізаційний ефект ЗМК, пропонуємо перейти безпосередньо до їх розгляду в рамках плюралістичної теорії П. Сорокіна. Нагадаємо лише, що за аналогією з визначенням ефектів масової комунікації, соціалізаційні ефекти масової комунікації визначаємо як наслідки фізіологічного, психічного, соціального характеру, що відбиваються на результатах формування політичної свідомості особистості та становлення її політичної поведінки, прояву політичної активності, засвоєння цінностей, знань, рольових зразків,

які дозволяють ввійти до політичного життя суспільства.

Так, соціалізаційні ефекти масової комунікації ґрунтуються на можливості сучасних ЗМК використовувати всі типи провідників взаємодії, до яких П. Сорокін відносить звукові (мова, музика, слова, тон диктора – передають зміст повідомлення та створюють емоційний фон), світло-кольорові (писемність, живопис – дають можливість передачі повідомлення крізь простір та час, а також слугують засобом ретрансляції емоцій), рухливі (жести, міміка) та предметні (сукупність предметів, що створюють матеріальну культуру, та також створені образи цієї культури, так звана віртуальна реальність).

Інтеграція всіх провідників взаємодії в одному джерелі, а також майже необмежені можливості трансляції крізь простір і час надають ЗМК окремого статусу серед агентів політичної соціалізації

Як відомо, за формами комунікаційної взаємодії ефекти масової комунікації можна поділяти за кількістю взаємодіючих осіб. У контексті політичної соціалізації це може бути звернення лідера держави до народу, яке може сприйматись кожним телеглядачем залежно від ситуації як особисто звернене до нього одного (модель комунікації особа-особа) або до нього і всіх присутніх у кімнаті, чи всього народу (модель «особа-група осіб»). Або це може бути політичне ток-шоу на кшталт «Свободи слова з Савіком Шустером», коли ведучий, група політиків, присутні в залі глядачі взаємодіють з частиною телеглядачів (модель «група-група»)

Інтерактивні можливості ЗМК дозволяють не обмежуватись односторонньою взаємодією з індивідом. Можливість зворотного зв’язку (наприклад дзвінок у студію під час проведення ток-шоу) дозволяє індивіду відчувати свою причетність до політичних подій, створює відчуття долученості до процесу прийняття політичних рішень, що, з одного боку, може підсилювати політичну активність населення, а з іншого, – штучно зосереджувати увагу громадян на поверхневому аспекті політики, як от особисті якості того чи іншого політичного актора, його приватне життя,

плітки, взаємні обвинувачення, що звучать на політичних шоу. До того ж інтерактивні можливості ЗМК можуть використовуватись для політичної маніпуляції населенням. Так, за допомогою відбору «правильних питань», авторів яких допускають до «прямого ефіру», можна рухати бесіду в потрібному руслі, а також подавати озвучені питання як зріз суспільної думки не лише для політика, присутнього в залі, а і для багатомільйонної телеаудиторії, використовуючи технологію «порядку денного».

У процесі розглядання соціалізаційних ефектів ЗМК важливо звернути увагу на те, що взаємодії індивіда та ЗМК можуть бути як солідарними, так і антагоністичними.

Під солідарною взаємодією розуміють позитивний соціалізаційний ефект, коли повідомлення не викликає конфлікту у свідомості індивіда, а навпаки, сприяє намаганням глядача. Наприклад, такою взаємодією може бути подання ЗМК правдивої інформації щодо політичних, економічних та культурних подій, яка сприяє адекватній реакції індивіда на ці події, відіграє інтегративну роль у суспільстві. Антагоністична ж взаємодія призводить до збільшення соціальної напруги у суспільстві, виникнення та розповсюдження протистояння між окремими людьми, групами, спільнотами на підставі національних, етнічних, політичних, культурних, духовних та ін. розбіжностей.

За часовою тривалістю взаємодія з масовою комунікацією може бути короткостроковою (разові передачі чи фільми) та довгостроковою (серіали, серія передач, постійні шоу певних ведучих). Звісно, в довгостроковій взаємодії криються можливості більш глибокого, спрямованого та постійного впливу на політичну свідомість особи, особливості довгострокового впливу ЗМК розглядав ще Дж. Гербнер у теорії культивації.

Можливість інтелектуальної взаємодії (обмін ідеями, теоріями) емоційної (почуття, емоції), взаємодії у сфері певних волінь (нав’язування своєї волі, заклики до її виконання), диференціація цих взаємодій за часовою тривалістю, солідарним чи антагоністичним спрямуванням, формами

комунікаційної взаємодії визначають надзвичайно широкий спектр можливостей врахування особливостей сприйняття інформації будь-якими індивідами, групами осіб, чи спільнотами. У свою чергу, вплив ЗМК може підсилюватись чи послаблюватись залежно від космічних, біологічних та інших психічно-соціальних факторів.

Говорячи про космічні чинники, можна розглядати як відносно об'єктивні космічні впливи, до яких, наприклад, належить доведене збільшення обсягу телеспоживання (рос. телесмотрение) в зимовий період, коли скорочення світлового дня та несприятливі погодні умови змушують людей витрачати більше часу на перегляд телепередач як засіб відпочинку, та суб'єктивне їх використання ЗМК в політичних цілях. До останніх належить використання екологічних, техногенних та інших катастроф, епідемій як засобу політичного тиску на тих чи інших акторів та нагнітання почуття тривожності у населення.

Біологічні факторів, до яких, як ми вказали в підрозділі 1.2, відносяться голод та спрага, інстинкт розмноження, індивідуального та групового самозбереження, руху, сну, спокою, вивільнення зайвої енергії, спадковість та набуті якості людини, а також подразники з боку флори та фауни, широко використовуються ЗМК та, без сумніву, впливають на політичну соціалізацію особистості. Зупинимось на деяких моментах детальніше.

Потреба в їжі є однією з найважливіших потреб людини, тому не дивно, що актуалізуючись, ця потреба займає всі її думки; страх голоду може штовхнути людину на необдумані вчинки або, навпаки, паралізувати її діяльність, в тому числі і політичну. Використовуючи страх голоду за допомогою ЗМК можна підштовхнути політичну поведінку людини чи в бік політичної активності, чи, навпаки, у бік абсентеїзму. В інших випадках цю потребу можна актуалізувати і штучно. При перериванні суспільно важливої політичної програми рекламним роликом із зображенням привабливих продуктів харчування може виникнути нібито почуття голоду, стимульоване візуальними засобами, як наслідок, увага до передачі знижується; ще одним

наслідком може бути розташування у людській свідомості обговорюваного питання на один рівень за важливістю з гамбургером з ролика, що є ознакою деформованого відображення буття в свідомості.

Задоволення інстинкту розмноження є запорукою існування людства, тому його впливи проявляються в усіх сферах людського життя та важко контролюються. Під дією цього інстинкту людина забуває про багато речей, в тому числі, звісно, і про політику. Надмірне стимулювання сексуальних реакцій організму через демонстрування ЗМК еротичних матеріалів може призвести до фіксації свідомості лише на цьому аспекті життєвої діяльності; перегляд подібних матеріалів дітьми може призвести до деформованого розуміння гендерних стосунків; розповсюджувані ЗМК плітки та медіа-скандали на сексуальну тематику за участю політичних акторів значно знижують рівень довіри до влади.

Інстинкт самозбереження – важливий фактор біологічної групи впливу та ефективний важіль тиску з боку ЗМК. Не зупиняючись докладно на фізіологічних реакціях, які виникають при відчутті загрози, страху, зазначимо, що і усвідомлена форма згаданого інстинкту є підвладною впливам з боку ЗМК. Демонстрація негативних, пов’язаних із насиллям аспектів життя, криміналізація змісту новин, створення картини «жорстокого світу» спричиняє «витіснення» більш сильними емоціями страху за власне життя моральних правил, релігійних норм. Сприйняття оточуючого світу як жорстокого, в якому неможливо захиститись від насильства, звісно, не сприяє засвоєнню демократичних політично-правових норм.

Слід також відмітити, що особливо ефективним є звертання до так званого групового самозбереження (різновид – батьківський інстинкт), який можна як підтримувати пропагандою сімейних цінностей, так руйнувати, нав’язуючи цінності крайнього індивідуалізму, які, до речі не властиві українському суспільству, а ще використовувати для маніпуляційних впливів. Так, наприклад, за допомогою заклику ЗМК «Захистимо наших дітей від…» можна спричинити сплеск громадської активності, в тому числі і

політичної.

Інстинкт групового самозбереження походить від індивідуального самозбереження, яке набуває форм самопожертви на користь різних груп (тих, кого людина вважає близькими – родичів, земляків, націю, партію чи клас, країну чи весь світ). Особливості його формування та реалізації теж деякою мірою залежить від ЗМК, які можуть визначати ієрархію цих груп, встановлювати пріоритет колективного над індивідуальним и навпаки, що має безпосереднє відношення до процесів політичної соціалізації.

Тісне втручання ЗМК в механізми біологічних інстинктів призводять до посилення впливу соціально-психічних факторів, до яких відносять як прості (ідеї, почуття-емоції, воління) так і складні, які поєднують декілька з перелічених простих, та можуть поєднуватись з космічними та біологічними факторами.

Ідеї, почуття, воління та їх комбінації є компонентами мотиваційного блоку політичної свідомості та мають безпосереднє відношення до політичної соціалізації, в процесі якої людина засвоює знання (ідеї), виробляє своє ставлення до тих чи інших явищ, подій, акторів (ціннісний аспект пов’язаний з почуттями) та засвоює моделі поведінки (яка підкоряється волінням).

Ідеї можуть мати характер знань (пізнавальний блок) та відображати об’єктивний зв’язок між предметами та явищами, тим самим роблячи поведінку людини (в тому числі і політичну) раціональною та науково обґрунтованою, сприяючи розвитку її правосвідомості; також ідеї можуть мати характер вірувань, які не можуть бути об’єктивними та, як наслідок, ведуть за собою хибне відображення політичної реальності у політичній свідомості та неадекватну реальності політичну поведінку.

ЗМК продукують незчисленну кількість ідей як у вигляді знань, надаючи людині матеріал для наукового пояснення політичних подій та явищ, стимулюючи засвоєння норм та правил поведінки, так і у вигляді вірувань, за допомогою псевдонаукових термінів надаючи їм реалістичного

характеру, створюючи передумови для політичного маніпулювання, оскільки хибні ідеї сприймаються як вільний вибір.

Вплив на почуття-емоції, які вважаються ускладненими проявами біологічних імпульсів та інстинктів, які набули усвідомленого вигляду через ускладнення психічного життя людини [154, с. 155-156], здійснюється через створення за допомогою засобів мистецтва, що транслюються ЗМК, у аудиторії очікуваних переживань симпатії, відрази, гніву, любові, ненависті та ін. При чому вплив на емоції рідко усвідомлюється аудиторією. Саме на цьому заснована більшість маніпулятивних технологій, які будуть розглядатись нижче.

Під волінням людини зазвичай розуміється активне намагання досягти певної мети, доклавши до цього вольових переживань та дій. Існують моральні та правові обмеження діяльності будь-якої людини, під впливом яких проходить політична соціалізація. Засоби масової комунікації можуть як підсилювати, так і послаблювати дію цих обмежень, транслюючи на масову аудиторію сюжети, які спрямовані на підтримку чи руйнування існуючих морально-правових норм, на ілюзорне чи істинне відображення існуючої політичної культури.

Опосередковано ж ЗМК можуть використовувати вплив через ідеї, почуття-емоції та воління для коригування дії інших груп подразників – космічних, біологічних та соціально-психологічних, тобто комплексно впливати на процес формування політичної свідомості особистості. Розглядаючи прояви ефектів масової комунікації на макрорівні, на нашу думку, буде доречним скористатись методологічним підходом П. Сорокіна, за яким характеристика будь-якого суспільства складається з характеристики людей, які його утворюють, а отже суспільні дії і тенденції, виникають через інтеграцію дій і поведінки індивідів, груп і спільнот. Таким чином, є підстави вважати, що в основі соціалізаційних ефектів на макрорівні лежать ті ж механізми впливів, що стосуються і окремої людини, а проявлятися ефекти масової комунікації будуть у вигляді змін в оцінках актуальних подій і фактів

у свідомості спільнот, класів та громадській свідомості в цілому. До того ж, якщо ЗМК впливають на поведінку людини в усіх сферах її діяльності, то і впливи ЗМК на суспільство відбуваються в усіх його сферах: економіки, політики, соціальній та духовній. Визнаючи, що існують взаємозв'язки і взаємовпливи між сферами суспільства, вочевидь існує вплив на політичну соціалізацію їх усіх, хоча і не в однаковій мірі.

Враховуючи тему нашого дослідження, приділимо максимальну увагу ефектам ЗМК у політичній сфері, а особливо тим, що впливають на політичну соціалізацію.

Прояви ефектів ЗМК можна відчути в різних аспектах політичного життя: і у передвиборчому процесі, і у висвітлюванні актуальних політичних подій, у створенні іміджу того чи іншого політичного діяча чи партії, нарешті, у формуванні певної схеми політичної реальності. Так, на думку Д.Яковлєва, «одним із визначальних факторів політичної взаємодії виступають політичні комунікації. У сучасному світі політичні комунікації опосередковані, в першу чергу, діяльністю мас-медіа» [206, с. 11]. Н. Костенко вважає, що мас-медіа конституюють публічну сферу, організовуючи її як комунікацію між політичними акторами, експертами, коментаторами та індивідами [93].

За характером проявів впливів ЗМК на політичну сферу доречно згрупувати їх за такою структурою:

1. створення у громадській свідомості картини політичного життя суспільства;
2. впливи на електоральну поведінку громадян;
3. впливи на політичну соціалізацію.

Якщо розглядати політичну соціалізацію як сукупність політичних знань, отриманих як цілеспрямовано, так і ненавмисно, як з офіційних, так і з неофіційних джерел протягом всього життя людини, то в такому контексті можна зробити висновок, що і створення картини політичного життя світу, і електоральні впливи мають безпосередній стосунок до процесу політичної соціалізації у її широкому сенсі.

За свідченням соціологічних досліджень ЗМК мають значно впливають на політичну соціалізацію людини, адже роль мас-медіа не вичерпується наданням інформації про навколишній світ; до будь-якої інформації у ЗМК завжди є власні коментарії, трактування, висвітлюються різні точки зору, поширюючи та зберігаючи масову культуру в різних її варіантах.

Важливим процесом є структурування громадськістю свого сприйняття політичного світу. Слід зазначити, що одночасно відбуваються такі процеси, як структурування споживачами наявної інформації про навколишнє політичне середовище, формування окремої (віртуальної) політичної реальності, яка може не співпадати з реальною, дійсною картиною політичного життя, за допомогою мас-медіа. При цьому деформується процес політичної соціалізації.

Відомим протиріччям, що впливає на політичну соціалізацію, є відсутність балансу між розповсюдженням цінностей глобальної культури (під якою часто розуміють американізацію) та завданнями розвитку власне політичних цінностей, інтересів, які необхідні для розбудови української державності. Такий дисбаланс на користь запозиченої політичної культури стає домінуючим і у процесі соціалізації.

Створення віртуальної картини політичного світу відбувається в основному за допомогою програм новин та випусків передач з оцінкою та коментарями. Як стверджує М.Мак-Комбс, «медіа ретранслюють і представляють публіці образ псевдосередовища, що значною мірою обумовлює те, яким чином суспільство сприймає реальний навколишній світ» [104, с. 55]. Очевидно, що кількість подій у світі кожного дня надзвичайно велика, щоб усіх їх можна було б осягнути навіть в одній передачі новин тривалістю 24 години. Доводиться вибирати ті з них, які будуть подані аудиторії. І тут виявляється, що окрім цілеспрямованого впливу на журналістів з боку владних представників, власника видання, бізнесових кіл тощо, окрім власних уподобань редактора та журналіста, існують ще і фактори матеріального характеру, які полягають в тому, що для

того, щоб бути запропонованою публіці, новина має підходити під «формат», тобто її можна легко витягнути з контексту, підібрати відеоряд, обробити таким чином, щоб, за Д. Олтейдом, «зв'язати їх воєдино, сформулювати прості і ясні твердження щодо їхнього зв'язку і зробити це в розважальній формі» [68, с. 109-119]. Таким чином, у підсумку аудиторія отримує зміксований продукт, який складається з мозаїчної мішанини фактів, підібраних залежно від технічних можливостей ЗМК у редакторській подачі з коментарем журналістів, який, можливо, пройшов цензуру з боку владних чи бізнесових кіл, виражає настрої власника ЗМК та є сурогатною, віртуальною реальністю. За таких умов у процесі політичної соціалізації формується «зміксовані» «сурогатні» уявлення про навколишній політичний світ.

Окремою темою є вплив на політичну соціалізацію телевізійних розваг, який досліджував Дж. Карлсон [4, с. 47-55]. На його думку телевізійні розважальні передачі відіграють роль повчаючих історій, що спрямовані на підтримку політичної системи [112, с. 228]. Він відзначає, що практично всі телевізійні розважальні програми містять у собі аксіологічний аспект та можуть навчити певним цінностям, в тому числі і політичним. Так, на його думку, сімейні комедії навчають тендерних ролей, мильні опери містять моделі адекватної та неадекватної поведінки, серіали, в яких зображується життя працівників правоохоронних органів вчать підтримувати систему. Тобто в розважальних передачах значною мірою міститься інформація про такі інститути як інститут сім'ї та шлюбу, освіти, охорони здоров'я та інших, не менш важливих для життя суспільства

Усі форми впливу ЗМК на політичну свідомість і політичну соціалізацію мають на меті вплив на політичну поведінку, яка найширше розкривається під час виборів. На рівні з концепцією раціонального голосування (голосування на основі прорахунку особистих вигод) комплексом соціально-психологічних теорій, що акцентують емоційний аспект вибору та моделями соціально-економічної участі, в яких визначальною для вибору є приналежність до великих соціальних груп, існує

і напрямок, пов’язаний з теоріями комунікації, основою якого є позитивна кореляція між кількістю позитивної інформації з авторитетних джерел про кандидата та з волінням виборця проголосувати саме за цього кандидата. Відомо, що електорати різних політичних партій характеризуються різними ступенями інформаційної чутливості, але при наявності тривалого в часі впливу телебачення електоральні переваги аудиторії можуть змінюватись.

Особливою формою впливу на електоральну поведінку виборців та засобом активізації політичної поведінки, здійснюваним за допомогою засобів масової комунікації, є політична реклама, основними цілями якої є впізнавання імен; знайомство з ключовими питаннями виборчих програм; створення іміджу кандидата; висвітлення позиції кандидата; збирання коштів. В процесі виборчої кампанії підвищується соціалізаційний вплив кожного з елементів політичної реклами.

Політична реклама може перетворюватись (і нерідко дійсно перетворюється) на політичну маніпуляцію, під якою зазвичай розуміють систему засобів ідеологічного і духовно-психологічного впливу на масову свідомість з метою нав’язати певні ідеї, цінності; цілеспрямований вплив на громадську думку і політичну поведінку для спрямування їх у заданому напрямку [131, с. 455]. Завдяки засобам масової комунікації, стверджує український політолог, М. Головатий, «створюються і ефективно використовуються як елементи політичної маніпуляції різноманітні іміджі, образи, умовні формули і штампи, стереотипи поведінки, подаються заздалегідь заготовлені відповіді на запитання, що хвилюють багатьох» [131, с. 456].

Особливістю, а скоріш навіть самою суттю сучасного політичного маніпулювання, є його латентний характер. Використовуючи сучасні технології в масову свідомість впроваджуються соціально-політичні міфи, що складають фундамент ілюзорної картини світу, яка, будучи засвоєною суспільством, може спричинити зміни у справжній дійсності.

Передумова для маніпулювання аудиторією (в якості самостійного

політичного гравця чи на замовлення будь-яких акторів) для ЗМК криється, на нашу думку, в першу чергу у двох особливостях їх функціонування: монополія на інформацію, що дозволяє відбирати факти, які будуть продемонстровані широкому загалу, з мільйонів інших подій, та необхідність і можливість коментувати ці факти.

Існує значна кількість прийомів політичної маніпуляції, які використовують засобами масової комунікації, але деякі з них несуть за собою пряму небезпеку некоректної політичної соціалізації.

С.Кара-Мурза відмічає серед технологій політичної маніпуляції використання ЗМК маніпулятивної семантики і риторики, головне місце в якій займає «цілеспрямована технологія зміни значення слів» [84, с. 284]. Вчений розкриває технології використання засобами масової комунікації *політичних евфемізмів*, які маскують справжній зміст явищ, прийомів *спрощення та стереотипізації* (зведення реальних суспільних проблем і явищ до гранично спрощених та зручних до засвоєння тверджень та стереотипів); *ствердження та повторення* (отримане у результаті стереотипізації гранично просте пояснення повторюється велику кількість разів у формі безперечної істини, доки не відділяється від автора і не стає чимось саме собою зрозумілим; використання подібного прийому дозволяє обійти кордони свідомості та впливати на підсвідомі механізми); *дроблення та терміновості* (розділення цілісної проблеми на окремі фрагменти, штучне переключення уваги аудиторії на наступну «термінову» проблему, переривання передач, у яких обговорюються суспільноважливі питання рекламою) і *сенсаційності повідомлень* (виконує функцію «підтримання нервозності» у суспільстві, також будь-яке політичне повідомлення, розташоване поряд з сенсаційною новиною отримує підвищений шанс бути поміченим та, що головне, зберегтись в пам’яті).

М.Лукашевич серед фундаментальних механізмів маніпуляції також виділяє *сугестію*, тобто «спробу переконати інших у конкретних фактах без надання логічних доказів, при цьому неважливо, існують насправді такі

докази чи ні» [102, с. 192-193].

До перелічених вище прийомів, на його думку, слід додати наступні:

- Напівправда. Свідомо подається помилкова інтерпретація подій з використанням реальних, достовірних фактів або висвітлюються лише малозначимі деталі при замовчуванні реально важливої інформації.
- Створення післяобразу. Політична реклама поділяється на дві частини, перша з яких слугує «гачком», що привертає увагу, таємницею, яка інтригує, розгадка видається через певний проміжок часу.
- Постановка риторичних запитань та розповсюдження пліток.

Найбільшою небезпекою використання подібних розробок з галузей психолінгвістики, нейролінгвістичного програмування, гіпнозу є те, що вони розраховані на підсвідоме сприйняття, тобто має місце цілеспрямована модифікація психічних процесів, станів і поведінки людини в обхід контролю свідомості, у результаті якої не відбувається ефективної усвідомленої політичної соціалізації індивіда, яка необхідна була б для підтримки демократичного суспільства. Людина інтеріоризує не цінності, знання чи рольові зразки, які дозволяють адаптуватися до політичного життя суспільства, а набори штампів. Більш того, свідомого процесу вироблення свого ставлення до політики не відбувається. Навряд чи буде перебільшенням вважати, що в такому випадку процес політичної соціалізації виявляється подвійно викривленим, оскільки засвоюються нереальні знання про викривлений світ.

Так, наприклад метод «буденної розповіді», використовується для адаптації людини до інформації явно негативного змісту. Суть його полягає в тому, що про події, пов’язані з насильством, (наприклад використання насильства державними спецслужбами для розгону демонстрації) повідомляється як про буденну справу, що, по-перше, принижує значення події в очах аудиторії, по-друге, створює ефект звикання. За використання цього методу результатом політичної соціалізації може бути людина, яка впевнена, що політичне насильство – це норма сьогоднішнього життя, що є

проявом деформованої політичної соціалізації.

Особливий вплив найпоширенішого на сьогодні засобу масової комунікації – телебачення – на свідомість індивіда та, як наслідок, на політичну культуру всього суспільства відмічає С.Кара-Мурза. На його думку, «та аномальна сила навіювання, якою володіє телебачення, може слугувати симптомом для виявлення більш фундаментальної проблеми – зміни типа свідомості та мислення при переході людства до нового способу отримання інформації, не з листа, а з екрану» [84, с. 317]. Мозаїчність образів, їх швидкоплинність не залишають часу для рефлексії, обмірковування переваг того чи іншого кандидата чи партії, свідомий вибір замінюється пасивним споживанням. Проблема навіювання засобами масової комунікації споживацтва як способу життя, деформація сенсу і механізмів задоволення потреб, культивування неадекватних реальності уявлень щодо ролі праці у сучасному суспільстві, визначаються також як основні прояви ефектів масової комунікації в економічній сфері. У процесі політичної соціалізації, на нашу думку, має місце описана С. Кара-Мурзою проблема конкуренції виключно «образів, іміджів політиків, які створюються за законами рекламного бізнесу» [84, с. 319] замість конкуренції політичних платформ, програм, ідей. Можна припустити, що подібне медіа-споживання несе в собі загрозу для демократії, оскільки демократія в її прямому розумінні – «народовладдя» (немає різниці, чи то пряма, чи представницька влада народу мається на увазі) передбачає «осмислення проблеми та розумний вибір у вигляді політичних ідей», а не пасивне споживання продукту іміджмейкерів. Персоніфікація ЗМК соціальних та політичних протиріч, втілення їх в образі протистояння політиків зменшує процент раціональної електоральної поведінки та збільшує процент волевиявлень, зроблених під впливом емоцій, особистих симпатій, підкреслимо, не до політичної партії чи лідера, а до їх образу, створеного за допомогою ЗМК. Цей досвід напряму пов’язаний з небезпекою політичної соціалізації до викривленого змісту, тобто політичної десоціалізації людини. Адже під

впливом масової комунікації відбувається залучення індивідів, груп, спільнот, суспільств у цілому до політичних норм і цінностей, формування політичної культури і свідомості, підготовка до свідомої політичної практики, засвоєння схвалюваних суспільством моделей політичної поведінки. Трансформаційність сучасного українського суспільства, тобто становище, коли колишні політичні норми і цінності віджили своє, а нові ще не сформувались, є запорукою успішної політичної маніпуляції цими цінностями. Тобто, на нашу думку, на цьому етапі розвитку української політичної свідомості в процесі політичної соціалізації є ймовірність потрапити під вплив сурогатної політичної культури, деспотії віртуальних образів, що не мають насправді нічого спільного з реальними шляхами розвитку держави.

На початку розділу ми розуміли соціалізаційні ефекти ЗМК, як наслідки фізіологічного, психічного, соціального характеру, що відбиваються на результатах становлення політичної поведінки особистості та прояву політичної активності, засвоєння цінностей, знань, рольових зразків, які дозволяють ввійти до політичного життя суспільства. Проведений аналіз зовнішніх факторів, які коригують ці ефекти, та використання самими ЗМК цих факторів дозволяють зробити деякі уточнення. Для того, щоб не навантажувати визначення додатковими конструкціями, зробимо тезисний виклад цих уточнень нижче:

1. Соціалізаційний вплив ЗМК простежується на двох рівнях: мікрорівень – вплив на особистість, макрорівень – вплив на суспільство.

2. На мікрорівні соціалізаційні ефекти ЗМК залежать від дій космічних, біологічних та соціально-психологічних факторів.

3. На макрорівні ЗМК впливають на всі сфери суспільства: економічну, політичну, соціальну і духовну, взаємопов’язаність цих сфер обумовлює вплив кожної з них на політичну соціалізацію особистості.

4. Соціалізаційні впливи ЗМК можна умовно поділити на дві великі підгрупи: впливи, що стосуються створення у свідомості картини

політичного життя, та впливи на електоральну поведінку громадян.

Підсумовуючи, слід підкреслити комплексність і взаємозумовленість впливів на політичну соціалізацію людини ЗМК та космічних, біологічних та соціально-психологічних факторів. ЗМК може підсилювати залежність політичної соціалізації людини від природних, біологічних та соціально-психологічних чинників чи послаблювати її. Також важливим є факт зворотного зв'язку: залежно від дії кожної групи чинників окремо, чи їх комбінацій повідомлення ЗМК можуть сприйматись зовсім по-різному, врахування цих особливостей підсилює соціалізаційний ефект, ігнорування може призвести до протилежних бажаним реакцій.

2.3 Комунікаційна складова ефективності політичної соціалізації

Категорія ефективності тісно пов'язана з поняттям «ефект». Деякі словники трактують поняття «ефективний» як таке, що характеризує міру прояву ефекту (лат. Effectives – той, що дає певний ефект, дієвий) [151, с. 609]. Але якщо ефектом можна назвати будь-які зміни (наприклад у процесі політичної соціалізації), то під ефективністю слід розуміти лише заплановані зміни, бажані. Для коректного використання поняття ефективності слід уточнити його зв'язок з близьким за змістом поняттями. Поняття ефекту є одним з основних у теоріях масової комунікації. Так, на думку В. Вайсса, кількісні і якісні ефекти комунікації слід розділяти. Під кількісними він розуміє такі ефекти каналу ЗМК або окремого повідомлення, як розмір залученої аудиторії і груп, що входять до неї; кількість часу, відведеного каналу масової комунікації та інші. До якісних, на його думку, належать поглиблення розуміння, емоційні зміни, збагачення знань, зміни інтересів, смаків, поведінки, поглядів, ціннісних орієнтацій, тобто різного роду ментальні зміни.

На думку російського соціолога Б. Грушина, ефекти споживання інформації можуть бути розбиті на *п'ять класів:*

- когнітивні, які стосуються мислення людей, його формування та потенціалу, який виражається в об’ємі знань, здатності до логічних суджень;
- ціннісні, що стосуються характеристик переконань, смаків, думок, інтересів та ціннісних орієнтацій людей відносно до навколишнього світу та власного Его;
- організаційні, що пов’язані з практичними діями людей;
- тонізуючі, які стосуються психофізіологічних характеристик життєдіяльності людини, загального емоційно-психологічного їх фону
- власне комунікативні, що впливають на спілкування людей та будь-які характеристики їх контактів з функціонуючими в суспільстві організаціями та інститутами, а також між собою [58, с. 35-36].

За цією класифікацією була розроблена модель залежності ефективності соціальної класифікації від поставленої мети.

М.Лукашевич зазначає, що ефекти можуть як сприяти, так і заважати досягненню ефективності, оскільки *поле ефектів* є досить різноманітним [102, с. 230-235]. Так, ефекти здатні відображати схематичність, емоційну забарвленість «неправильну налаштованість» спрощувати «очікування іншого» і відповідно частково деформувати сам процес соціальної комунікації. Ефект взагалі – це один із прийомів, що може як сприяти успіху так і перешкоджати політичній соціалізації особистості Але їх врахування, виявлення чи використання є суттєвим моментом в процесі досягнення ефективності політичної соціалізації. Їх характеристика, а також параметри результатів, зумовлених ними дають можливість для створення більш повного уявлення про саму політичну соціалізацію та її ефективність.

Український соціолог І.Чудовська-Кандиба стверджує, що ефект і ефективність не є тотожними поняттями [188; 95-115]. М.Тепляков стверджує, що поняття «ефект» характеризує об’єктивну властивість будь-якої взаємодії, в тому числі і механічної, в той час як «ефективність» несе на собі смислове навантаження соціального (особистісного, суспільного, національного)» [172; 1]. Можна допустити, що наявність ефективності

залежить від ефекту в розумінні його як результату, тобто ефект корелює ефективність, оскільки лише результат може дати основу вважати певну діяльність ефективною. Тобто фактично результат виступає критерієм або показником для оцінки ефективності політичної соціалізації.

Ефект можна вважати сильним враженням, короткочасним, або постійним, яке має місце в процесі політичної соціалізації, а ефективність стосується процесу політичної соціалізації в цілому. Використання ефектів не є обов'язковим при досягненні ефективності, але може супроводжувати її.

Поняття результату та результативності є близькими до поняття ефективності, але все ж таки не є взаємозамінними. Так, результат з'являється автоматично, виходячи з процесу, його не треба добиватись, на відміну від ефективності. Але результат може бути, окрім позитивного, що найчастіше пов'язується з ефективністю, ще й нейтральним, та, навіть негативним. Звісно, при негативному результаті, який є повністю протилежним очікуванням, ефективність відсутня. Нейтральний результат може вважатись проявом низької ефективності, але не завжди, оскільки якщо запланованим було зберегти наявний стан речей, то при нейтральному результаті можна говорити про позитивну оцінку ефективності.

Абсолютна ж ефективність навряд чи може бути досягнута, коли йдеться мова про процеси, в яких приймає участь не одна сторона. Найчастіше, навіть на рівні комунікації в її значенні як «спілкування - передачі інформації від людини до людини» [91; 7] позитивний результат однієї із сторін може виявитись протилежним для іншої. До того ж, навіть досягнення позитивного результату ще не може вважатися показником досягнення ефективності, оскільки позитивний результат, наприклад, на одній із стадій переговорів, може як підвищити вірогідність ефективного вирішення проблеми в цілому, так і завадити цьому.

Основуючись на полісуб'єктності політичної комунікації можна припустити, що деякі ефекти і результати можуть бути спільними для декількох соціальних груп (оскільки базуються на загальноприйнятих соціальних

нормах і цінностях) а тому їх можна визначити як важливі для широкого кола суб′єктів (мікросистем), в той час як інші правила і результати можуть бути специфічні для певної соціальної групи, що репрезентує певну культуру чи субкультуру. Подібна релятивність у розумінні поняття ефективність викликана соціальною реальністю.

Аналогічний підхід можна застосувати до ефективності в політичній соціалізації. Деякі норми, цінності, правила, моделі політичної поведінки є загальновизнаними для великої кількості суб'єктів, тому апелювання до них з боку інститутів політичної соціалізації, в тому числі і ЗМК, з великою ймовірністю може призвести до позитивних результатів та на певному етапі вважатись проявом ефективної політичної соціалізації. З іншого ж боку, ті ж самі норми, цінності та правила можуть не вважатися бажаними в окремій соціальній групі, а отже звернення до них з боку інститутів соціалізації може викликати зворотну реакцію та знизити ступінь лояльності до держави. Спробуємо пояснити на конкретному прикладі. У період перевиборчої кампанії громадян переконують прийти на виборчі ділянки та прийняти участь у голосуванні, мотивуючи це необхідністю активної участі у політиці, можливістю вплинути на долю власної держави. Створюється образ самостійної, активної, політично-відповідальної людини, яка знає, як зробити життя краще, і робить це через голосування. Ця модель поведінки може вважатись привабливою для значної кількості населення, але не для окремих груп, наприклад, не для прибічників анархізму, для яких демократичні вибори не мають сенсу, а отже, подібна агітація викликає протилежні почуття та стимулює бойкотувати вибори. Будь-який результат несе в собі свою протилежність. Тобто результативність, яку можна визначити як досягнення результатів, які вважаються добрими чи, навпаки, для того, хто про них говорить, не є тотожною ефективності. Під ефективністю слід розуміти досягнення результативності найбільш оптимальним для певного моменту соціальної реальності способом. За ефективний результат слід прийняти такий, що на основі консенсусу оцінений учасниками як

найкращий.

Поняття ефективності активно використовується в соціології, загальній та галузевих, в тому числі у соціології політики та соціології масової комунікації. У найбільш широкому соціологічному сенсі поняття ефективності використовується для характеристики соціологічних досліджень, де його розуміють як кількісно-якісний критерій, що відображає суспільну корисність, теоретичну та практичну значущість дослідження. В оцінці ефективності управління, на думку багатьох дослідників існують три найзагальніші критерії ефективності – економічний, соціальний і політичний [118; 67], вони самостійні, але взаємопов'язані. Узагальнюючим при цьому є соціальний критерій, вихідним, первинним – економічний. За деяких умов політичні критерії можуть виходити на перший план.

У соціології організації залежно від поглядів різних організаційно-управлінських шкіл ефективність то співвідносилась з мінімізацією витрат на виробництво кінцевого продукту (класична школа), то з соціальною задоволеністю працівників і, як наслідок, збільшення прибутку (школа людських відносин), або з загальною оптимізацією техніко-технологічного і соціального аспектів (школа поведінкового підходу). М. Туленков стверджує, що організаційна ефективність має багатовимірну природу. Залежно від основних джерел організаційної ефективності він визначає принциповий перелік критеріїв щодо її оцінки [176; 354-359]. Сутнісні характеристики ефективності організацій у повній мірі проявляються і в організаціях сфери масової комунікації, зазначає М.Лукашевич. На його думку, в соціології масової комунікації в найзагальнішому сенсі розрізняють поняття економічної ефективності ЗМК, що пов'язана з оцінкою прибутковості, яка в більшою мірою залежить від обсягів надходжень за рекламу, та соціальної ефективності, вимірювання якою вимагає складних досліджень [102, с. 253].

Під ефективністю масової комунікації В.Різун розуміє «відповідність отриманого ефекту (результату) цілям, що ставились професійним комунікантом в процесі спілкування» [147]. Існують, звісно, певні обмеження

щодо використання цього визначення відносно до комунікаційної складової ефективності політичної соціалізації, оскільки цілі, що ставляться професійними комунікантами, не завжди співпадають з очікуваним результатом політичної соціалізації, але планований результат самих комунікаторів (певний вплив на політичну свідомість) досягається. Однією з умов ефективності впливу комуніканта на особистість В.Різун визначає довіру до комуніканта (разом з готовністю до навіювання, зараження, наслідування) [147]. Критерій довіри до узагальненого комуніканта – засобів масової комунікації – може бути важливим показником комунікаційної складової ефективності політичної соціалізації. Важливим для нашого дослідження є положення В.Різуна про два полюси ефективності ЗМК: полюс абсолютної ефективності та полюс нульової ефективності, досягнення яких в чистому вигляді неможливе. Полюс абсолютної ефективності означає цілковиту довіру до ЗМК, можливість ЗМК впливати на формування громадської думки та політичної свідомості особистості. Тобто відносно до ефективної політичної соціалізації цей полюс відображає ЗМК як агентів політичної соціалізації, відображає характеристики процесу формування політичної свідомості. Чим ближче ЗМК наближаються у своїй діяльності до цього полюсу, тим більшу довіру особистості вони отримують, тим більше впливають на формування політичної свідомості та поведінки. І тим більше людина втрачає можливість формувати власні судження щодо світу політичного. У свою чергу полюс нульової ефективності означає «створення інформаційних полів, у межах яких громадяни можуть самостійно приймати усвідомлені рішення» [147]. Наближення до цього полюсу може характеризувати прогрес ЗМК у досягненні очікуваного результату політичної соціалізації: індивід здатен брати участь у політичному житті, володіє певними політичними знаннями, уявленнями, власні емоційно-оціночні компоненти сформовані. Така особистість схильна менше довіряти ЗМК, пропускаючи інформацію, що надходить через фільтр власних знань та уявлень, менше підвладна маніпуляційним впливам.

Отже, можна припустити, що комунікаційна складова ефективності політичної соціалізації міститься у діалектичному поєднанні двох полюсів ефективності масової комунікації – абсолютної та нульової ефективності. Балансування ЗМК між ними дозволяє, з одного боку, використовувати ЗМК як агента політично соціалізації, а з іншого, – стимулює розвиток власної пізнавальної та поведінкової політичної активності особистості.

Власне поняття ефективності відносно до політичної соціалізації, на нашу думку, слід виводити від очікуваного результату з обмежуючою умовою не мінімізації витрат, як в економічній ефективності, а мінімізації шкоди та обмежень, які можуть мати місце у свідомості людини під час процесу.

Очікуваним результатом політичної соціалізації є готовність індивіда до участі в політичному житті, тобто певний рівень соціальної мобілізації. Ця готовність виявляється і на рівні знань, уявлень про основні принципи функціонування політичної системи, і на рівні прихильності до фундаментальних цінностей суспільства, і на рівні політичних навичок, що дозволяють індивідові переходити від слів до справи. Вплив суспільства на політичні якості індивіда, а також контроль політичної системи за протіканням політичної соціалізації переважно обмежуються переконаннями та віруваннями самої людини. Тому показником ефективності політичної соціалізації особистості буде вважатись наявність у неї наступних складових:

- політична поінформованість - наявність сукупності інформації та знання про світ політичного, здатність якісного відбору та аналізу отриманої політичної інформації; адже головна мета політичної соціалізації полягає у формуванні стійких політичних поглядів, самостійного та відповідального суб’єкта політики на основі вільного вибору політичних орієнтирів

- політична компетентність, яка складається з сукупності знань відносно прав та обов’язків особистості, вміння оперувати якими розкриває перед людиною можливості реалізації своїх потреб і прагнень;

- політична активність, під якою розуміють безпосередню залученість

людини у сферу політичного, яка відображає характер її інституціональної взаємодії із владою, спрямованої на підтримку та закріплення існуючого суспільно-політичного порядку.

На думку Н.Гедікової, слід ввести ще два критерії ефективності політичної соціалізації. Це наявність у людини *політичної відповідальності* та *політичної зрілості*. Соціолог вважає, що політична відповідальність є невід'ємним елементом політичної зрілості особи, що, в свою чергу, є найбільш вагомими продуктами політичної соціалізації людини та результатом цілеспрямованого формування суспільством особи, спрямування її політичної свідомості і поведінки в певному руслі.

Під *політичної зрілістю* Н.П.Гедікова пропонує розуміти «глибоке розуміння природи влади та управління, їхніх принципів, норм та законів, що лежать на ґрунті соціального управління суспільством, його політичної організації, усвідомлення своїх прав і обов'язків, притаманних суспільству політичних цінностей і демократичних норм» [46].

Політична відповідальність визначається нею як «соціальне посилання, яке несе особа перед собою, перед загалом суспільства, нацією, соціальною групою тощо» [46]. Якщо розглядати політичну відповідальність як компонент світогляду індивіда як суб'єкта політики, то можна виявити певні форми і засоби її формування та прояви на різних рівнях політичного життя.

На процес формування політичної відповідальності впливають як зовнішні, так внутрішні чинники. Зміст її і рівень залежать від місця, що займає людина в системі соціально-політичних відносин, а також від психолого-фізіологічних факторів. Суб'єктивні фактори політичного процесу впливають на визначення міри політичної відповідальності: чи вона відповідає об'єктивній ситуації, чи протистоїть їй.

Таким чином, політична відповідальність розуміється як така, що пов'язана з активною, свідомою, ініціативною, правомірною діяльністю людини як суб'єкта політики та є основною умовою свободи в її розумінні усвідомленої та відповідальної діяльності.

Дослідження політичної відповідальності в контексті взаємної політичної відповідальності державної влади і громадянина в сучасній правовій державі проводив В.Торяник. Досліджуючи джерела виникнення поняття відповідальності, він дійшов висновку, що «політична відповідальність стверджувалася в першу чергу як відповідальність влади, котра розумілася як сукупність мір, що забезпечують приведення влади у відповідність з “договором” між владою і суспільством — законами, примушення влади до виконання прийнятих зобов’язань, обіцянок і схвалених суспільством програм» [174]. Таке розуміння політичної відповідальності притаманне західній політичній традиції, на відміну від вітчизняної, в якій під політичною відповідальністю розуміли не відповідальність влади перед народом, а відповідальність усіх (як кожного громадянина, так і правителя) перед державою. Використання поняття відповідальності поруч з поняттям політичної свідомості (рос. сознательность) в радянській політичній публіцистиці свідчить про те, що передумовою політичної відповідальності вважали усвідомлення певних політичних ідей, цінностей, норм, моделей поведінки, тобто акцентувався ціннісний характер.

Торкаючись політичної відповідальності як важливого стимулюючого інструменту впливу на політичну поведінку, В.Торяник нагадує, що в часовому вимірі феномену відповідальності існує його проспективний аспект, який розуміють як відповідальність за те, що необхідно зробити, та ретроспективний аспект як відповідальність за скоєну дію, та зазначає, що політична відповідальність є, переважно, саме проспективною. Відповідальність може бути як за щось чи когось, так і перед кимось/чимось.

У світі політичного існує відповідальність політика перед громадянами і за громадян. У демократичному суспільстві політична відповідальність полягає також в тому, щоб забезпечувати і відстоювати право інших на відповідальність, що є неодмінною умовою індивідуального зростання кожної особистості. Виходячи з цього одним з важливих завдань інститутів

політичної соціалізації є цілеспрямоване формування політичної відповідальності громадян, а завданням владних інститутів – забезпечення права громадян на політичну відповідальність та усвідомлення власної відповідальності за суспільство та перед ним.

З поняттям політичної відповідальності тісно пов'язане *відчуття політичної ефективності* («political efficacy»), яке, на нашу думку, має безпосереднє значення для перетворення набутих у процесі політичної соціалізації знань, переконань, умінь і навичок в активну політичну діяльність.

Політична ефективність розглядається в двох ракурсах: відчуття людиною своєї здатності впливати на політичні процеси та ступінь її довіри до владних структур. Концепція політичної ефективності розроблялась західною політичною наукою з 50-х років XX століття. Постановка проблеми була зроблена дослідниками Мічиганського університету А.Кемпбелом, Дж.Гуріном та В.Міллером, які дійшли висновку, що наявність відчуття політичної ефективності сприяє політичній участі громадян. Серед дослідників, які мали відношення до подальшої розробки концепції –К.Нікрем, Е.Мюллер М.Селигсон, Г.Алмонд, С.Верба, Д.Істон, Дж.Денніс та інші.

Г. Алмонд та С. Верба висунули тезу, що наявність у громадянина суб'єктивної політичної компетенції збільшує вірогідність його активної участі у політиці та ступінь задоволеності існуючим режимом, тобто ступінь лояльності до держави. Дж. Денніс та Д. Істон у процесі своїх досліджень виділили три об'єкти спрямування політичної ефективності у американських школярів: політична громада (основні елементи політичної системи) режим та обрані представники влади. Підтримка основних елементів політичної системи виявилась найвищою, на основі чого можна зробити висновок, що існує певних резервуар почуттів політичної підтримки, який створюється в дитинстві та допомагає системі пережити часи кризи.

Наступним кроком було визначення двох базових компонентів відчуття

політичної ефективності: відчуття зовнішньої та внутрішньої політичної ефективності. Внутрішня базується на впевненості громадянина у тому, що його компетентності та розумових здібностей вистачає, щоб розуміти політику та впливати на неї, беручи участь у політичних діях. Відчуття зовнішньої політичної ефективності пов'язана з усвідомленням індивідом відповідальності влади перед своїми громадянами.

У процесі дослідження шляхів формування відчуття політичної ефективності вчені зробили декілька висновків. Так, було з'ясовано, що відчуття політичної ефективності впливає на поведінку дорослих громадян, формується в дитинстві але не передається в родині від батьків дітям, на нього слабо впливає система освіти, але впливають соціальний статус та культурні особливості середовища, не суттєво залежить від інтелектуальних даних людини, змінюється під впливом існуючої соціальної реальності. Основним фактором, що впливає на відчуття політичної ефективності, виявився фактор задоволення/незадоволення своїм соціальним становищем [1, с. 149-165].

У подальших дослідженнях, які проводили в Сполучених Штатах Америки, спостерігалось зниження довіри громадян до політичних інститутів, зростання відчуття невдоволення владною елітою, яке, парадоксально, не було пов'язане зі зниженням довіри до демократії в цілому, тобто спостерігалось зниження відчуття зовнішньої політичної ефективності при стабільному відчутті внутрішньої політичної ефективності.

Базуючись на теоретичних розробках західних соціологів та політологів, З.Гриценко провела дослідження з метою аналізу розвитку відчуття політичної ефективності в українських громадян в 90-х р ХХ ст. [57]. Результати цього дослідження є важливими для розуміння кризи політичної соціалізації в сучасній Україні, а отже,мають суттєве значення для нашої роботи.

Поки в західних демократіях прослідковувалось невпинне зниження відчуття зовнішньої політичної ефективності, українські громадяни, за

даними опитувань 2000року,збільшували свою довіру до політичних лідерів, навіть якщо покращення життя не відбувалося; до того ж, дані опитувань показали низький рівень готовності до політичного протесту, активну участь у голосуваннях і референдумі, низьку участь у суспільних організаціях та зниження інтересу до політики взагалі. Опираючись на тезу, що відчуття зовнішньої політичної ефективності тісно пов'язане із почуттям довіри до влади, З.Гриценко стверджує, що українці мають високий потенціал зовнішньої політичної ефективності.

Що ж стосується внутрішньої політичної ефективності, або ж іншими словами відчуття спроможності впливати на політику, то українці демонстрували вкрай низький рівень. Так, за даними 2000 р. 87,5% вважали, що не можуть вплинути на те, що робить уряд, 70,9% не вірили, що до їх думки прислухаються; ситуація з місцевим управлінням була аналогічна: 81% та 53,9% відповідно. Причому при відповідях на питання щодо переваг колишньої комуністичної системи чи сучасної демократичної у наданні можливості громадянам впливати на владу 40% опитуваних не відчули жодної різниці, але 48,4% людей у 2000 році вважали, що, незважаючи на всі недоліки, демократична система більше підходить для України. Пояснюючи подібні неузгодженості, автор робить припущення, що низький рівень внутрішньої політичної ефективності українських громадян більшою мірою пов'язаний з низькою оцінкою дій сучасного політичного режиму, аніж з низькою оцінкою демократичної системи в цілому. Адже за результатами опитувань 60,2% згодні з тим, що демократія є найкращим шляхом до узгодження різних інтересів. З.Гриценко припускає, що громадяни не відчули істотних змін у дії нових демократичних інститутів влади, не вважають їх системою, що представляє інтереси народу, не відчули своєї відповідальності за дії демократичних політичних інститутів влади, а також, що влада недостатньо змінила механізми політичної дії.

На нашу ж думку, коріння подібної ситуації криється якраз в політичній соціалізації особистості. Як відомо, в радянській Україні до

середини 80-х років існував переважно гегемоністський тип політичної соціалізації, що є характерним для тоталітарних, закритих систем, який формував негативне ставлення людини до будь-яких соціальних та політичних систем, що сповідали інші цінності, одним словом, до всіх, крім «своєї». Така модель політичної соціалізації дозволяла здійснювати повний контроль над процесом трансляції політичних ідей партії у внутрішню структуру особистості, починаючи з дитинства. Цей процес охоплював всі інститути соціалізації – сім'ю, систему освіти, армію, суспільні організації, мас-медіа, які були єдиним механізмом політичного виховання, заснованим на класовій ідеології, і формували у людини специфічні моделі політичної поведінки, впроваджували певні політичні цінності. Система вимагала беззаперечної підтримки; відданість, лояльність до держави культивувалась як пропагандистськими, так і примусовими методами, тобто рівень зовнішньої політичної ефективності був безпрецедентно високим. Водночас, за відсутності елементарних демократичних інститутів від людини не тільки не вимагали впливати на процес владних перетворень, вона за життя не мала такого досвіду взагалі. Більшість громадян сучасної України пройшли первинний етап політичної соціалізації, коли закладаються базисні уявлення про світ політичного, саме в Радянському Союзі, а нездатність влади до ефективного керування державою не сприяє перетворенню нових, привабливих для громадян (що підтверджено результатами дослідження З.Гриценко) демократичних цінностей у власні переконання та дієві моделі поведінки.

Нагадаємо, що дослідження відчуття політичної ефективності громадян проводилось З. Гриценко в 2000 році. Скориставшись даними соціологічної службою Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, можна спробувати відтворити ситуацію із зовнішньою та внутрішньою політичною ефективністю громадян України станом на 2008-2009 роки. Рівень зовнішньої політичної ефективності, на нашу думку, можуть репрезентувати результати соціологічного опитування,

за допомогою якого намагалися простежити динаміку зміни ставлення громадян до влади протягом років 2006-2008.[1] Дані опитування представлені на рис. 2.1 [165].

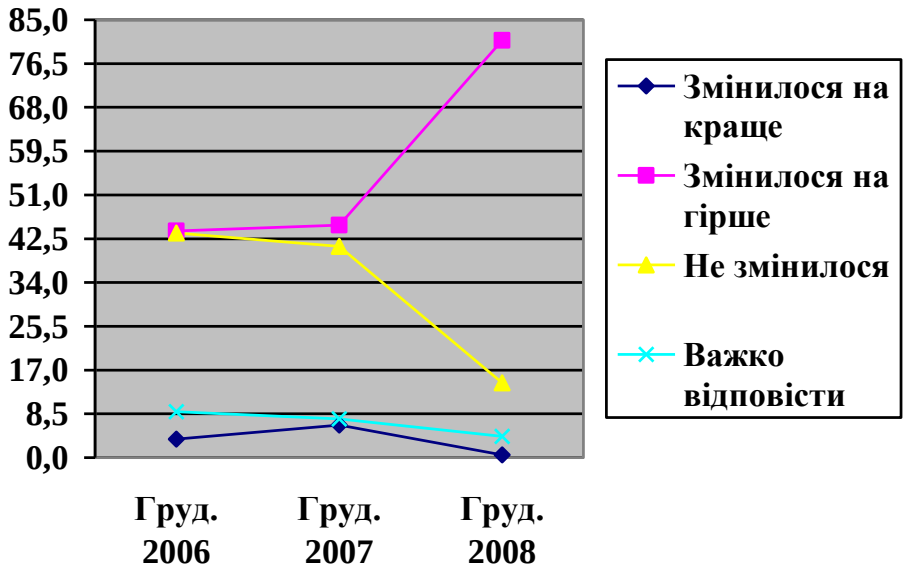


Рис. 2.1 Соціологічне опитування. Яким чином протягом минулого року змінилося ставлення громадян до влади? (динаміка, 2006-2008)

Отже, згідно з графіком ми спостерігаємо різке зростання негативних змін у сприйнятті громадянами України влади станом на грудень 2008 року відносно до аналогічного періоду 2006 та 2007 років. Оскільки позитивне ставлення до влади виражається в довірі до неї, можна зробити висновок, що 81% громадян України вважають, що влада втратила їхню довіру. 14,5% не змінили свого ставлення до правлячих кіл, 4,1% не змогли дати відповідь і лише 0,5% збільшили свій рівень довіри до влади протягом року. Дані дослідження вражають. Як і припускала З.І.Гриценко, віра громадян у відповідальність влади перед своїми виборцями не лише похитнулась, а й стрімко падає. Причиною цього, на нашу думку є як явні проблеми сучасної

[1] Дослідження проведене соціологічною службою Центру Разумкова з 17 по 24 грудня 2008 року. Було опитано 2017 респондентів віком від 18 років у всіх областях України, Києві та Криму за вибіркою, що репрезентує доросле населення України за основними соціально-демографічними показниками. Вибірка опитування будувалася як стратифікована, багатоступенева, випадкова із квотним відбором респондентів на останньому етапі. Опитування здійснювалося у 129 населених пунктах (із них 75 міських та 54 сільських поселень). Теоретична похибка вибірки (без врахування дизайн-ефекту) не перевищує 2,3% з імовірністю 0,95.

української політичної еліти з ефективним керуванням країною, так і світова економічна криза, яка суттєво вплинула на рівень життя середнього українця. Таким чином, лояльність громадян України до правлячої еліти знижується, знижується відповідно і рівень їх зовнішньої політичної ефективності. Але чи змінюється при цьому рівень внутрішньої політичної ефективності, чи вважають громадяни себе спроможними впливати на політичні події в країні? Відповідь на це питання спробуємо знайти в результатах іншого соціологічного опитування, проведеного соціологічної службою Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова[2] [167]. Результати опитування репрезентовано на рис. 2.2.

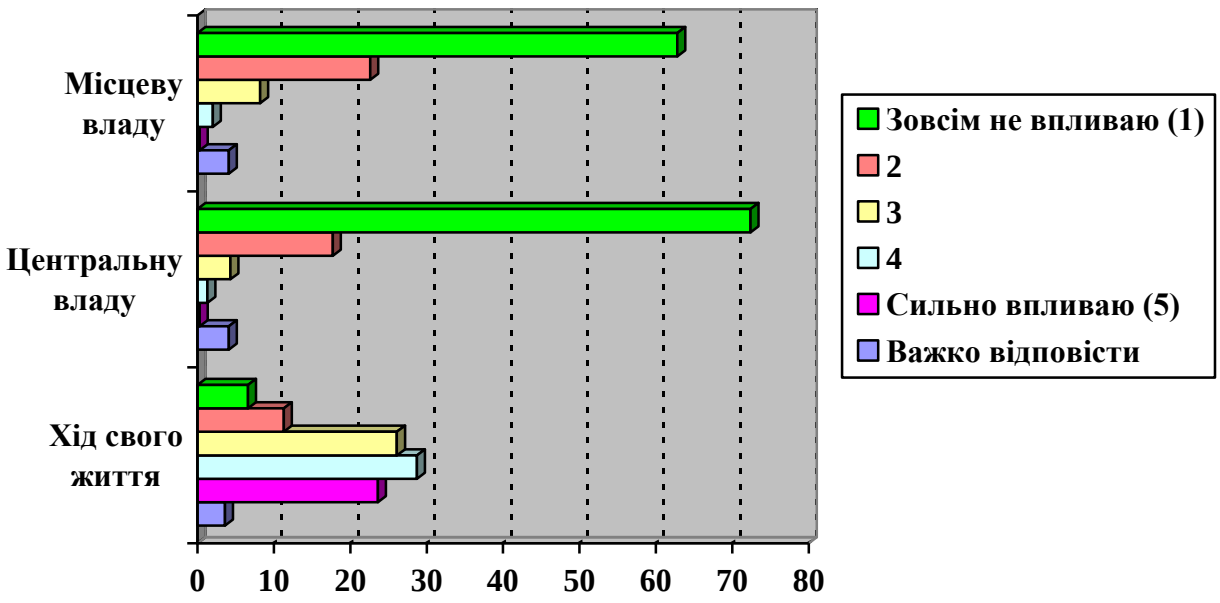


Рис. 2.2. Соціологічне опитування. Якою мірою Ви впливаєте на владу?

За шкалою, де «1» означає, що Ви зовсім не впливаєте, а «5» — що Ви сильно впливаєте

Як бачимо, результати дослідження свідчать, що 72,4% опитуваних

[2] Дослідження проведене соціологічною службою Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова з 27 лютого по 5 березня 2009 року. Було опитано 2012 респондентів віком від 18 років у всіх областях України, Києві та АР Крим за вибіркою, що репрезентує доросле населення України за основними соціально-демографічними показниками. Вибірка опитування будувалася як стратифікована, багатоступенева, випадкова із квотним відбором респондентів на останньому етапі. Опитування здійснювалося у 129 населених пунктах (із них 75 міських та 54 сільських поселень). Теоретична похибка вибірки (без врахування дизайн-ефекту) не перевищує 2,3% з імовірністю 0,95

вважають свій вплив на центральну владу нульовим; відносно до місцевої влади показник тих, які вважають, що зовсім не впливають на її діяльність, складає 62,8% . У порівнянні з даними дослідження, проведеного З.І.Гриценко, відсоток тих, хто вважає, що не має ніякого впливу на владу суттєво зменшився як на центральному, так і на регіональному рівнях. Нагадаємо, що в 2000 році цей відсоток становив 87,5% стосовно до центральної влади та 81% стосовно до місцевої влади. 23,6% опитуваних вважають, що вони мають різнорівневий вплив на діяльність центральної влади, а відсоток тих, хто, на їх думку, може певним чином впливати на місцеву владу, складає 33,1%. На нашу думку, ситуація з відчуттям внутрішньої політичної ефективності, тобто відчуттям власної можливості впливати на політику значно змінилась відносно до аналогічних позицій українських громадян у 2000 році. Майже чверть громадян впевнена у своїй здатності впливати на загальнодержавні політичні події, а більше третини вважає себе здатним змінювати політичну ситуацію на місцях. Спостерігається тенденція, характерна для більшості західних демократій, – зниження рівня відчуття зовнішньої політичної ефективності та збільшення рівня внутрішньої.

Ця тенденція може бути оцінена подвійно. Негативним в ній є те, що занадто низький рівень довіри до влади може спричинити кризу демократії як системи в Україні. Розчарувавшись у діяльності владної еліти, громадяни можуть перенести свої негативні почуття і на демократію в цілому, що може спричинити як хвилі протесту та насилля, так і загрозу повернення до жорстко-авторитарного типу управління як єдиного, який «здатен забезпечити порядок». Про це, наприклад, свідчать дані ще двох опитувань, проведених соціологічною службою центру Разумкова. За результатами одного з них на питання «Яка модель побудови державної влади була б кращою для України?» 34,2% вибрали варіант відповіді «Жорстка владна вертикаль, що керується з одного центру» [163]. Інше опитування мало на меті з’ясувати рівень готовності до політичного протесту. Результати

дослідження показали, що станом на березень 2009 року 23,8% опитуваних (при вибірці в 2012 респондентів) готові взяти участь у незаконних формах протесту (порівняти: в грудні 2008 цей показник становив 17,5%) [158].

Позитивне значення описуваної тенденції полягає в поступовій заміні делегативної демократії, яка, на думку західних дослідників, має місце в Україні [10, с. 348], справжньою демократією, яка передбачає активну участь громадян у політичному житті країни. Наявні результати свідчать про збільшення демократичних змін у свідомості та політичній культурі українських громадян.

Оскільки зміни у політичній свідомості людини тісно пов'язані з процесом політичної соціалізації, то можна говорити як про певні успіхи у процесі ресоціалізації старшого покоління, так і про позитивні зрушення у первинній соціалізації молоді, а також про можливість використовувати показник відчуття внутрішньої політичної ефективності як критерій ефективності політичної соціалізації. Цими успіхами, на нашу думку, українське суспільство завдячує діяльності громадських організацій, таких, наприклад, як українсько-канадський проект «Розбудова демократії», що здійснює свою просвітницьку діяльність у тісному партнерстві з Міністерством освіти і науки України та провідними закладами освіти, серед яких і Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Звісно, що вплив подібних організацій на політичну соціалізацію громадянина обмежений багатьма факторами, зокрема більшість з них орієнтується на освітні програми для молоді, а старше покоління залишається поза їх впливом, не говорячи уже про те, що політична соціалізація, як відомо, не обмежується політичною освітою та вихованням, а включає в себе і вплив інших інститутів політичної соціалізації, таких, наприклад як засоби масової комунікації.

Висновки до другого розділу.

Складний взаємозв'язок політичної соціалізації і політичної культури полягає в тому, що політична культура, як явище багатогранне, будучи

метою політичної соціалізації, одночасно є і середовищем політичної соціалізації, і тим фактором, що впливає на її протікання. Концепція політичної соціалізації знаходить свої витоки в загальній концепції соціалізації та проходить шлях від класичної політичної думки, представленої моделями «підкорення та «інтересу», через системний аналіз політики, теорію конфлікту, теорію плюралізму та теорію гегемонії до усвідомлення її як міждисциплінарної галузі досліджень. На нашу думку, політична соціалізація – двосторонній процес, що полягає, з одного боку, у засвоєнні індивідом цінностей, знань, рольових зразків, моделей поведінки, що дозволяють долучитись до політичного життя суспільства, цілеспрямовано та стихійно, з політичних та неполітичних джерел, будучи при цьому як об'єктом так і суб'єктом дії; з іншого боку, – зворотного процесу перетворення політичного досвіду особистості в політичну дію, поведінку, реалізації його в статусно-рольових моделях поведінки в певному політичному просторі. Означені процеси складають зміст політичної соціалізації.

Специфіка формування політичної свідомості особистості засобами масової комунікації розглядається у межах масовокомунікаційної «теорії ефектів» та з використанням плюралістичного підходу до розуміння поведінки людини П. Сорокіна. Розглянувши актуальні підходи до масовокомунікаційних ефектів, можна визначити соціалізаційні ефекти масової комунікації як наслідки фізіологічного, психічного, соціального характеру, що відбиваються на результатах становлення політичної поведінки особистості та прояву політичної активності, засвоєння цінностей, знань, рольових зразків, які дозволяють адаптуватися до політичного життя суспільства. Базуючись на плюралістичному підході до поведінки людини, була окреслена взаємозалежність ЗМК та космічних, біологічних і соціальних чинників, яка проявляється і у їх впливах на формування політичної свідомості та на процес політичної соціалізації, Впливи ЗМК на політичну соціалізацію проявляються на двох рівнях – суспільство і особистість. На

мікрорівні соціалізаційні ефекти ЗМК залежать від дій космічних, біологічних та соціально-психологічних факторів. На макрорівні ЗМК впливають на всі сфери суспільства: економічну, політичну, соціальну і духовну, взаємопов'язаність цих сфер обумовлює вплив кожної з них на політичну соціалізацію особистості. На нашу думку, є можливим поділити соціалізаційні впливи ЗМК на дві великі підгрупи: впливи, що стосуються створення у свідомості картини політичного життя, та впливи на електоральну поведінку громадян. В обох групах можливі прояви маніпулятивних технологій, які викривлюють процес політичної соціалізації.

Комунікаційна складова ефективності політичної соціалізації міститься у діалектичному поєднанні двох полюсів ефективності масової комунікації – абсолютної та нульової ефективності, де полюс абсолютної ефективності означає цілковиту довіру до ЗМК, себто підвищені можливості впливу мас-медіа на політичну соціалізацію, а полюс нульової ефективності – разом з повною відсутністю довіри до ЗМК є індикатором створення інформаційних полів, які дозволяють громадянам самостійно користуватись інформацією та приймати рішення, тобто створюють умови для розвитку політичної свідомості. Критеріями ефективності політичної соціалізації є наявність політичної поінформованості, політичної компетентності та політичної активності, політичної зрілості та політичної відповідальності. Окремо виділяється критерій відчуття політичної ефективності, зовнішньої та внутрішньої.

РОЗДІЛ 3
ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ПОЛІТИЧНУ СОЦІАЛІЗАЦІЮ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

3.1. Комплексний аналіз впливу вітчизняних засобів масової комунікації на політичну поведінку особистості

На нашу думку, для дослідження особливостей впливів ЗМК на політичну соціалізацію у сучасній Україні насамперед необхідно розглянути стан та особливості функціонування українських мас-медіа.

Не викликає сумніву, що за роки незалежності в Україні сталися суттєві зміни у просторі ЗМК. Значно збільшуються реальні технічні можливості телебачення, у сотні разів зросла кількість приватних телерадіокомпаній. На сьогодні в українському суспільстві, спостерігається співіснування різних ЗМК: поява нових інформаційних джерел змінює відносини в системі мас-медіа, перерозподіляючи функції між засобами та забезпечує систему новою якістю. Відсутність одного з ЗМК позначилась би на кількості та якості отримуваної інформації.

Як відомо, інституціональні зв’язки мас-медіа досить складні, а ефективність їхнього функціонування в соціумі, участь у процесах соціальної диференціації і соціальної інтеграції залежать від того, наскільки їхні домагання на самостійність існування поєднуються, погоджуються, а також протистоять впливові, тиску й домаганням інших інститутів [95, с. 133].

Ці залежності по-своєму проявляються в українському інформаційному просторі, зокрема у взаємовідносинах ЗМК з владою, громадськими й бізнесовими структурами, а також споживачами інформації — чисельно великими аудиторіями. Особливості обумовлені радикальними змінами щодо ролі держави в управлінні ЗМК. Зі здобуттям країною незалежності вони перестали бути допоміжним додатком до центральних мереж тоталітарно-

ідеологічного спрямування колишнього СРСР, але ще не перетворилися у потужний фактор національного відродження та державотворення на демократично-правових засадах.

У радянські часи під державним контролем було 90% медіа-ресурсів, діяльність яких регулювалась партійними відділами з інформації. Зараз ЗМК переживають болісний перехід від радянської моделі функціонування до нової, що теоретично повинна бути заснована на демократичних засадах.

Зародження в суспільстві ринкових відносин і поява ринку мас-медіа поставили питання про виникнення альтернативних державним приватних електронних ЗМК, що було до теперішнього часу найважливішою віхою у зміні медіаландшафту України. Проте кількість нових ЗМК далеко не завжди переростає в якість, і перш за все – в якість найвищого ґатунку.

Актуальною є проблема розглядання владою ЗМК не тільки як галузі індустрії, але й, насамперед, як інструменту політичної влади, могутнього каналу впливу на масову свідомість. Цим пріоритетам підкорене функціонування ЗМК в Україні. Серед причин цього можна назвати політичну нестабільність, слабкість та невизначеність законодавчої бази, що стосується ЗМК.

З одного боку, існує Закон України "Про Інформацію" (від 2 жовтня 1992 року), який встановлює загальну правову базу для отримання, використання, розповсюдження та зберігання інформації, підтверджує права особистості на інформацію, регулює доступ до інформації та забезпечує її захист. Здійснено унормування діяльності окремих засобів масової комунікації у відповідних Законах України [137-142].

Більшість із названих вище законів за своїм змістом відповідають європейським нормам законодавства, але їх прийняття ще не гарантує окресленого в них порядку функціонування ЗМК в Україні. Про це свідчить і висловлення Г.Почепцова, який підкреслює задовільний стан українського законодавства порівняно з іншими пострадянськими країнами, але зауважує, що «проблемою України є не закони, а їх впровадження» [136, с. 25]. А,

враховуючи конфліктність соціальної функції ЗМК, що зумовлена необхідністю об’єктивного інформування населення про суспільно-важливі події та факти, як про позитивні, так і про негативні, їх відносини з представниками влади далеко не завжди теплі, в кращому випадку – це стосунки посередництва. Причому владні структури завжди прагнули встановити контроль над ЗМК, використовуючи найрізноманітніший спектр засобів. Так сформувалась неоднорідність українських мас-медіа. З одного боку, існують ЗМК, засновані та контрольовані урядом, а з іншого, – працюють формально незалежні приватні та партійно-опозиційні ЗМК. Оскільки перша група служить пропагандистським рупором уряду, то жодних суперечностей між урядом та цими ЗМК не виникає. Незалежні ж та опозиційні до правлячої еліти мас-медіа натомість критикують урядову політику і нерідко конфліктують з нею.

Слід визнати, що у перші роки незалежності виникнення альтернативних до державних телепрограм нових недержавних приватних телеорганізацій було першою ознакою свободи слова у країні. Якщо до розмаїття національних програм новин додати російські та глобальні міжнародні інформаційні канали, які з’явились із появою кабельного телебачення, то склалася картина лібералізації інформаційного простору України, що надало її громадянам право одержувати інформацію з різних джерел, самим робити зіставлення та висновки. Але з часом у цій галузі політичної комунікації відбуваються суттєві трансформації, які йдуть не на користь процесам демократизації та лібералізації в українському суспільстві.

Зокрема, окрім державної позиції зменшення обсягів телерадіомовлення Росії у Україні, що пояснювалося, передусім, боротьбою з мовно-культурним домінуванням, спостерігається тенденція зникнення з екранів «незручних» передач.

Пояснити це можна тим, що на цьому етапі розвитку вітчизняні мас-медіа підпадають під контроль з боку інституту влади (держави, правлячих еліт, політичних партій), а також з боку економічних структур, капіталу,

комерційних кіл, орієнтованих на функціонування їх як прибуткових індустріальних комплексів, що виробляють інформаційну й розважальну продукцію, розраховану на масове споживання. У тих ситуаціях, коли державний вплив обмежено, майже завжди існує альтернативний вплив бізнесових кіл. В Україні ЗМК часто активно та відкрито проводять політичну лінію, якої дотримується власник. Причому слід зазначити, що для багатьох власників медіа-бізнесу прямі прибутки від мас-медіа становлять краплю в морі, порівняно з їх основними активами; більш, ніж гроші, приваблює можливість активно впливати та формувати громадську думку.

Щодо об'єктивності та оперативності інформування телеглядачів про суспільно-політичні та інші події в Україні та за кордоном, то вони можуть роз'яснюватися та висвітлюватися так, як те потрібно замовнику.

Якщо порівнювати державні та комерційні канали, то серед основних негативних рис діяльності державних телеорганізацій можна виокремити значну тенденційність та неприховану політичну заангажованість; низький художній та технічний рівень подання інформації; низьку професійну підготовку журналістських кадрів; відсутність сучасного обладнання для телерадіомовлення.

Наявність комерційних ЗМК гарантує прояви конкуренції, але, як показує практика, марно очікувати, що конкуренція буде основана на намаганнях задовольнити бажання всієї аудиторії. Для того, щоб вийти на ринок з новим проектом та хоча б дістатися беззбиткового рівня, потрібні рекламні бюджети, для яких, в свою чергу, потрібна велика аудиторія, яку потрібно зібрати за короткий час. А найкоротший шлях для цього – це перевірені шоу та програми, які дублюються українською із закордонних джерел, або права на їх вихід в ефір купуються у інших рейтингових каналів. Таким чином, приватні мас-медіа відрізняються стрімким зростанням комерціалізації.

Із вересня 1996 року частка розважальної продукції в загальному репертуарі мовлення підвищилася з третини до половини на недержавних

національних каналах («1 + 1» та «Інтер»); з половини до 70% – на комерційних каналах, серед цієї продукції окремо слід визначити великі рекламні блоки, не заявлені в програмі. За змістом комерційна модель комунікаційного каналу орієнтована на масову культуру в її американському варіанті. Масова комунікація, як виявилось, підпадає під вплив інституціональної культури. Домінуючий тип культури накладає санкції на трансмісію мас-медіа узаконених цінностей, норм, стилів життя окремих соціальних груп та суспільства загалом.

Однак, за даними медіа-консалтингової компанії «Media Resources Management», все більшу помітною стає позитивна тенденція відносно місцевих програм. 76% програм, що потрапили до топ-десяток в усіх країнах були створені місцевими виробниками, а доля американського продукту в топах становить 10%, що свідчить про втрачання ним своєї популярності [13].

Однією з особливостей української культурної сфери є те, що переважна більшість населення набагато частіше контактує з медіа, ніж відвідує кінотеатри, театри, виставки, тобто медіа, особливо телебачення, відіграє надзвичайно велику роль у процесі соціалізації населення. Асиметрія між залученістю населення до контактів з медіа та його участю в інших традиційних формах культури існує в будь-якому сучасному суспільстві. Але в українському суспільстві ситуація погіршується ще й різким падінням відвідування театрів, музеїв, виставок тією категорією людей, які раніше культивували подібні культурні контакти.

Сьогодні аудиторія телебачення практично дорівнює всьому дорослому населенню, за винятком 4-6%. При цьому, незважаючи на задекларовану турботу про споживачів, об’єктивно аудиторія як спільність тих, хто сприймає та розуміє, не є головним інтересом медіа. Маркетингові дослідження, що їх проводять на замовлення мас-медіа, часто спрямовані не на означення кола соціально значущих питань, які хвилюють аудиторію, а на виявлення так званої цільової аудиторії для рекламодавців.

Що ж стосується політики, то можна помітити, що політичні лідери поступово перетворюються на бренд, який потрібно правильно позиціонувати, щоб «продати» з найбільшою вигодою, для чого необхідно визначити «рекламне посилання», на яке відгукнеться населення-електорат, і потім тиражувати його на якомога більшій кількості медіа-ресурсів.

За таких умов досить складними та невизначеними є взаємовідносини мас-медіа та громадської думки. Метафори "голос народу", "четверта влада" покликані створювати уявлення про мас-медіа як про речника громадської думки. Мас-медіа, як неодноразово було наголошено, є індикатором стабільності у суспільстві. Сучасна політологічна традиція вважає пресу доповненням до класичної тріади гілок у державі: законодавчої, виконавчої і судової, тобто четвертою незалежною владою, або першою суспільною владою. У пресі вбачають "суспільний барометр" регулювання суспільно-політичного життя суспільства, підкреслюючи, спираючись на світовий досвід, що ключовими ознаками демократичного суспільства є не лише сформована народом законодавча, виконавча, судова влада, а й незалежна й високоавторитетна четверта влада − ЗМК. Саме вона має широку можливість впливу на громадську думку, суспільну свідомість і поведінку мас.

Проблема незалежності та свободи слова ніколи не втрачала свого великого значення та соціальної гостроти, але якщо декілька років тому на фоні стабільної економічно забезпеченої держави була майже відсутня політична свобода, то зараз ми маємо офіційно декларовану політичну свободу, але занурюємось у фінансову та економічну кризу.

Ефект планової політики відносно до мас-медіа ми бачимо й зараз, але в дещо інакшому вигляді: виданню важко вижити виключно за власний рахунок, а прибуток від реклами – річ нестабільна, бо залежить від багатьох факторів. Тому доводиться розраховувати на підтримку ділових кіл і – як з цього випливає – обслуговувати політичні інтереси власника, що нерідко обумовлює специфічну роль української преси – її "клановий" характер. Більшість видань перебуває в сильній залежності від політичних та

комерційних груп, які здійснюють вплив на редакційну політику через фінансування. Така ситуація, як виявилось, характерна не лише для електронних ЗМК, але й для друкованих. Вона склалась тому, що всі газети, які орієнтуються на суспільно-політичну тематику, є неприбутковими. Вартість друку висока, а купівельна спроможність населення низька через кризу в економіці.

Ті ж самі кризові процеси в економіці призвели до слабкої читацької активності громадян, наслідком чого є зростаюча впливовість електронних медіа, адже дивитись телебачення можна безкоштовно.

З огляду на вищесказане, можна зробити умовний функціональний поділ форм ЗМК відносно до політичної соціалізації. Так, телебачення та радіо, перебуваючи у державному чи комерційному підпорядкуванні, з огляду на їх масовість створюють основну інформаційну та емоційну канву політичних подій, тоді як у пресі розставляються аксіологічні акценти, преса є джерелом коментарів до подій та найдоступнішим посередником у здійсненні пропаганди поглядів та ідей різноманітних політичних партій.

На нашу думку, вплив засобів масової комунікації на процеси політичної соціалізації особистості в Україні простежується на всіх етапах входження людини у світ політичного. Як відомо, політична соціалізація бере свій початок у родині як частина загального процесу виховання, включаючи в себе і неочікувані стихійні впливи з боку навколишнього середовища. Певний характер сімейних стосунків, рівень батьківської влади, політичні симпатії батьків впливають на засвоєння дитиною базових уявлень про політику. У родині засвоюється лояльне ставлення до держави, її дифузна підтримка. На сучасному етапі, інститут сім’ї в Україні є досить неефективним агентом політичної соціалізації. Пояснюється це декількома факторами:

- по-перше, в умовах ідеологічної невизначеності та нестабільності політичних структур суспільства, досить важко зорієнтуватись у великій кількості економічних, політичних та соціальних змін, тобто якщо доросла

людина не завжди в змозі зробити висновки щодо політичних колізій українського політикуму, то навряд чи вона зможе свідомо впливати на політичну соціалізацію дитини;

- по-друге, період первісної соціалізації більшості громадян України відбувся у часи Радянського Союзу, а отже, їх власні уявлення про політику зараз проходять болісний процес змін, який характеризується, з одного боку,зневірою у дії влади, що підтверджується результатами соціологічних опитувань, з іншого, - інтеріоризацією нових, демократично-правових цінностей. Таким чином, політична соціалізація в родині набуває суперечливих рис;

- по-третє, кризисні явища в економіці змушують батьків витрачати всі сили на фінансове забезпечення родини, а отже часто виховання дитини перекладається на засоби масової комунікації, насамперед – телевізійні програми, згодом – Інтернет.

У підсумку можна сказати, що у період трансформації суспільно-політичної системи, що спостерігається зараз в Україні вплив сім'ї на політичну соціалізацію молоді зменшується порівняно зі стабільними періодами.

За даними GFK Ukraine, щодня кожна людина присвячує телебаченню майже три години, цей час варіюється від чотирьох з половиною годин (або 273 хв.) взимку до двох з половиною годин (або 167 хв.) влітку [64].

Враховуючи вищесказане, можна припустити, що одним з найважливіших агентів політичної соціалізації на ранній стадії стає телебачення.

Політична соціалізація людини продовжується в системі освіти, де формуються ціннісні аспекти ставлення до політики та накопичуються теоретичні знання про світ політичного. Справедливим є твердження, що «ефективність і результативність самореалізації молоді великою мірою обумовлена її політичною освіченістю» [143, с. 143]. Не викликає сумніву, що політична освіта «прилучає молоде покоління до культури вчорашнього

та сьогоднішнього дня в політичній сфері суспільного розвитку, а також у загальноцивілізаційній світоглядний простір» [132, с. 125]. Погоджуючись з Н. Пробийголовою в тому, що «політична освіта є важливим засобом політичної соціалізації особистості, її інтеграції у політичну систему, формування рис громадянськості, що передбачає засвоєння чинних норм політичного життя, політичних ідеалів та цінностей, способів політичної взаємодії, прийомів впливу на владу та участі у розв'язанні спільних проблем» [143, с. 143], не можемо не зазначити, що зміни в політичній системі країни вимагають і реформ в системі освіти. Значна робота проводиться щодо впровадження в дію вимог Болонської системи, але наразі більшість вчителів залишаються носіями старої політичної культури, відтворюють політичні орієнтації, отримані на етапі первинної соціалізації. Отже, процес засвоєння політичних норм, цінностей і моделей поведінки в системі освіти має стихійний та суперечливий характер, за рахунок чого зростає внесок інших каналів політичної соціалізації, таких як однолітки, сім'я, неформальні групи, молодіжні організації та, звісно, засоби масової комунікації.

Звичайно, ЗМК не можуть забезпечити систематичне і глибоке засвоєння політичних знань. Це завдання спеціальних освітніх установ. Та все-таки мас-медіа, супроводжуючи людину протягом усього життя, у тому числі й після завершення навчання, значною мірою впливають на сприйняття нею політичної та соціальної інформації. При цьому під виглядом політичної освіти в людей можуть формуватися й псевдораціональні структури свідомості, що спотворюють реальність під час її сприйняття.

Окремо слід згадати спеціальні знання і навички, що їх потребує користування інформаційними потоками. Так, наприклад, уміння спілкуватись у віртуальному середовищі мережі Інтернет може навіть бути фактором диференціації в сучасному молодіжному середовищі.

Інтернет, який зараз переживає період одночасного формування та бурхливого росту як в світі, так і в Україні, на нашу думку, можна виділити в

окрему категорію ЗМК як за особливостями реалізації, так і за обсягами інформації та додатковими можливостями для самореалізації, які надаються споживачу. Помітна також популярність Інтернету як джерела соціально значимої інформації в процесі політичної соціалізації. Ця популярність заснована на таких властивостях Інтернету, як доступність, оперативність (долі секунди потрібні для отримання первісної інформації) та інтерактивність (можливість зворотного зв'язку). За кількістю користувачів Інтернет невпинно наближається до традиційних ЗМК, як ми можемо бачити за результатами дослідження кількості українських користувачів Інтернету, зробленого дослідницькою компанією «Gemius Україна» (див. рис. 3.3). Як бачимо, наразі кількість українських інтернет-користувачів у грудні 2008 року перевищувала 7 мільйонів осіб. А це − 15% від усього населення України (за даними перепису населення від 01.01.2009) і на 30% більше ніж за аналогічний період минулого року.

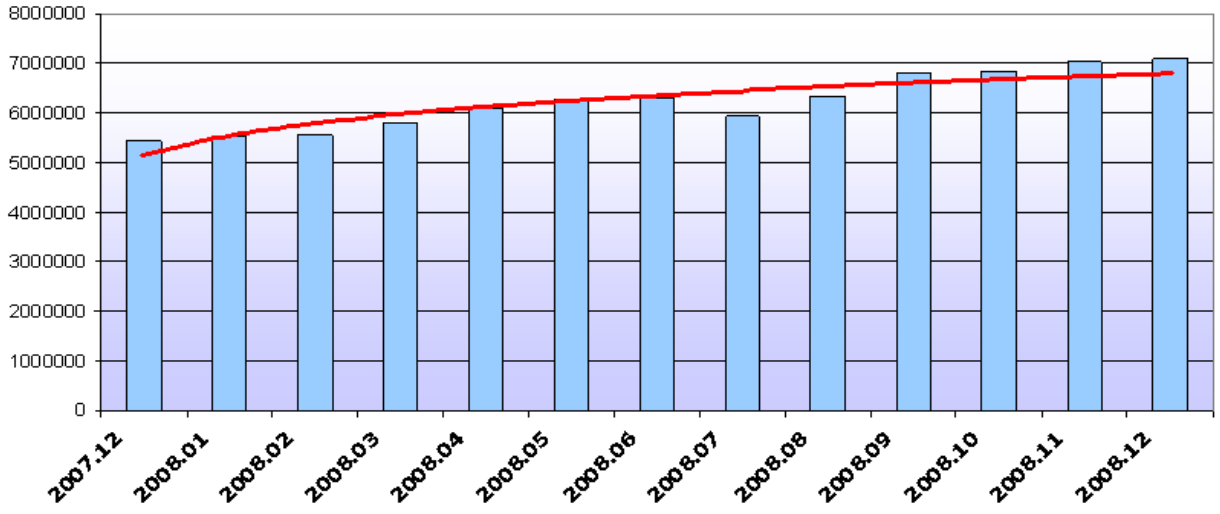


Рис. 3.3 Он-лайн аудиторія України за рік (*За даними дослідження gemiusAudience)*

На рис. 3.4 дані дослідження gemiusAudience, які демонструють віковий розподіл користувачів Інтернет. Так, ми бачимо, що 66% користувачів це найактивніша суспільна група у віці 16-34 років.

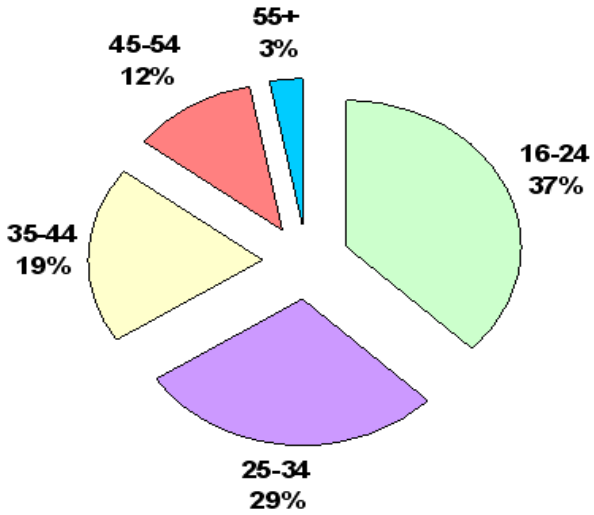


Рис.3.4 Склад аудиторії за віком (*За даними дослідження gemiusAudience)*

З одного боку, мережа відкриває доступ до різноманітнішої інформації, дозволяє будь-яким особам, соціальним групам, представникам партій оприлюднювати свої суспільно-політичні погляди. Тобто за допомогою Інтернету навіть найменш численні угрупування можуть бути репрезентовані в суспільстві та абсолютно відкрито висловлювати свої погляди, що робить мережу одним з головних інструментів демократизації країни. Однак подібна свобода має і зворотній бік. Наприклад, під час виборів Інтернет стає величезним простором для чорного піару саме завдяки його неконтрольованості.

В умовах становлення інформаційного суспільства в Україні політична соціалізація набирає особливих рис, пов'язаних в першу чергу з використанням нових інформаційно-комунікативних технологій. Інтернет є невід'ємною складовою сучасного інформаційного простору та виступає особливим агентом політичної соціалізації. Наприклад, однією з особливостей політичної соціалізації в Інтернеті є те, що мережа в якості агента політичної соціалізації виступає одночасно як мас-медіа (поширює інформацію, як ціннісно-нейтральну, так і емоційно забарвлену), та виконує функцію референтних груп, неформальних об'єднань, тобто сприяє засвоєнню політичних знань та навичок політичної поведінки за допомогою неформального спілкування у інтернет-спільнотах, які репрезентують тенденцію віртуалізації суспільства. У рамках теми нашого дослідження

вважаємо доцільним розглянути більш детально вплив Інтернету на політичну соціалізацію в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні.

Слід зазначити, що на державному рівні в Україні приділено достатню увагу питанню розвитку інформаційного суспільства. Так, зокрема, затверджені «Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки». В цьому документі одним з головних пріоритетів України оголошується «прагнення побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство, в якому кожен міг би створювати і накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, щоб надати можливість кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи суспільному і особистому розвиткові та підвищуючи якість життя» [139]. Там же зазначено, що розвиток інформаційного суспільства повинен здійснюватись через «участь відповідних об'єднань громадян у підготовці рішень органів державної влади та органів місцевого самоврядування з питань інформаційного суспільства і контролю за їх виконанням», адже «основним елементом громадянського суспільства виступає людина, інтереси та потреби якої виражаються через відповідні об'єднання громадян, такі як політичні партії, професійні об'єднання, асоціації, творчі спілки тощо». Таким чином, невід'ємною умовою створення інформаційного суспільства в Україні є існування розвиненого громадянського суспільства, шляхом до якого є ефективна політична соціалізація людини.

Російські дослідження інформаційного суспільства звертають увагу на можливості електронної демократії. Так, зазначає Д. Пєсков, існує ймовірність створення нової моделі ідеальної держави, в якій доступ до безпосередньої участі в управлінні утвореннями всіх рівнів, починаючи з будинку та завершуючи світом, отримують абсолютно всі громадяни, адже з розвитком Інтернету досягнення суспільного консенсусу всіх з усіма теоретично може проходити напряму, без участі політичних інститутів.

Тобто кожна окрема людина виявляється окремим актором в політичному житті будь-якої держави та світу в цілому. Віртуальні референдуми дозволяють виявляти суспільну думку хоч кожного дня без суттєвих матеріальних та людських затрат [122].

В Україні був створений проект «Електронна демократія» як законотворча частина проекту «Ідеальна країна», який має на меті надати громадянам можливість реалізувати свої державотворчі ініціативи. Ідея проекту, на нашу думку, втілює в собі базові засади політичної соціалізації в інформативному суспільстві. Налагодження всеукраїнської мережі, що має акумулювати в собі народу ініціативу, дозволяє віднаходити дійсно цікаві пропозиції, але основною метою, на нашу думку, має бути розвиток політичної активності населення, зацікавлення людини політикою, вироблення управлінських навичок, базових навичок демократичного діалогу в процесі прийняття політичних рішень, нарешті, формування політичної культури суспільства. В цілому, на нашу думку, подібні проекти є першим кроком до входження в інформаційне суспільство та важливим показником зародження нового підходу до політичної соціалізації.

Формування єдиного світового інформаційного простору через використання інтегрованих інформаційно-комунікаційних технологій відкриває доступ до великого масиву різноманітної інформації, в тому числі і про світ політичного. Позитивний аспект цієї тенденції є очевидним:

- поширення теоретичних знань про політику, що забезпечується численними віртуальними бібліотеками;
- можливість слідкувати за змінами у законодавстві країни, що забезпечується присутністю органів влади у інтернет-просторі, висвітлення на їх веб-сайтах останньої інформації щодо законотворчої діяльності;
- можливість моментально отримати як інформацію про політичні події, так і різносторонні коментарі до неї;
- можливість взяти участь у обговорюванні життєво важливих політичних питань чи на спеціально організованих громадськими

організаціями та політичними силами веб-сайтах, чи на численних форумах у стихійному порядку.

Подібних позитивних моментів безліч, але сутність в них, узагальнюючи, одна: інформаційно-комунікативні технології (ІКТ за термінологією ООН) надають доступ до різноманітної політичної інформації та можливість безпосередньої участі у державотворчих процесах. Відносно до політичної соціалізації це означає зменшення впливу такого традиційного інституту політичної соціалізації як сім'я. Слід звернути увагу, що інші традиційні джерела політичної соціалізації, такі як інститут освіти, групи однолітків, держава, партії та громадські організації в інформаційному суспільстві зберігають свій вплив, але діють опосередковано через ІКТ. Можливості інформаційно-комунікаційних технологій дозволяють переводити значну частину контактів з вищезгаданими суб'єктами політичної соціалізації у віртуальну сферу, що дозволяє значно розширити їх географічний та часовий простір. Так, можливості політичної освіти збільшують заклади дистанційного навчання, політична самоосвіта є доступною будь-якій людині, у якої є комп'ютер, підключений до мережі. Соціалізаційну роботу з боку держави забезпечують офіційні веб-сайти, на яких проводиться роз'яснювальна робота щодо актуальних проблем суспільства. Є можливість напряму ставити політикам питання та отримувати відповіді в режимі он-лайн. Спілкування з однолітками, в тому числі з політичних питань, теж переводиться в он-лайн. Численні спеціалізовані форуми, коментування новин, розмови в чаті та за допомогою месенджерів, таких як ICQ або Google Talk та Skype, спроможні повністю задовольнити потребу в спілкуванні з однолітками.

Але існують і негативні тенденції. Надзвичайно великий обсяг інформації викликає проблему його фільтрування, адже інформація може бути не тільки неякісною і недостовірною, але і відвертою дезінформацією. З цим пов'язані поняття «інформаційної війни» та «інформаційної безпеки». Вирішення питання інформаційної безпеки, аутентифікації, захисту

недоторканості приватного життя та прав споживачів є, за Декларацією принципів «Побудова інформаційного суспільства – глобальне завдання у новому тисячолітті», передумовою становлення інформаційного суспільства.

Відсутність сформованої інформаційної культури при наявності доступу до інформаційних мереж може спричинити руйнування усталених політико-культурних норм, цінностей, правил, тобто десоціалізацію людини, призвести до політичного та правового нігілізму. Також, як вже зазначалось, мозаїчність образів та фрагментарність подачі інформації в суспільстві нового типа заважає сприймати та усвідомлювати причинно-наслідкові зв'язки. Оскільки часові та просторові межі нівелюються, втрачається поняття минулого та майбутнього, вся інформація доступна в одну мить, вона існує тут і зараз. Позитивний аспект доступу до всіх точок зору на проблему може обернутись релятивізмом відносно до важливих та актуальних проблем суспільства.

Ще одним аспектом політичної соціалізації в інформаційному суспільстві є слабка її контрольованість. Головним чином мова йде про стихійні соціалізаційні впливи та самостійну роботу особистості з інтеріоризації політичних норм, цінностей та моделей поведінки, ніж про цілеспрямований вплив на політичну соціалізацію з боку держави.

Політична поведінка, що формується в інформаційному суспільстві має свої особливості. Так, з одного боку, збільшуються можливості для прояву політичної активності, сама активність зростає, з іншого боку, віртуальне середовище, однією з характеристик якого на цьому етапі є анонімність, сприяє появі безвідповідальності, яка може перетворюватись на почуття безкарності. Відсутність політичної відповідальності, що розуміється як свідоме дотримання політичним суб'єктом норм і правил політичного життя, розуміння сенсу та наслідків політичної діяльності, здатність до мобілізації політичної волі та визначення політичних цінностей може стати причиною антисоціальних дій особистості та нанести шкоду суспільству. Прояви такої безвідповідальності можна спостерігати у голослівних звинуваченнях,

бездоказових висловлюваннях за чи проти будь-якої політичної події чи актора як осіб, що подаються як авторитетні, так і кожної окремої людини під час коментування новин чи обговорювання подій. На відміну від традиційних ЗМК притягнення до відповідальності інтернет-ресурсу, а тим більше окремого користувача, є складною задачею як технологічно так і юридично, що пов'язане з недостатньо чітко сформульованим статусом Інтернету в сучасному українському законодавстві. Питання анонімності в Інтернеті є широко обговорюваним у суспільстві. Спроби влади посилити контроль за користувачами у зв'язку з розповсюдженням піратства, порнографії, загрозами кібертероризму, спаму інших потенційних негативних впливів на особистість та суспільство наштовхуються на протидією правозахисників, на думку яких контроль в інтернет-сфері означає загрозу демократичним засадам функціонування суспільства, обмеження прав людини та повернення до тоталітаризму.

Окрім соціальних особливостей, політична соціалізація в інформаційному суспільстві має деякі психофізичні характерні риси, прояви яких тісно пов'язані з новою інформаційною реальністю.

Перш за все справа стосується величезних обсягів інформації за умов обмежених психофізіологічних ресурсів людини. Намагаючись засвоїти максимальну кількість інформації, яка може допомогти задоволенню актуальних потреб, людина перенавантажує власний організм. Результатом цього стають неврози, стресові стани, нервове виснаження, емоційні розлади, зниження загальної життєздатності, на фоні яких можуть з'являтись агресивні або, навпаки, фрустраційні ефекти. Активність у віртуальному середовищі автоматично передбачає зниження рухової активності користувача, що може суттєво вплинути на стан його здоров'я, а отже, і на емоційний стан, наприклад, знижуючи рівень толерантності.

Засилля порнографії в Інтернеті, що є однією з найбільших проблем сучасного віртуального простору, принаймні у пострадянських країнах, викликаючи сексуальне збудження, може сприяти виникненню агресії,

спотворювати уявлення про сексуальні стосунки та гендерні ролі в суспільстві.

Введене В. Плєшаковим у 2005 році у зв'язку з розробкою питання соціалізації людини в нових інформаційних умовах поняття «кіберсоціалізації» людини має, на нашу думку, визначальне значення для дослідження політичної соціалізації в інформаційному суспільстві, надаючи нових методологічних можливостей. Кіберсоціалізація людини (віртуальна комп'ютерна соціалізація особистості) визначається вченим як локальний процес якісних змін структури особистості, що відбувається в результаті соціалізації людини в кіберпросторі інтернет-середовища, тобто в процесі використання його ресурсів та комунікації з «віртуальними агентами соціалізації», які зустрічаються людині в глобальній мережі Інтернет (в першу чергу в процесі листування по e-mail, на форумах, в чатах, блогах, Інтернет пейджерах, телеконференціях та online іграх) [126, с. 48-49].

Двома роками раніше ця тема розроблялась в роботах С. Бондаренко, який під процесом «соціалізації користувачів у кіберпросторі» розумів «засвоєння користувачами технологій міжособистісної комунікації, соціальної навігації та правил поведінки в комп'ютерних мережах, а також соціальних норм, цінностей і рольових вимог, що існують як в конкретних віртуальних мережевих співтовариствах, так і в соціальній спільності кіберпростору в цілому» [35, с. 5-7]. С. Бондаренко в своїй праці звертає увагу на один важливий для нашого дослідження момент: на відміну від первісної соціалізації в офф-лайні (тобто в реальному світі), яка починається з моменту народження дитини, нижній віковий поріг первісної соціалізації в віртуальному просторі не піддається виявленню, оскільки процес первісної соціалізації в кіберпростір починається з моменту отримання актором первісної інформації щодо його існування; цей момент в свою чергу залежить від великої кількості економічний, політичних та соціальних факторів [35, с. 5-7]. Від моменту, коли відбувся процес первісної соціалізації до кіберпросторі, залежать кількісні та якісні характеристики подальшого

його перебігу. Так, наприклад, зараз основу аудиторію мережі в Україні за даними Gemius Ukraine складають люди у віковому діапазоні 16-34 роки [22]. На момент зародження Інтернету в Україні (кінець 80-х років XX ст.), тоді ще в складі СРСР, найстаршім з них було близько 12-15 років, більшість народилась вже у вік розвиненого Інтернету, тобто первісна соціалізація до кіберпростору в них почалась ще у дитинстві, саме тому сучасні діти орієнтуються в віртуальній реальності набагато краще, ніж їх батьки, адже вона для них є знайомим з дитинства соціальним середовищем, настільки ж природним, як і фізична реальність. Отже, до звичних агентів первісної соціалізації (в розумінні її як соціалізації до реального світу), в тому числі і політичної, вплив яких починається в дитинстві, додається і Інтернет як інформаційне та соціальне середовище та як засіб масової комунікації.

Серед безлічі варіантів діяльності в мережі можна виділити основні: це web-surfing (пошук необхідної інформації), спілкування (за допомогою e-mail, на форумах, в чатах, блогах, інтернет-пейджерах), он-лайн ігри та спеціалізована діяльність з веб-програмування та веб-дизайну.

Спираючись на концепцію кіберсоціалізації, розглянемо феномен он-лайн ігор як агента політичної соціалізації особистості в інформаційному суспільстві.

Відомо, що гра є одним із основних видів діяльності людини, поряд із спілкуванням, навчанням і працею .У дитинстві за допомогою сюжетно-рольових ігор, які довільно відтворюють соціальні відносини та матеріальні об’єкти відбувається апробація дитиною майбутніх соціальних ролей, що сприяє соціалізації дитини. Поняття гри давно перестали відносити лише до дитячих розваг. З більш детальним вивченням можливостей феномену гри було з’ясовано, що вона сприяє вихованню, навчанню, відпочинку, соціалізації не лише у дітей, а і у дорослих. У зв’язку зі стресогенністю сучасного середовища потреба у грі як у емоційній розрядці виникає все у більшої кількості людей.

Віртуальний простір забезпечує потребу у грі як у дитини, так і у

дорослого. Важливо, що в он-лайн іграх відтворюються всі сфери життя суспільства: економічні, політичні, культурні та духовні. Особливо слід наголосити на масових багатокористувацьких он-лайнових рольових іграх (англ. Massively multiplayer online role-playing game, MMORPG) − жанр онлайнових комп'ютерних рольових ігор (CRPG), в якій велика кількість гравців взаємодіє один з одним у віртуальному світі (головним чином у жанрі фентезі). Гравцеві пропонується роль вигаданого героя, і можливість управляти його діями. MMORPG відрізняються від однокористувацьких і невеликих мережевих рольових ігор безліччю гравців, а також віртуальним світом, що підтримується видавцем гри та продовжує існувати і за відсутності гравця.

Сучасні багатокористувацькі рольові ігри стали справжнім феноменом мережі. У найпопулярніші з них грають мільйони людей. Створений адміністрацією проекту віртуальний світ дозволяє вчитись, освоювати ігрову професію, заробляти ігрові гроші (в деяких іграх їх можна обмінювати на реальні грошові знаки та навпаки), володіти власністю та вести бізнес, є можливість займатись будь-якою економічною діяльністю. Аналіз ігрової практики, проведений А.Насоновим [113, с. 16] на матеріалі дослідження MMORPG як унікальних споживацьких практик, показав появу багатьох нових соціально-економічних явищ, починаючи з виникнення вторинних ринків ігрових цифрових товарів та перенесенням трудової активності в кіберпростір. Більш того йдеться про надання віртуальним просторам юридичного статусу та розробку засобів державного регулювання віртуальної економічної діяльності, що підкреслює впливовість ігрової та віртуальної взагалі сфери на економічні процеси суспільства.

Трансляції економічної та трудової активності індивіда в ігровий кіберпростір, на думку А. Насонова, сприяють наступні фактори, які, на нашу думку, можна віднести і до української дійсності:

- наявність високого ступеня соціальної невизначеності в умовах сучасної дійсності;

- відчуження людини в сфері споживання, що призводить в умовах загальної віртуалізації суспільних відносин до втрати змісту реальної діяльності;
- адиктивні механіки ігрового процесу, що використовуються розробниками та видавцями MMORPG;
- низький рівень середньої заробітної плати, що створює умови, коли ігрова практика виявляється конкурентноздатною формою зайнятості на ринку праці [113, с. 29-30].

Разом з трудовою та економічною діяльністю в кіберпростір транслюється і приватне життя: учасники гри створюють у віртуальних ігрових просторах нові міжособистісні стосунки, а емоційний досвід, який вони отримують в результаті таких відносин, можна порівняти з мірою впливу звичного неігрового емоційного досвіду. Соціалізація в грі є її невід'ємним атрибутом, частиною ігрових правил, які серед іншого мають на увазі соціальну нерівність учасників та структуру статусних привілеїв, наявність внутрішньоігрових економічних ресурсів та обмін ними, створення гравцями внутрішньоігрових предметів, що мають часові та функціональні характеристики та можливість обміну ними з використанням віртуальних грошей.

Культурна сфера суспільства проявляється у створенні міфів, легенд ігрового світу, участі у культурних подіях всього проекту або тієї його частини, з якою користувач себе ідентифікує. Поширеним стає перехід ігрової культурної спадщини у реальний, матеріальний світ. Так, наприклад, мережева творчість фанатів гри S.T.A.L.K.E.R (створеної за мотивами повісті братів Стругацьких) перетворилась в серію книг. Елементи політичної культури проявляються в он-лайн іграх через залучення до моделі прямої демократії, що використовується в процесі вирішення внутрішньоігрових справ.

Соціально-побутові та міжособистісні стосунки також переходять у віртуальний простір гри. Більш того, на рівні окремої гри можна спостерігати

віртуальні шлюби та розлучення, створення прийомних сімей та судові процеси. Спостерігається як впровадження ігрових практик у соціально-побутові та міжособистісні відносини, так і навпаки, трансляція активності в сфері особистісних відносин в ігровий простір.

В он-лайн грі, наче в моделі держави, присутні законодавча, виконавча та судова влада, засоби масової комунікації, відтворені основні політичні інститути суспільства. Процес політичної соціалізації за таких умов, без сумніву, також має місце та проходить на двох рівнях – політична соціалізація безпосередньо у віртуальний світ гри, та політична соціалізація за допомогою гри у реальний політичний простір. В останньому випадку, який в рамках цього дослідження цікавить нас більше, особистість набуває необхідних політичних навичок та засвоює моделі політичної поведінки у віртуальному ігровому середовищі, переносить їх потім у реальне життя. Позитивними моментами цього процесу є пізнання теоретичних знань та відтворення практичних моделей політичної поведінки в процесі ігрової діяльності, що полегшує їх засвоєння. Людина має можливість за короткий проміжок часу відпрацювати всі можливі моделі політичної поведінки – брати участь у виборах, створювати політичні союзи та входити в коаліції, вести пропагандистську роботу та приймати участь у акціях протесту. При цьому аспект відповідальності за свої дії не виключений, адже до персонажа у грі можуть бути застосовані санкції з боку адміністрації аж до блокування аккаунту, що унеможливлює користування персонажем. Тобто на так би мовити віртуальному полігоні відпрацьовуються моделі поведінки в умовах, наближених до реальних, але зі специфікою віртуального простору. Однак, звісно, існує і негативні аспект впливу он-лайн ігор на політичну соціалізацію особистості, який полягає у беззастережному перенесенні ігрових моделей поведінки на реальне політичне життя, спрощення уявлень про політичні процеси в реальному житті, а також можливий вихід конфлікту у віртуальній спільноті за межі он-лайну; також слід брати до уваги і фізіологічні впливи, що містяться в негативних наслідках обмеження руху,

перевтомлення очей та виснаження нервової системи. Ряд дослідників вважає, що небезпеку несе і кіберадикція (інтернет-адикція) – залежність, що має нехімічні джерела, базується на психологічному факторі та має декілька специфічних поведінкових характеристик [42, с. 90-100]. Проблема інтернет-залежності активно обговорюється серед психологів, медиків, педагогів. На нашу думку, випадки прояву дійсної залежності в її медичному розумінні бувають рідко, а те, що сприймається як симптоми залежності, є адаптацією до сучасних умов життя зі зростаючою роллю інформаційно-комунікаційних технологій в них.

Все ж викривлення соціалізаційних процесів має місце, і не лише в світі он-лайн ігор, а у віртуальному просторі в усій його сукупності.

На небезпеку викривленої соціалізації під впливом віртуального середовища звертає увагу В. Плєшаков [126, с. 89-99]. У роботі «Киберсоциализация человека в информационном пространстве» він вводить поняття квазісоціалізації [124]. Розглядаючи особливості комунікації в Інтернеті, слід зазначити, що віртуальне середовище забезпечує відмінні від реального життя можливості належності до певних соціальних груп, надає можливості відносно безпечно експериментувати з моделями поведінки, але за умов, коли міжособистісні стосунки чи соціальний статус людини не задовольняють її в реальному житті, інтернет-середовище фактично стає замінником реального життя, а людина квазісоціалізується. Квазісоціалізація постає як процес заміщення реальних структурних елементів особистості неіснуючими в процесі засвоєння нетипових для віку, статі, статусу чи/та нетрадиційних для існуючої культури світоглядних установ, поведінкових сценаріїв, моделей життєдіяльності, що може призвести до суттєвих конфліктів з реальним життям. Занепокоєння може викликати і перенесення фокусу самореалізації до віртуальної сфери при ігноруванні життєдіяльності в реальному житті, що дійсно може трактуватись як ескапізм, втеча від реальності.

Віртуальні аспекти політичної соціалізації, як і кіберсоціалізації

загалом, є недостатньо розкритими в науковій літературі, хоча їх значимість у сучасному світі важко переоцінити, адже тенденції розвитку сучасного суспільства, на нашу думку, ведуть до поступового стирання границь між віртуальністю та реальністю. Згадана проблема є надто складною та багаторівневою, щоб бути повністю розглянутою у цьому дослідженні.

Підсумуємо, однак, що політична соціалізація в інформаційному суспільстві тісно пов'язана з використанням інформаційно-комунікативних технологій; важливе місце в цьому процесі займає глобальна мережа Інтернет, яка існує і як інформаційно-соціальне середовище, і як засіб масової комунікації; політична соціалізація в мережі та за допомогою мережі має ряд суттєвих особливостей; окрему роль у політичній соціалізації в інформаційному суспільстві виконують он-лайн ігри.

Запорукою ефективних дій з боку держави задля політичної соціалізації громадян у нове інформаційне суспільство є зваженість національної політики щодо процесів глобалізації та інформатизації, поширення інформаційної грамотності в суспільстві, подолання інформаційної нерівності та інші заходи щодо максимально ефективного використання інформаційно-комунікативних технологій на благо суспільства в водночас з покращенням стану інформаційної безпеки, активними діями щодо захисту інформаційних прав громадян, включаючи право захисту інформації про особу. Ці дії відповідають державній інформаційній політиці, яка визначається в Законі України «Про інформацію» як «сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації» [138]. Згідно з цим законом головними напрямами і способами державної інформаційної політики є:

- забезпечення доступу громадян до інформації;
- створення національних систем і мереж інформації;
- зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності;

- забезпечення ефективного використання інформації;
- сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберіганню національних інформаційних ресурсів;
- створення загальної системи охорони інформації;
- сприяння міжнародному співробітництву в галузі інформації і гарантування інформаційного суверенітету України;
- сприяння задоволенню інформаційних потреб закордонних українців.

Слід погодитись з Г. Почепцовим, який наполягає на тому, що увага дослідників інформаційної політики держави повинна бути зосереджена «не лише на процесах збирання, обробки та зберігання інформації, а передусім на активній участі держави в процессах творення відповідної інформації, з метою протидії можливим інформаційним впливам ззовні (різноманітним засобам ведення сучасних інформаційних війн тощо), а також напрацювання ефективних механізмів її поширення зсередини (тобто серед своїх громадян) і ззовні (на міжнародній арені)» [136, с. 211]. Також вчений справедливо зазначає, що «для прискорення інтеграції України у світовий інформаційний простір слід було визначити і реалізувати заходи щодо глибокої комп'ютеризації, насамперед навчальних закладів, заохочення їх доступу до вітчизняних та світових інформаційних ресурсів» [136, с. 214]. Ці заходи, на нашу думку, позитивно вплинули б і на процес політичної соціалізації у вищих навчальних закладах.

Повертаючись до традиційних ЗМК, електронних та друкованих, слід зазначити, що впродовж останніх років збільшується частота щоденних контактів з телебаченням. Отже, ЗМК – це універсальний регулятор вільного часу, який активно структурує повсякденність.

Вивчаючи вплив телебачення на політичну соціалізацію особистості, багато дослідників зробили акцент на програмах новин. За даними дослідження, яке проводилося компанією GFK-GSM у листопаді 2008 року, серед найбільш рейтингових інформаційних телепрограм виокремилися:

«Подробиці» (15,81%) канала «Інтер». Далі в топ 10 увійшли «Подробиці тижня» (12,60% «Інтер»,); «ТСН» (8,56%, «1+1»); «ТСН-тиждень» (8,03%, «1+1»); «Факты» (5,76%%, «ICTV»); «Новини» (5,58%, «Інтер»); «Факты недели с Оксаной Соколовой» (4,99%, «ICTV»); «Вікна-Новини» (4,98%, «СТБ»); «Чрезвычайные новости» (4,33%, «ICTV»); «Події» (3,47%, канал «Україна»). Дві з цих передач увійшли у список найбільш рейтингових програм листопада 2008 року поруч з трьома серіалами, чотирма концертами та однією шоу програмою [171].

На взаємозв'язок населення та медіа в повній мірі впливають процеси, що відбуваються в нашій державі. Змінюється й сама роль ЗМК. Мас-медіа виконують роль посередника та інтегратора суспільства, нав'язуючи єдину систему цінностей, формуючи способи сприйняття інформації, пропонуючи теми для спілкування. Ефективність діяльності системи ЗМК як агента соціалізації визначається певними особливостями їх функціонування.

Так, сучасні комунікаційні засоби вражають своєю оперативністю, максимально скорочуючи час між подією та повідомленням про неї. Прямі репортажі з місця подій по радіо та ТБ створюють унікальні можливості співучасті в ній. Мережа Інтернет, що працює в режимі Web 2.0, дозволяє не лише бути в курсі та співпереживати подіям в усьому світі, а й навіть створювати їх. Тому горизонти буденності неабияк розширилися завдяки слідкуванню за подіями у всіх країнах світу, що сприяє інтернаціоналізації буденного життя, формуючи ідеологію "громадянського світу". Разом з тим оперативність має й негативні сторони, які виявляються у "гонитві" за новинами, прагненні випередити події. Це формує в аудиторії неадекватні очікування. Крім того, оперативна інформація не завжди аналітична, а нерідко − поверхова. Також сучасні мас-медіа характеризуються високим рівнем інформаційної насиченості. ЗМК не тільки суб'єкт, але й об'єкт політичного життя, оскільки самі є частиною сучасної дійсності з її протиріччями, конфліктами, і тою чи іншою мірою вони відтворюють їх. Тому потоки інформації складаються з багатьох суперечливих, переважно

несумісних між собою повідомлень, що призводить до мозаїчності картини дійсності, відсутності логіки та необґрунтованості інформації. Безсумнівно, що сукупність програм та повідомлень медіа здійснюють вплив на політичну соціалізацію, але стандартизувати її було б складно хоча б через диференційоване сприйняття одного й того ж повідомлення залежно від багатьох факторів.

Мас-медіа вражають також своєю неоднорідністю, яка дозволяє задовольнити різноманітні смаки. Люди, як відомо, досить різні між собою: одні відрізняються сталістю особистісних рис, інші, навпаки, мінливі та непередбачувані за характером. Тому саме для таких людей цінність інформації визначається здатністю мас-медіа нівелювати певну невизначеність поглядів та слугувати основою прийняття рішень, реалізації поставлених цілей [119, с. 188-210].

Політична інформація, що надходить до аудиторії, може сприйматися як повністю, так і частково, так би мовити, проходячи "внутрішню цензуру". [21, с. 260]. А може не сприйматися взагалі.

У випадку втрати інтересу до політичної інформації для успішного її засвоєння важливе значення мають форма й особливості її подання. Наприклад, довіра до інформатора, його об’єктивність та достовірність спонукають споживача прислуховуватись до його думки. Так, за даними Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова на питання «Чи довіряєте ви ЗМІ України?» 9,4% респондентів відповіло повною довірою, 46,3% швидше довіряє, ніж не довіряє; 26,4% схиляються до недовіри до медіа, а 12,8% не довіряє зовсім. Решта не визначились. Як бачимо, більшість респондентів, люди віком від 18 років у всіх областях України, схильні довіряти ЗМК. За даними цього ж дослідження за 8 років цей показник не падав нижче 40,3% , що демонструє позитивне ставлення населення до ЗМК.

Ця інформація є надзвичайно важливою в контексті визначення ЗМК як «четвертої влади». На даному етапі виникає ситуація, коли ЗМК, критично

ставлячись до політичних подій та особистих якостей політичних лідерів, фактично послаблює роль традиційної політичної соціалізації, а влада в цей час намагається зберегти контроль над цими процесами, використовуючи маніпулятивні засоби та пряму політичну рекламу. Це протиріччя і пояснює, чому при рівні недовіри до влади у 81% засобам масової комунікації довіряють 55,7% громадян [159]. В українській політичній свідомості ЗМК (які в реальності виконують владні функції) ще не набули статусу «влади».

Маніпулятивні впливи з боку мас-медіа є предметом обговорювання багатьох політологів та політичних психологів країни. На нашу думку, без використання цих технологій не обходиться майже жодний з існуючих в Україні засобів масової комунікації. Звісно, не можна вважати, що всі без виключення журналісти не мають жодного усвідомлення про журналістську етику та основні правила подання матеріалу, але деякі використовувані технології маніпуляції свідомістю можуть суттєво вплинути на політичну соціалізацію людини. Так, наприклад, технологія «встановлення порядку денного» активно використовується сучасними українськими ЗМК, особливо в політичній сфері та, на нашу думку, має значний вплив на процес політичної соціалізації.

Сукупність обговорюваних в медіа політичних питань створює образ як українського політикуму, так і сфери політичного загалом. Так, акцентуючи увагу на скандальних моментах життя державних діячів, висвітлюючи переважно негативні моменти діяльності уряду з боку комерційних та опозиційних медіа, та проводячи відкрито пропагандистську роботу в дусі колишніх радянських ЗМІ з боку провладних ЗМК, сучасні українські медіа дискредитують поняття «політична діяльність» та сприяють десоціалізації частини суспільства, що вже сформувала свої погляди, та перверсивній соціалізації молодшого покоління, в яких складається враження про політику як «брудну справу». Як було зазначено, контакт із засобами масової комунікації починається з раннього дитинства, оскільки для багатьох сімей характерною є ситуація, коли функції виховання практично покладені на медіа, переважно телебачення та Інтернет, у зв’язку з

неможливістю приділити достатньої уваги дитині. Таким чином, в якості базових політичних цінностей закладаються зовсім невідповідні цінностям демократичного суспільства поняття. Враховуючи те, що перший етап політичної соціалізації накладає відбиток на подальше сприйняття політичних норм, правил та установ у свідомому віці, а також про властивість свідомості у кризові моменти повертатись до базових цінностей, засвоєних в дитинстві, слід звернути увагу на потенційну небезпеку, яка полягає як у некоректному розумінні змісту політики у підростаючого покоління, відсутності адекватних демократичному суспільству політичних цінностей, так і у відсутності лояльності до держави у моменти кризи.

3.2 Євроінтеграційний вектор впливу засобів масової комунікації на політичну сферу в Україні

З припиненням існування на політичній арені СРСР в світовому політичному просторі відбулись суттєві зміни. На політичній карті світу з'явились нові незалежні держави, зокрема і Україна, що спричинило глобальні трансформації і разом з цим викликало нові питання у політичній науці, як західній, так і вітчизняній.

Так, інституалізація європейської політики в її розумінні як зовнішньополітичної стратегії нашої держави, спрямованої на інтеграцію до європейських структур; цілісного процесу взаємодії України з європейськими державами та організаціями; системної трансформації внутрішніх економічних, політичних та соціокультурних реалій згідно з європейськими нормами та традиціями як стратегічного напряму зовнішньополітичного курсу, була здійснена завдяки «Основним напрямам зовнішньої політики України» в липні 1993 р. [131, с. 273].

Зокрема, в цьому документі зазначено, що «перспективною метою української зовнішньої політики є членство України в Європейських Співтовариствах, а також інших західноєвропейських або

загальноєвропейських структурах за умови, що це не шкодитиме її національним інтересам. З метою підтримання стабільних відносин з Європейськими Співтовариствами Україна укладе з ними Угоду про партнерство і співробітництво, здійснення якої стане першим етапом просування до асоційованого, а згодом − до повного її членства у цій організації» [140].

З підписанням Угоди про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС, що сталось у 1994 році, в країні розпочався процес всебічної адаптації всіх сфер діяльності – політичної, соціальної, економічної та духовної – до нормативів ЄС.

Стратегічними документами, в яких відзначені пріоритети європейської інтеграції, є Угода про партнерство та співробітництво з Європейськими співтовариствами та їхніми державами-членами, Указ Президента України “Про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу”, Послання Президента України до Верховної Ради “Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2001 році”, Послання Президента України до Верховної Ради “Європейський вибір, Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002-2011рр.” та інші [72, с. 459; 173, с 278].

Наразі в інформаційному просторі України відбуваються запеклі дискусії щодо зовнішньополітичних пріоритетів держави. На нашу думку, варто звернути увагу на аксіологічний аспект цього процесу, бо європейська інтеграція є не лише зовнішньополітичним вектором, а й ціннісним орієнтиром для українського суспільства. Адже саме прагнення до європейських цінностей, що включають в себе демократизм, підзвітність влади, дотримання прав і свобод людини, високі соціальні стандарти, ефективне місцеве самоврядування, плюралізм і толерантність, успішну економіку є тією духовною основою українського суспільства, що допомагає переживати складні етапи формування незалежної української держави. Дослідження демонструють позитивне сприйняття громадянами України

демократичних цінностей, але виникають певні проблеми щодо розуміння ролі Європейського Союзу та НАТО в системі зовнішньополітичних координат України.

Так, наприклад, за даними дослідження, проведеного соціологічною службою Центру Разумкова, станом на грудень 2008 року 48,2 % опитуваних відповіли, що в першу чергу НАТО є агресивним воєнним блоком. Порівнянно з аналогічним опитуванням за червень 2002 року, кількість негативно налаштованих стосовно НАТО збільшилась на 13,4%, причому кількість тих, хто не визначився, майже не змінилась. Збільшення сталось за рахунок тих опитуваних, хто раніше вважав НАТО оборонним союзом (24% – 2002р., 19,6% – 2008р.) та миротворчою організацією (17,7% та відповідно 12,8%) [161]. При цьому весь час ведеться активна роз'яснювальна робота з боку держави відносно до основних міжнародних об'єднань. Проблеми європейської інтеграції висвітлюються в публікаціях Національного інституту стратегічних досліджень, Міжнародного центру перспективних досліджень, Центру миру, конверсії та зовнішньої політики, Незалежного культурологічного журналу «Ї». Створений Національний центр з питань євроатлантичної інтеграції України, діє Представництво Європейської Комісії в Україні та Білорусі, Міжнародний фонд «Відродження», Представництво Фонду Конрада Аденауера, Фонд «Демократичні ініціативи». Існує всеукраїнська мережа Центрів європейської інформації, яка надає доступ усім зацікавленим особам до інформаційних ресурсів та електронних баз даних матеріалів щодо функціонування інституцій Європейського Союзу та інших європейських організацій, економіки, політики, освітніх та культурних процесів у країнах Європи, можливостей навчання, участі в наукових, молодіжних та інших програмах ЄС, політики європейської інтеграції України та багатьох інших питань. Постає питання: чи всі ці заходи є малоефективними у процесі популяризації знань про європейську інтеграцію України? Складається таке враження, що вся просвітницька діяльність, що ведеться з приводу сутності, структури, форм

функціонування міжнародних співтовариств та перспектив приєднання до них України, наче не знаходить своєї аудиторії, не стає частиною загального процесу політичної соціалізації особистості.

Є.Тихомирова, досліджуючи питання PR-підтримки європейської інтеграції України, зауважує, що представники еліти (експерти з владних структур, провідні вчені) значно оптимістичніше оцінюють перспективи входження України в НАТО, ніж населення загалом. На її слушну думку, з якою важко не погодитись, «низький рейтинг провідних європейських організацій серед пересічних громадян нашої країни […] свідчить не лише про недовіру українців до конкретних міжнародних організацій, а й про те, що населення України не бачить для себе перспектив європейської інтеграції» [173; 252-253]. На нашу думку, така ситуація може пояснюватись відсутністю або неврахуванням євроінтеграційного вектору впливу ЗМК на політичну свідомість.

Було з’ясовано, що ЗМК безпосередньо впливають на процеси формування та засвоєння політичних цінностей, які входять до загального процесу політичної соціалізації особистості, в тому числі і тих, що належать до європейської орієнтації України. Отже, особливості висвітлення євроінтеграційних процесів у ЗМК певною мірою можуть бути джерелом негативного сприйняття ідеї вступу України до ЄС та НАТО.

Цю тезу підтверджують численні соціологічні опитування, проведені соціологічною службою Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. Так, наприклад, незважаючи на зусилля всіх вищезазначених суспільних організацій, 46,8% респондентів оцінюють свій рівень поінформованості про НАТО як низький, а 10,1% взагалі відповіли, що не мають жодної інформації [162]. Причому діаграма відповідей респондентів на запитання «З яких засобів масової інформації Ви отримуєте інформацію про НАТО» виглядає наступним чином (див. рис. 3.5).

Респонденти мали можливість обрати всі прийнятні варіанти відповіді. До 75,7% опитуваних інформація про НАТО надходила з центральних

українських каналів, 41% респондентів отримували її з центральних українських газет. Особливим аспектом, який впливає на ставлення населення до євроатлантичних устремлінь керівництва України, є зростаюча орієнтація на відносини з Росією, що підтверджується соціологічними даними.

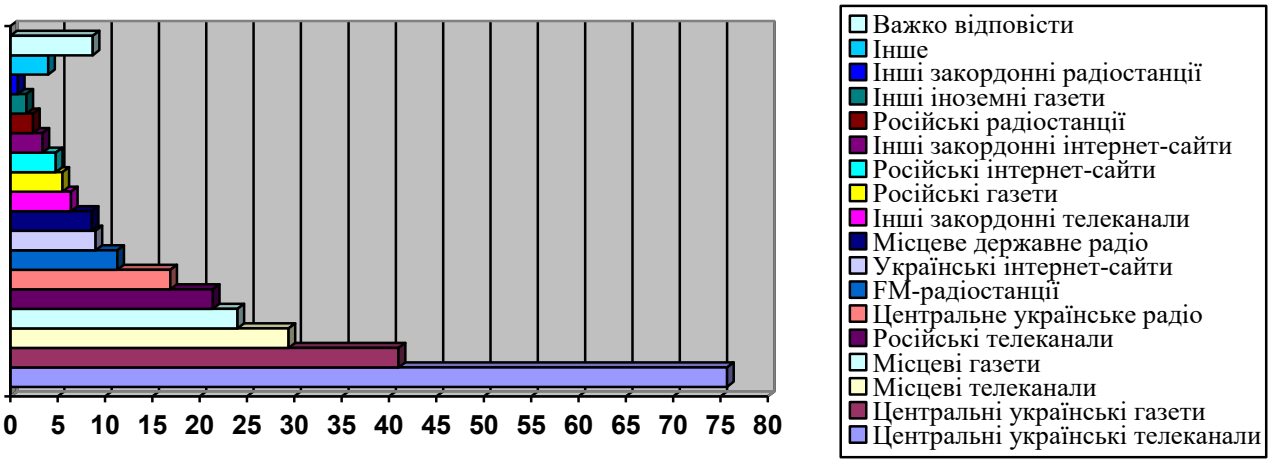


Рис. 3.5. З яких засобів масової інформації Ви отримуєте інформацію про НАТО?

Так, за даними опитування, 51,1% респондентів вважає, що відносини з Росією мають бути пріоритетним напрямком зовнішньої політики України, це найвищий показник з 2002 року [160]. Відносини з країнами ЄС вважають пріоритетом 27,5% опитуваних. Причому цікавим є момент, що за результатами іншого опитування вплив вступу до НАТО на відносини з ЄС, міжнародну безпеку України, її міжнародний авторитет, обороноздатність респонденти оцінюють швидше позитивно, а відносини з Росією швидше суттєво погіршаться. Можна зробити припущення, що існує тенденція вважати добросусідські відносини з Росією більш важливими для України, ніж її власну обороноздатність, безпеку та імідж на міжнародній арені. На нашу думку, з одного боку, це може бути результатом первісної політичної соціалізації частини громадян, яка відбулася в СРСР, з іншого, – недостатнього чи некоректного інформування населення засобами масової комунікації про сутність міжнародних співтовариств та реальні цілі, яких намагається досягти Україна своїм до них вступом. Можливо, це пов’язано з

неправильною стратегією залучення ЗМК до інформування населення щодо питань євроатлантичної інтеграції. Прикладом цього, на нашу думку, може стати здійснений в 2005 році проект «Quo vadis?» − цикл спецрепортажів про «за» і «проти» євроінтеграції із країн нових членів ЄС. Проект передбачав виробництво та трансляцію циклу спецрепортажів (32 серії по 5 хв. у жанрі “story ”) на ТРК “ЕРА” та 30 - 40 регіональних каналах ТВ про “за” і “проти” євроінтеграції із міст країн-нових членів ЄС (Польщі, Литви, Угорщини, Чехії) та про ініціативи української влади. Обґрунтованість вибору каналу трансляції повідомлення викликає сумнів, зважаючи на досить низькі показники рейтингів порівнянно з національними каналами. Беручи до уваги конкретно-історичний контекст, можна зауважити, що в 2005 році довіра населення до засобів масової комунікації була на високому рівні у зв’язку з подіями Помаранчевої революції та сподіваннями на подальшу демократизацію інформаційного простору країни, а отже, трансляція спецрепортажів проєвропейської тематики могла б мати значний позитивний вплив на підтримку населенням євроінтеграційних прагнень держави. Між тим, за даними соціологічної служби Центру Разумкова кількість опитуваних, які вважають, що Україні потрібно вступати до Європейського Союзу невпинно падає з 65,1% у 2002 році, до 44,7% у грудні 2008 р. [160].

На нашу думку, існує протиріччя між сприйняттям європейських цінностей, під якими в першу чергу пропонуємо розуміти такі цінності західної цивілізації, як «ідеї індивідуалізму, лібералізму, конституціоналізму, прав людини, рівності, свободи, законності, демократії, вільного ринку, відокремлення церкви і держави» [183; 2-30] та ставленням до процесів європейської інтеграції.

Як зазначають такі видатні українські вчені, як В. Андрущенко, Л.Губерський, М. Михальченко, орієнтація гуманітарної політики України саме на цю систему цінностей має як історичні, так і морально-психологічні та міжнародно-правові підстави [59, с. 482], і в першу чергу серед цих цінностей маємо на увазі свободу та рівність перед законом, не декларативні,

а реальні.

Стан справ з реальною свободою залишає бажати кращого, адже свобода існує фактично лише для обраних, можна навіть говорити про «свавілля владних структур, обмеження, а то й пряму заборону опозиційних засобів масової інформації, соціальну незахищеність простої людини й обмежені можливості щодо її фізичного та інтелектуального розвитку» [59, с. 454]. Без ефективної системи соціальних гарантій та дієвого правосуддя решті українців залишається свобода виживати.

Враховуючи кризовий стан економічних процесів, недосконалу систему соціального забезпечення, складно говорити про гуманізацію суспільного життя, про демократичні цінності населення та євроінтеграційні процеси, адже згадуючи хоча б піраміду потреб А.Маслоу, якщо задоволення фізіологічних, екзистенціальних та соціальних потреб вимагає занадто багато зусиль, потреби духовні відходять на другий план. Саме з цим аспектом, на нашу думку, пов’язані існуючі протиріччя у масовій політичній свідомості українців щодо євроінтеграційних прагнень держави.

На фоні загального погіршення рівня життя (за даними соціологічної служби центру Разумкова на грудень 2008 року 77,1% опитуваних вважали, що рівень їх добробуту протягом минулого року погіршився [165]), виснаження соціального, психологічного і духовного потенціалу населення України (адже будь-яка ідеологія, не підкріплена матеріальними здобутками, не може утримувати емоційний тонус у постійному збудженні) спостерігається втрата життєвих ідеалів українського суспільства. Недовіра до правлячої еліти (відсутність зовнішньої політичної ефективності), незадоволеність своїм теперішнім суспільним становищем, невіра у майбутнє та зневіра у здатності будь-якого з політиків прийняти на себе тягар управління держави та вивести її на гідний економічний рівень є суттєвими характеристиками психологічного стану сучасного українського суспільства. За таких обставин, на нашу думку, ефективність державних програм у напрямку інформування населення щодо сутності, структури, планів ЄС і

НАТО та намагань України до них приєднатись буде дуже низькою.

По-перше, за умов невирішеності нагальних життєво важливих економічних та суспільних проблем, посилення уваги до питань євроінтеграції, пов'язані з якою процеси не впливають прямо і безпосередньо на рівень життя окремої родини, може сприйматись населенням з недовірою або як «знущання» та ще раз переконувати у недієвості існуючої влади.

Слід також зазначити, що масова політична свідомість у трансформаційних суспільствах, до яких належить і Україна, тяжіє до недиференційованого сприйняття економічних та ідеологічних конструкцій, що підтверджується дослідженнями українських політичних психологів. На рівні побутового спілкування, як зазначає В.Васютинський, ця позиція набуває втілення не лише в істотному переважанні очікувань щодо підвищення рівня добробуту над потребами в забезпеченні різного роду прав та свобод, а й в узалежненні самого змісту прав і свобод від матеріального становища [40]. Беручи до уваги вищесказане, можна рекомендувати при висвітленні питань, що стосуються ЄС, НАТО та можливого приєднання до них України, а також усіх без виключення євроінтеграційних ініціатив нашої держави, забезпечувати відповідне роз'яснення прямих економічних та соціальних наслідків для кожного українця.

По-друге, форми, які вибрані для ознайомлення населення з цими питаннями, передбачають активну і усвідомлену зацікавленість людей у здобутті додаткової інформації про ЄС та НАТО. На цьому засноване існування Всеукраїнської мережі центрів Європейської інформації, Мережі тренерів з рольових ігор з європейської інтеграції, Української мережі європейських клубів, Української асоціації європейських студій, Мережі проєвропейських організацій України, Школи європейської інтеграції. Цільової аудиторією цих ініціатив оголошено громадські організації, діяльність яких пов'язана з європейською інтеграцією, аналітичні центри, вищі та середні навчальні заклади системи освіти, обласні бібліотеки та засоби масової інформації [71]. Що стосується ЗМК, то їх пряме

використання у поширенні інформації щодо ЄС та НАТО обмежилось створенням порталу «проєвропейського громадянського суспільства України «Європейський простір». Не викликає сумніву, що це важливий крок до політичної соціалізації українського суспільства в європейський простір, але, на нашу думку існує деяка обмеженість цього підходу, адже, незважаючи на те, що Інтернет поступово стає незамінною частиною українського інформаційного простору, значна кількість людей досі не має доступу до мережі.

По-третє, на нашу думку висвітлення євроінтеграційних процесів з боку політичних акторів за допомогою ЗМК, постійне наголошення на важливості приєднання до європейських співтовариств без докладного пояснення, що саме значитиме цей крок для кожного громадянина, викликає посилення негативізму у масовій свідомості. Заклики до вступу до ЄС та НАТО сприймаються як риторика. Можна сказати, що спрацьовує ефект «забовтування», як його називають у теорії пропаганди. Свідомо цей метод використовується, коли необхідно знизити актуальність чи викликати негативну реакцію до якогось явища. Частіше за все метод «забовтування» використовується під час виборчої кампанії, безперервно вихваляючи конкурента, говорячи про його неперевершеність. Це призводить до того, що люди втомлюються від постійного згадування кандидата, саме його ім’я починає викликати роздратування. Постійне звертання до питань європейської інтеграції в традиціях демагогії викликає саме такий ефект. Якщо це не робиться свідомо, то можна припустити, що подібні дії є результатом некомпетентності окремих представників сучасної владної еліти.

Поглиблення політичного співробітництва між Україною та ЄС супроводжується проведенням зустрічей, підписанням великої кількості різноманітних угод, заяв, резолюцій, тощо. Кількість документів та постатей може привести до того, що розгубляться навіть досвідчені спеціалісти.

Відомо, що ЄС є унікальним міжнародним утворенням, яке поєднує в собі ознаки як держави, так і міжнародного утворення та складається з майже

трьох десятків суверенних держав. Історія ЄС має надзвичайно динамічні риси. З приєднанням нових країн-членів, безсумнівно, змінювалась як сутність, так і образ ЄС, що безпосередньо впливає на розуміння громадянами структури цього утворення та логіки процесів, які відбуваються в ньому. Головним фактором, що впливає як на бажання зрозуміти цю сутність, так і на коректне її відображення у суспільної свідомості є висвітлення євроінтеграційної тематики у засобах масової комунікації.

Серед факторів, що впливають на євроінтеграційний вектор політичної сфери сучасної України, чинне місце займає діяльність журналістів, адже від того, як вони розуміють сутність європейських співтовариств, від їх обізнаності в цій суспільно-важливій тематиці та власного ставлення до проблеми (адже жодна людина не може бути повністю безпристрасною) залежить і форма подачі матеріалу, і ті аспекти, які видаються найбільш важливими і, зрештою, сприйняття населенням інформації та формування власного ставлення до євроінтеграційних процесів в Україні.

Отже, важливим заходом щодо формування політичної грамотності щодо сутності та функцій ЄС серед представників ЗМК є видання Представництвом Фонду Конрада Аденауера в Україні збірки «ЄС у кишені. Довідник з європейської інтеграції України» [73]. Цей збірник створений як путівник по ЄС для журналістів. Він пропонує короткий словник термінів, знайомить із ключовими особами ЄС, розкриває основні віхи історії, роз’яснює політичну структуру Євросоюзу, розповідає про історію відносин з Україною, пропонує список інформаційних ресурсів, які містять вірогідну інформацію про ЄС.

Висвітлення питань, що стосуються ЄС, НАТО та стосунків з ними України в засобах масової комунікації, має свої особливості, але найбільш важливою є тенденція до об’єктивізації інформації, зменшення кількості маніпулятивних впливів з боку ЗМК.

Так, за даними моніторингу асоціації «Спільний простір» та Комітету «Рівність можливостей», проведеного з 17.11 2008 по 17.01.2009 року на

трьох українських каналах, сумарна аудиторія яких перевищує 50% від всієї аудиторії, аналіз 2424 повідомлень за темою розширення НАТО на Схід показав, що зазначена тема висвітлювалась з урахуванням українських інтересів, сюжети мали інформаційний характер, маніпуляцій не було помічено [145].

Показово, що за даними того ж моніторингу, але датованого 12.02.2007–25.02.2007 висвітлення тематики відбувалось надзвичайно мляво, новинних матеріалів про європейську та євроатлантичну інтеграцію, які б відповідали критеріям повноти, об'єктивності та якості інформації практично не було, спостерігалось використання маніпулятивних технологій, спрямованих на негативне ставлення до НАТО (ТРК «Україна») або спрямування загального контексту сюжетів на підтримку американської позиції (5 канал) [109].

Згідно з даними дослідження «Моніторинг висвітлення тематики ЄС та європейської інтеграції України в українських ЗМІ: вересень 2007 - лютий 2008 року», проведеного міжнародною громадською організацією Інтерньюз-Україна для випуску часопису «Національна безпека і оборона», за оглядом матеріалів у 6 найбільших інформаційних агенціях України, 60 періодичних виданнях, 22 регіональних виданнях, на 5 радіостанціях, у понад 25 програмах на 10 телеканалах та у 20 інтернет-джерелах загальна кількість згадувань поняття Європейський Союз у лютому становила 2671 повідомлення (у середньому 73 матеріали на день), демонструючи позитивну динаміку порівнянно з вереснем 2007 року. Дослідники відзначають при цьому, що Європейська політика сусідства (ЄПС) не є популярним концептом для українських ЗМК. Незважаючи на те, що ЄПС має пряме відношення до євроінтеграційних прагнень України, наявні згадування містились у критиці політики сусідства з боку українських політиків та політологів [108].

За типами українських ЗМК безумовну першість у розповсюдженні інформації про ЄС та європейську інтеграцію України отримали інтернет-

ресурси (понад 40% всіх повідомлень). Це, на нашу думку, дуже важливий факт, який ще раз підкреслює надзвичайне значення, яке має мережа в процесі політичної соціалізації особистості, розвитку її поінформованості про європейський політичний та інформаційний простір, формування у неї власних знань, переконань та європейських політичних цінностей.

Друковані ЗМК та інформаційні агенції знаходяться на однаковому рівні у відсотковому співвідношенні інформаційних потоків євроінтеграційної тематики – 22-24%. Але, враховуючи стрімкі процеси укрупнення медіа-власності, на нашу думку, в майбутньому може спостерігатись тенденція нівелювання різниці між інформаційними агентствами, друкованими ЗМК та телеканалами, у зв'язку з принциповою ідентичністю джерел інформації.

Дослідники зазначають, що телебачення (5-8%) та радіо (4-5%) продукують найменшу кількість повідомлень з досліджуваної тематики. Цей факт викликає серйозне занепокоєння, оскільки телебачення є найпопулярнішим типом ЗМК в Україні. Виникає ситуація, коли частка повідомлень щодо ЄС, яку виробляє найпоширеніший ресурс держави, є дуже низькою, а висока частка повідомлень в інтернет-ресурсах не має можливості охопити всю аудиторію, оскільки рівень проникнення інтернет-послуг в Україні ще дуже низький і порівняно з телебаченням, і порівняно з аналогічними показниками в світі. Можна зробити висновок, що успішна робота ЗМК щодо інформування населення про процеси євроінтеграції та сприяння політичної соціалізації суспільства в європейський політичний простір дуже залежить від забезпечення вільного доступу населення до мережі Інтернет.

Необхідність забезпечення доступу до Інтернет, зокрема, зафіксована законодавчо. У пункті 3 розділу II Закону України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» від 09.01.2007 серед основних напрямів розвитку інформаційного суспільства зазначено «забезпечення вільного доступу населення до телекомунікаційних

послуг, зокрема до мережі Інтернет, ІКТ та інформаційних ресурсів; створення загальнодоступних електронних інформаційних ресурсів на основі врахування національних, світоглядних, політичних, економічних, культурних та інших аспектів розвитку України» [139].

Велику роль, яку Інтернет відіграє у євроінтеграційних процесах, визнають і в самому Євросоюзі. Так, наприклад, віце-президент Європейської Комісії М.Валлстром в грудні 2008 відзначала існуючий розрив між європейськими політиками та громадянами, пов'язуючи провал Лісабонської угоди в Ірландії з активним використанням в опозиційній кампанії Інтернету, який дозволяє краще таргетувати інформацію на необхідну цільову аудиторію. «Політичний істеблішмент, − зазначає М.Валстром, − надто велику увагу приділяє звичайним медіа, особливо газетам. А світ швидко змінюється, і медійний ландшафт разом із ним. Прихильники Європи не можуть уникнути дебатів, і якщо вони мають місце в Інтернеті, то ми повинні бути там присутніми» [39].

Акцентуючи увагу на Інтернет як на найбільш активному та перспективному агенті політичної соціалізації в контексті висвітлення питань європейської інтеграції, все ж не слід забувати і про друковані ЗМК. Відомо, що преса є найбільш аналітичним джерелом інформації серед всіх ЗМК. Основну аналітику та коментарі люди отримують саме з газет та журналів. Не стали винятком і матеріали, що стосуються ЄС та євроінтеграції. Частка преси у інформуванні населення щодо Євросоюзу становила майже чверть від загальної кількості повідомлень (24%). Ще 22% мають інформаційні агентства, які можуть суттєво впливати на Інтернет-ресурси, оскільки є постачальником інформації для них. На рис. 3.6 можна побачити динаміку розподілу інформації про ЄС та європейську інтеграцію України в основних типах українських ЗМК (вересень 2007 – лютий 2008, загальна кількість повідомлень).

Кількісні показники, що висвітлюються в дослідженні, демонструють декілька принципових моментів.

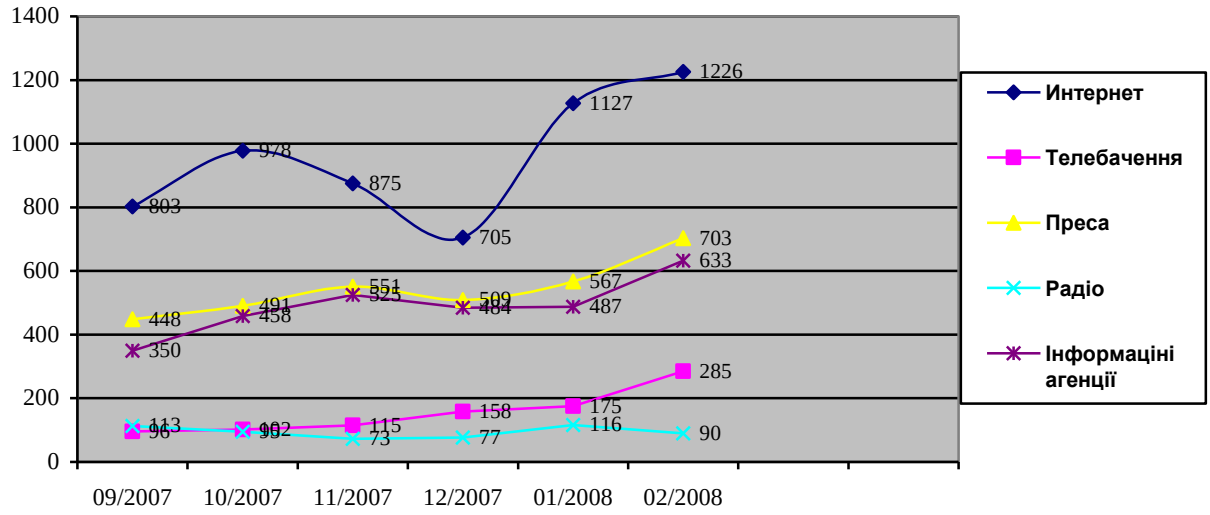


Рис. 3.6 Динаміка розподілу інформації про ЄС та європейську інтеграцію України в основних типах українських ЗМК

По-перше, як ми і припускали, основним каналом поширення інформації про ЄС та європейську інтеграцію України є інтернет-ресурси, особливістю яких є плюралізм думок та можливість безпосереднього коментування та обговорення новин, що дає більше можливостей для засвоєння та інтеріоризації європейських цінностей та вироблення свідомого ставлення до євроінтеграційних процесів в Україні.

По-друге, існує суттєве протиріччя між обсягом аудиторії телебачення і його роллю у висвітленні роботи ЄС та аналогічними показниками Інтернету. Це протиріччя, на нашу думку, є основним джерелом недостатньої поінформованості населення щодо Євросоюзу та євроінтеграції, оскільки основну інформацію, як вже було доведено, громадяни України отримують з національного телебачення. Суттєву роль відіграє також географічний розподіл користувачів Інтернету. Так, за даними порталу bigmir.net, який щомісяця проводить дослідження української аудиторії Інтернет, в вересні 2009 року 59,4% відвідувачів географічно належали до Київського регіону, 29,5% відвідувачів походило з міст з мільйонним населенням. Решта регіонів України складає лише 11% відсотків користувачів Інтернету [47]. Тобто доступ до більшості інформації щодо ЄС та євроінтеграції є малодоступним для більшості населення України.

По-третє, підтверджується аналітична спрямованість преси, яка обговорювалась у попередніх розділах у зв'язку з політичною соціалізацією особистості.

Кількісні показники висвітлення тем ЄС та євроінтеграції України у національних ЗМК доповнюються даними щодо тональності повідомлень. За даними дослідження переважають нейтральні інформаційні повідомлення, в яких є констатація фактів, висвітлення подій та цитування коментарів. Порівняно з повідомленнями кінця 1990-х років спостерігається збільшення нейтральних інформаційних потоків та зменшення відверто негативних матеріалів. Так, кількість нейтральних повідомлень склала 65%, позитивних − 34%, а негативних − лише 1%. Але у моніторингу також звернено увагу на зростання критичних та скептичних матеріалів щодо ЄС, автори вважають, що вони зумовлені зростаючими контактами українського суспільства з Європейським Союзом. Стикаючись з реальністю, яка відрізняється від уявлень про швидку та безболісну інтеграцію України до європейської спільноти (нагадаємо, що у 2002 році більше 60% громадян були оптимістично налаштовані щодо приєднання України до ЄС) українське суспільство, а через нього і мас-медіа, які в цьому випадку виражають суспільну думку, відчувають роздратування. Такі процеси є, на нашу думку, нормальною реакцією, яка, з одного боку, підкреслює факт реальної взаємодії України та ЄС, з іншого, − формування критичного ставлення до будь-якої інформації з боку українського суспільства.

Загалом спостерігається підвищення якості висвітлення тематики ЄС та європейської інтеграції в українських ЗМК всіх типів. Однак представники «Інтерньюз-Україна», які працювали над дослідженням, зокрема В.Єрмоленко, звертають увагу на негативні аспекти, а саме на велику кількість фактологічних помилок, яких припускаються журналісти та які свідчать про недостатнє знання теми, що ще раз підкреслює важливість професійного підходу до висвітлення суспільно-значущих питань та

необхідності спеціальної підготовки журналістських кадрів до роботи з тематикою Європейського Союзу.

До цієї тематики, як зазначає кореспондент УНІАН у Брюсселі С.Воропаєв, належать не лише офіційні контакти між Україною та ЄС, а й зв'язки між профспілковими, неурядовими організаціями [43, с. 28].

Матеріалом, який можна використовувати в процесі соціалізації українського суспільства до європейського інформаційного простору, можуть слугувати і внутрішньоєвропейські події, які не прямо пов'язані з Україною, але демонструють структуру ЄС, рівень розвитку місцевого самоврядування, моделі поведінки у відносинах зі владою, що властиві громадянам ЄС, ціннісні орієнтації, які вони сповідують та багато інших аспектів.

На сьогодні, за словами С. Воропаєва, у Брюсселі працює дуже невелика кількість журналістів з України. Збільшення кореспондентських пунктів допомогло б покращити інформування населення України про ЄС, та про європейські цінності, моделі політичної поведінки та можливості їх використання на теренах рідної держави.

Враховуючи все вищесказане, можна підсумувати, що на цьому етапі, незважаючи на те, що євроатлантична інтеграція проголошена пріоритетним напрямком зовнішньої політики української держави, спостерігається недостатня поінформованість українського населення щодо сутності, структури та функцій ЄС та НАТО, а також переваг та недоліків перспективи членства України в цих структурах, що дозволяє зробити висновок про неефективне використання ЗМК при очевидній їх перспективності порівняно з іншими просвітницькими акціями. Статистичні дані підтверджують тезу, що така ситуація пов'язана з протиріччям між великою кількістю інформації щодо ЄС та НАТО, розповсюджуваної через Інтернет та низьким розвитком ІКТ в Україні, а також пропорційно низькою часткою повідомлень з євроатлантичної тематики на телеканалах, при тому, що ТВ є найпоширенішим медіа в Україні.

3.3. Напрями та шляхи оптимізації впливу засобів масової комунікації на політичну соціалізацію особистості

На сучасному етапі розвитку України в умовах її подвійної трансформації (перехід від тоталітаризму до демократії та становлення інформаційного суспільства) провідну роль у процесі політичної соціалізації відіграють засоби масової комунікації, а особливе місце серед них, зумовлене функціонуванням її як середовища, так і як ЗМК, займає мережа Інтернет. Ці обставини вимагають розробки напрямів та шляхів оптимізації впливів ЗМК на політичну соціалізацію в умовах становлення інформаційного суспільства.

Серед теоретичних напрямів слід зазначити подальшу розробку проблеми на міждисциплінарних засадах.

Подальша розбудова інформаційного простору вимагає вирішення значного кола проблем, пов'язаних як з механізмом реалізації законодавчого регулювання діяльності ЗМК, так і з законотворчою діяльністю, спрямованою на врегулювання питань, пов'язаних з використанням інформації. Серед них Ю. Бондар, наприклад, відзначає відсутність уніфікації термінів, що стосуються вироблення, використання та розповсюдження інформації, невпорядкованість законів та підзаконних актів, що ускладнює користування ними. Недосконалість законодавства ставить під загрозу існування незалежних ЗМК та принципів свободи слова, оскільки надає можливості для зловживань та переслідувань окремих органів масової комунікації [33, с. 159]. Залежність ЗМК від владної еліти надає пропагандистського характеру їх діяльності та знижує ефективність політичної соціалізації. До аналогічних наслідків призводить і економічна залежність ЗМК від бізнесових кіл, коли в центрі спрямувань є не розвиток творчого потенціалу громадян та становлення політично зрілої особистості, а формування постійної аудиторії для рекламодавця та обслуговування замовлень власників.

Слід зазначити, що повне вирішення цих питань вимагатиме значного часу та зусиль. У подоланні старої системи відносин між владою та ЗМК, що

будувалась в рамках тоталітарної держави, може допомогти подальше удосконалення законодавчої бази, яка регулює ці відносини, з метою максимально унеможливити шляхи тиску на ЗМК з боку владної еліти. Подолання економічної залежності ЗМК є справою надто складною. Частина ЗМК може і повинна залишатись у приватній власності, але на противагу бізнес-орієнтованим приватним ЗМК повинні розвиватись також і ЗМК державні. Саме в державних ЗМК є можливість реалізації просвітницьких програм, спрямованих на формування політично поінформованої, компетентної та відповідальної особистості. На цьому етапі починаються інші складності: державне телебачення втратило популярність аудиторії, тієї самої, за яку змагаються комерційні канали, а отже ретельно підготовлені просвітницькі матеріали з політичних та суспільно важливих питань побачить лише невелика частка людей. Очевидно, що необхідно шукати інші засоби забезпечення участі мас-медіа у формуванні демократичної політичної свідомості та активної політичної поведінки особистості.

Як тимчасовий шлях вирішення проблеми запропоновано закупівлю ефірного часу комерційних телеканалів, вибраних згідно з об’єктивними показниками рейтингів аудиторії незалежних дослідницьких кампаній та трансляція розробленого на основі сучасних маркетингових технологій циклу політико-просвітницьких програм, диференційованих з урахуванням вікових особливостей всіх категорій населення, метою яких є формування політично поінформованої, компетентної та відповідальної особистості, створення комфортних умов для зміни політичних поглядів та настанов у бік демократизації у старшого покоління.

Вирішення цього протиріччя у європейській моделі побудови інформаційного простору передбачає існування двох форм телерадіоорганізації: суспільної і приватної. Активні дії у цьому напрямку проводять і в Україні. Розроблена концепція створення системи суспільного телебачення і радіомовлення України передбачає перетворення усіх державних телерадіоорганізацій в суспільних мовників [92]. Саме рішення

щодо створення суспільного телерадіомовлення було прийнято Верховною Радою України ще 18 липня 1997 року [141]. Передбачено, що суспільне телебачення і радіомовлення має на меті всебічне задоволення потреб суспільства в оперативній інформації, забезпечення плюралістичного характеру мовлення, зважаючи на національні традиції, морально-етичні принципи українського народу. Політичній соціалізації особистості в дусі демократичних традицій сприятиме широке представництво різних верств суспільства у реалізації програмної концепції мовлення. На громадськість також покладатиметься і контроль за фінансово-господарською діяльністю.

У законі також наголошено на необхідності обмеження державного замовлення на програми суспільного мовлення у обсязі 20% загального ефірного часу та рекламних повідомлень у обсязі 3% від ефірного часу. У концепції, яка була розроблена у 2008 році, вказано на невідповідність цих вимог економічним реаліям. На нашу думку, зняття обмежень з обсягу державного замовлення та рекламного часу зведе нанівець всю ідею суспільного мовлення, оскільки дозволить втілити найгірші вади як сучасних українських державних каналів з їх заполітизованістю та непопулярною програмною сіткою, так і комерційних каналів з орієнтацією на розважальні рейтингові передачі.

Революційний вплив на виконання ЗМК функції політичної соціалізації особистості здійснить досягнення концептуальних цілей створення суспільного мовлення та виконання його завдань, які включають в себе:

- забезпечення свободи слова;
- обмеження прямого впливу держави та фінансово-промислових груп на діяльність системи суспільного телебачення і радіомовлення;
- забезпечення доступу різних суспільних груп до каналів масової комунікації та представлення їхніх інтересів у інформаційному просторі в умовах ринкової економіки та комерціалізації засобів масової інформації;
- гарантія неупередженого якісного інформування населення України про події та явища дійсності;

- повне задоволення культурних та освітніх потреб телеглядачів та радіослухачів шляхом виробництва та розповсюдження програм, створених на високому професійному творчому та технічному рівні, повернення телебаченню освітніх та розвиваючих функцій, надання трибуни для висловлювання своїх поглядів усім основним соціальним групам (не тільки за політичною, а й за релігійною, культурною, національною, професійною ознаками);
- сприяння збереженню та розвитку української нації, її мови та культури, а також мов та культур народів, що проживають на території України;
- сприяння формуванню позитивного міжнародного іміджу України [92].

На цьому етапі перешкодою для такого виключно позитивного зрушення у інформаційних відносинах у державі є проблеми технічного та економічного характеру. Це, зокрема, брак радіочастотного ресурсу, який на цей момент повністю вичерпаний існуючими теле- та радіоканалами. Впровадження цифрового мовлення, що є ще одним важливим кроком, який зобов'язана зробити Україна до 7 червня 2015 року згідно з міжнародною угодою «Женева-2006», може стати вирішенням цієї проблеми. Інші перешкоди стосуються браку коштів та відсутності необхідної інфраструктури.

Окрім створення системи суспільного телерадіомовлення, подальша розбудова інформаційного простору згідно з положенням Закону України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», положення якого включають в себе і вимогу достатнього забезпечення населення доступом до інформаційно-комунікативних технологій. Дані досліджень демонструють значні розбіжності у кількості аудиторії українського Інтернету за географічним критерієм [22]. Найбільша кількість користувачів з Києва, за ним йдуть міста-мільйонники. Графік наочно демонструє, яка частина областей не охоплена новітніми

інформаційно-комунікативними технологіями.

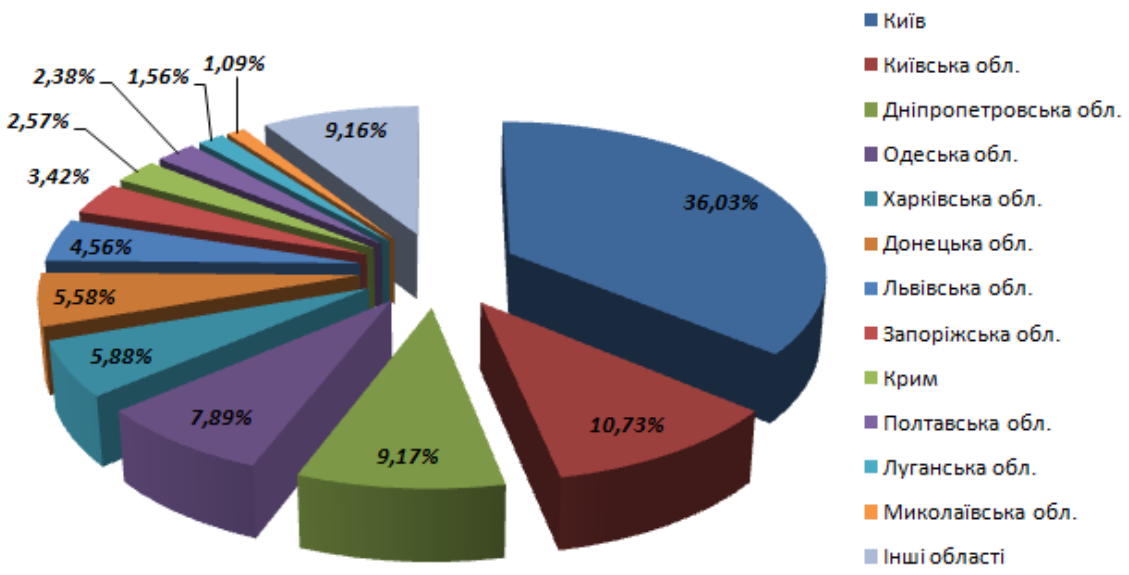


Рис.3.4. Географія користувачів українського сегменту Інтернет

Таблиця 3.1 демонструє відсоткове співвідношення частки користувачів Інтернет усіх регіонів України.

Табл. 3.1

Регіон		Регіон	
Київ	36,03%	Черкаська обл.	0,87%
Київська обл.	10,73%	Вінницька обл.	0,81%
Дніпропетровська обл.	9,17%	Хмельницька обл.	0,78%
Одеська обл.	7,89%	Херсонська обл.	0,77%
Харківська обл.	5,88%	Івано-Франківська обл.	0,69%
Донецька обл.	5,58%	Тернопільська обл.	0,62%
Львівська обл.	4,56%	Рівненська обл.	0,60%
Запоріжська обл.	3,42%	Кіровоградська обл.	0,59%
Крим	2,57%	Чернігівська обл.	0,56%
Полтавська обл.	2,38%	Житомирська обл.	0,55%
Луганська обл.	1,56%	Волинська обл.	0,54%
Миколаївська обл.	1,09%	Закарпатська обл.	0,53%
Сумська обл.	0,87%	Чернівецька обл.	0,38%

Відсоткові показники географічного розподілу українських користувачів.

Такий розподіл суттєво впливає, як було розглянуто в підрозділі 3.2, на сприйняття європейської спрямованості державної політики, та на електоральну активність, як було розглянуто в підрозділі 3.1. Брак доступу до мережі може здійснювати негативний вплив на формування політичної свідомості особистості, оскільки на даному етапі Інтернет є найбільш

об’єктивним та незаангажованим джерелом інформації (якщо, звісно, знати, як ним користуватись). Останнє зауваження веде за собою визнання необхідності спеціальної освіти, яка була б орієнтована на роз’яснення сутності Інтернету, його можливостей та небезпек. Головним при цьому повинен, на нашу думку, бути акцент на розвиток власних аналітичних здібностей, оскільки орієнтація в мережі потребує певних навичок, які зазвичай виробляються вже у процесі користування, але певні методичні зауваження не завадять. Надзвичайно велика кількість інформації потребує фільтрації. При певних навичках, можна відсіювати непотрібні, а часом й небезпечні сторінки, звертаючи увагу, наприклад, на домен сайту, адресу електронної пошти, та будучи обізнаним з основними методами шахрайства в мережі. Слід зазначити, що з боку інститутів освіти вже здійснюються значні зусилля з упровадження інформаційно-комунікативних технологій, але розробка спеціальних курсів, які допомогли б без перешкод орієнтуватись в мережі, розраховуючи на власні аналітичні здібності, було б деяким кроком вперед.

Продовжуючи тему використання Інтернету як особливого агента політичної соціалізації особистості, слід вказати ще на два перспективних напрямки оптимізації його впливу: використання он-лайн ігор та проекти типу «електронна демократія». О. Шерман зазначає, що в сьогоднішньому соціально-політичному контексті «дедалі більших масштабів набуває заміна реальної політики сконструйованими політтехнологами ментальними утвореннями та символічними образами» [198, с. 191]. Окремо, на його думку, слід виділити такий засіб створення віртуальної реальності, як політична комп’ютерна гра. Дослідник акцентує увагу серед іншого і на можливостях використання комп’ютерних ігор «для реалізації довгострокових стратегічних проектів як засобу формування суспільної думки і політичної соціалізації» [198, с. 194]. У нашому дослідженні ми обґрунтовували подібне використання комп’ютерних ігор на прикладі глобальних сюжетно-рольових он-лайн ігор, що розраховані на багато

користувачів. Отже, ще однією пропозицією щодо свідомого використання можливостей мережі в політичній соціалізації особистості є створення тематичних он-лайн ігор, які дозволяли б молоді відпрацьовувати моделі політичної участі, починаючи з електоральної активності і закінчуючи вибором моделі розвитку держави при керівництві нею. Такі ігри дозволять людині за обмежений час відпрацювати моделі індивідуальної політичної поведінки, зрозуміти сутність та механізми управління державою на прикладі віртуальних моделей з повним збереженням причинно-наслідкових зв'язків.

Розробка та впровадження проектів типу «електронна демократія» викликає ряд запитань у науковців. Так, наприклад, М. Вершинін відзначає вкрай низький рівень громадянської свідомості росіян, який свідчить про те, що наявні демократичні настрої не трансформуються в практику демократичних дій. Його висновок щодо Інтернету як платформи для розвитку електронної демократії в російських умовах виглядає дещо песимістичним. Розвиток інформаційних технологій, на його думку, може навіть сприяти політичній пасивності. Перенесення традиційних стереотипів пасивного споживання з традиційних ЗМК на Інтернет, зазначає він, свідчить про тенденції використання мережі виключно в розважальних цілях. До того ж, на його думку, «демократія в кіберпросторі» зовсім не означає демократії в реальному світі, оскільки така активність залишається цілком віртуальною. Незважаючи на невтішні прогнози, вчений звертає увагу на такі можливості використання інтернет-технологій у представницькій демократії, як:

- розширення доступу виборців та ЗМК до законотворчої діяльності;
- зниження витрат з формування асоціацій та об'єднань виборців;
- покращення ефективності зворотнього зв'язку між виборцями та їх представниками в законодавчих органах [41].

На нашу думку, ці пропозиції є актуальними і в умовах сучасної України. Існуючий досвід створення віртуальних законотворчих проектів показав їх перспективність для політичної соціалізації, особливо молоді. Однак для подолання політичної апатії, на нашу думку, важливою є наявність

віддачі. Саме лише обговорення законопроектів без практичних результатів може зацікавити лише окрему частину молоді (наприклад студентів юридичних та політологічних інститутів), а також ту частину інтернет-користувачів, яка в мережі зветься «фладерами» або «флудерами» (залежно від вимови англійського слова «flood» – потік), людей з непереборною пристрастю до беззмістовного Інтернет-спілкування. В якості мотивації за активну і продуктивну участь у проекті можна пропонувати робочі місця у різного рівня державних адміністраціях. В умовах економічної кризи ця пропозиція буде особливо актуальною, а адміністрація отримає активного, діяльного співробітника з готовим проектом у портфоліо.

Висновки до третього розділу

Особливості впливів вітчизняних ЗМК на політичну поведінку в сучасній Україні обумовлюються значним чином тим, що українські ЗМК на цьому етапі розвитку перебувають у залежності від владної еліти та бізнесових кіл, що спричинена як економічними факторами, так і політико-культурними моделями взаємовідносин ЗМК та влади, що успадковані з попередньої епохи. Тим не менш, вплив ЗМК на процеси політичної соціалізації в Україні простежується на всіх етапах входження людини у світ політичного, доповнюючи або повністю заміщуючи вплив традиційних інститутів соціалізації.

Політична соціалізація в умовах становлення інформаційного суспільства має ряд особливостей, серед яких, зокрема, зростання можливостей доступу до політичної інформації, збільшення можливостей безпосередньої участі у державотворчих процесах, що викликає зменшення впливу родини на політичну соціалізацію при збереженні опосередкованого мережею Інтернет впливу інших інститутів соціалізації; стихійність соціалізаційних процесів; взаємовплив віртуального та реального світів у процесі політичної соціалізації, поява принципово нових механізмів

політичної соціалізації у зв'язку з інформатизацією простору (на прикладі он-лайн ігор).

Оцінюючи євроінтеграційний вектор впливу засобів масової комунікації на політичну сферу в Україні, слід відзначити певні протиріччя між сприйняттям європейських цінностей (цінності західної цивілізації: індивідуалізм, лібералізм, конституціоналізм, права людини, рівність, свобода, законність, демократія, вільний ринок) та ставленням до процесів європейської інтеграції. На нашу думку, існування такого протиріччя пов'язане, перш за все, з тим фактом, що первісна політична соціалізація значної кількості населення пройшла з використанням гегемоністської моделі радянського типу; іншим фактором є недостатня увага до просвітницьких можливостей ЗМК.

На прикладі використання ЗМК у процесах європейської інтеграції українського суспільства можна зробити висновок, що на рівні суспільства, на макрорівні, оцінка соціалізаційних впливів ЗМК на політичну свідомість українського суспільства в цілому демонструє ситуацію, аналогічну з політичною соціалізацією індивіда з наступними характеристиками:

- основним джерелом знань, настанов, ціннісних орієнтацій та моделей поведінки щодо політичного простору (європейського в тому числі) виступають мас-медіа;
- найпоширенішим ЗМК є телебачення, переважна кількість аналітичних матеріалів міститься в пресі, найбільший плюралізм думок забезпечує Інтернет;
- особливості висвітлення подій із світу політичного тісно пов'язані з залежністю українських медіа від владної еліти та бізнесових кіл, що обумовлює використання маніпулятивних технологій;
- особливим та найбільш перспективним агентом політичної соціалізації як на мікрорівні, так і на макрорівні в сучасному суспільстві є Інтернет;

- недостатній розвиток ІКТ, в тому числі обмеженість доступу до Інтернету перешкоджає інтенсифікації процесів політичної соціалізації.

Однак існують і суттєві відмінності, до числа яких належать:

- більш активні дії держави на підтримку зусиль суспільства з опанування європейських політичних цінностей та знань щодо процесів євроінтеграції, які виражаються в створенні та підтримці численних освітніх програм з євроатлантичної тематики;
- переважно нейтральна тематика повідомлень, що стосуються ЄС та НАТО, тенденція до об'єктивного висвітлення інформації з врахуванням інтересів українського суспільства;
- зменшення кількості маніпулятивних впливів з боку ЗМК.

Активне використання ЗМК могло б вирішити протиріччя між сприйняттям цінностей західної демократії українцями та негативним ставленням до євроінтеграційних процесів України. Проте недостатня забезпеченість інформаційно-комунікативними технологіями може стати на заваді ініціативам європейської спрямованості. Згідно статистичних даних, існує суттєве протиріччя, пов'язане з великою кількістю інформації щодо ЄС та НАТО, розповсюджуваної через Інтернет та низьким розвитком ІКТ в Україні, та пропорційно низькою часткою повідомлень з євроатлантичної тематики на телеканалах, незважаючи на те, що телебачення виступає одним з найбільш поширених засобів масової комунікації в Україні, доступ до якого має майже кожна людина.

Серед шляхів оптимізації впливів ЗМК на політичну соціалізацію запропоновано подальше вдосконалення механізму реалізації законодавчого регулювання діяльності ЗМК; подальша розробка Концепції створення системи суспільного телебачення і радіомовлення України; розробка та впровадження циклу політико-просвітницьких програм; розробка та підтримка проектів типу «електронна демократія»; розвиток структур, що відповідали б за об'єктивне та своєчасне інформування громадян України про процеси, що стосуються зв'язків України та європейських об'єднань;

створення тематичних он-лайн ігор як полігону для відпрацювання політичних вмінь, знань та навичок.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було розглянуто та проаналізовано особливості впливу засобів масової комунікації на політичну соціалізацію в сучасній Україні на етапі становлення інформаційного суспільства. За результатами роботи було сформовано такі висновки:

1. Питання впливів ЗМК на політичну свідомість є популярним предметом дослідження сучасної політичної науки, зважаючи на зростаючу роль мас-медіа у політичних процесах в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні, однак існує тенденція обмежувати розгляд масовокомунікаційних впливів періодами електоральної активності. Ця традиція бере свій початок від досліджень П.Лазарсфельда та продовжується у сучасних дослідженнях засобів масової комунікації та політичної свідомості. Політична соціалізація, в свою чергу, розглядається в рамках проблем демократизації та інформатизації суспільства, політичної освіти, особливостей політичної поведінки молоді. Слід зазначити, що в сучасній політичній науці приділяється значна увага взаємозв'язку політичної соціалізації та політичної культури, однак серед агентів політичної соціалізації більше уваги приділяється інституту освіти, ніж ЗМК. Важливими теоретико-методологічними складовими дослідження є культиваційна теорія Дж.Гербнера, згідно з якою ЗМК здійснює постійний екстенсивний вплив на свідомість індивіда, змінюючи його установки та поведінку, плюралістичний підхід до поведінки людини П.Сорокіна та концепції інформаційного суспільства. Серед інших теоретичних надбань сучасної політології, соціології та соціології масової комунікації, які використовуються для дослідження впливів ЗМК на політичну соціалізацію, слід назвати теорії масового суспільства, марксизм, теорію адаптації, теорію гегемонії; парадигму «ефектів» мас-медіа; концепції встановлення порядку денного, використання стандартних форм та спрямування уваги аудиторії. У роботі використано принципи об'єктивності, історизму та соціального підходу. Закони діалектики допомагають розкрити основні суперечності

впливу ЗМК на політичну соціалізацію особистості. За допомогою системного підходу та структурно-функціонального аналізу ЗМК та політична соціалізація розглядаються в їх цілісному взаємозв'язку. Складність цих взаємозв'язків вимагає використання синергетичного підходу. Біхевіоризм у роботі використано разом з політико-культурним підходом, що дозволяє подолати його обмеженість. Велике значення для дослідження мають здобутки політичної герменевтики, соціології масової комунікації, політичної психології та політичної соціології.

2. Під політичною соціалізацією запропоновано розуміти двосторонній процес, що, з одного боку, полягає у засвоєнні індивідом цінностей, знань, рольових зразків, моделей поведінки, що дозволяють долучитися до політичного життя суспільства цілеспрямовано та стихійно з політичних та неполітичних джерел, виступаючи при цьому як об'єктом, так і суб'єктом дії; з іншого боку, - у зворотному процесі перетворення політичного досвіду особистості в політичну дію, поведінку, реалізації його в статусно-рольових моделях поведінки в певному політичному просторі. Означені процеси становлять зміст політичної соціалізації. Концепція політичної соціалізації знаходить свої витоки у загальній концепції соціалізації та проходить шлях від класичної політичної думки, представленої моделями «підкорення» та «інтересу», через системний аналіз політики, теорію конфлікту, теорію плюралізму та теорію гегемонії до усвідомлення її як міждисциплінарної сфери досліджень. У сучасній політичній науці політичну соціалізацію розглядають у тісному взаємозв'язку з політичною культурою як чинник її (культури) формування. Серед особливостей політичної соціалізації, пов'язаних зі становленням інформаційного суспільства в Україні, були виявлені наступні:

- за допомогою інформаційно-комунікативних технологій забезпечується постійний доступ до різноманітної політичної інформації та уможливлюється безпосередня участь у державотворчих процесах;

- вищезгаданий процес призводить до зменшення впливу сім'ї як інституту політичної соціалізації при тенденції до віртуалізації та завдяки цьому збереженню опосередкованого впливу інших традиційних джерел політичної соціалізації та частково розширенню їх географічних та просторових меж;
- існує небезпека політичного та правового нігілізму при широкому доступідо інформаційних мереж за відсутності сформованої політичної культури; особливості подачі інформації в мережі (абсолютно вся інформація тут і зараз, мозаїчність, фрагментарність інформації, нечіткість часово-просторових меж) може призвести до релятивізму відносно до важливих суспільних проблем;
- виявлено переважну стихійність політичної соціалізації у віртуальному просторі, її слабка контрольованість; з одного боку, збільшуються можливості для політичної активності, з іншого – анонімність віртуального спілкування може сприяти появі безвідповідальності, у тому числі і політичної;
- за психофізіологічними характеристиками процес політичної соціалізації в інформаційному суспільстві супроводжується значними психоемоційними навантаженнями, пов'язаними з величезними обсягами інформації. Виявлені особливості політичної соціалізації та характеристики віртуального простору дозволяють окреслити два взаємопов'язаних напрями політичної соціалізації: соціалізацію у віртуальний світ, та соціалізацію у реальний світ за допомогою віртуального. Було проаналізовано феномен он-лайн ігор як механізм політичної соціалізації особистості, розглянуто та доповнено поняття квазісоціалізації, яке тісно пов'язане з віртуальним середовищем.

3. Специфіка формування політичної свідомості засобами масової комунікації розглядається у межах «масовокомунікаційної теорії ефектів» з використанням плюралістичного підходу до розуміння поведінки людини П.Сорокіна. Проаналізовано соціалізаційні впливи ЗМК на рівні особистості

та на рівні суспільства. Під соціалізаційними ефектами ЗМК запропоновано розуміти наслідки фізіологічного, психічного, соціального характеру, що мають місце під впливом масової комунікації і відсутні без неї та відбиваються на результатах становлення політичної поведінки особистості й прояву політичної активності, засвоєння цінностей, знань, рольових зразків, які дозволяють адаптуватися до політичного життя суспільства. Розглянуто особливості взаємних впливів космічних, біологічних, соціально-психічних факторів та ЗМК, підкреслено синергетичний характер цих впливів на процеси політичної соціалізації. Основні результати цієї частини роботи можна викласти в наступних положеннях:

- соціалізаційний вплив ЗМК простежується на двох рівнях: мікрорівень – вплив на особистість, макро-рівень – вплив на суспільство;
- на мікрорівні соціалізаційні ефекти ЗМК залежать від дій космічних, біологічних та соціально-психологічних факторів;
- на макрорівні ЗМК впливають на всі сфери суспільства: економічну, політичну, соціальну і духовну, взаємопов’язаність цих сфер обумовлює вплив кожної з них на політичну соціалізацію особистості;
- соціалізаційні впливи ЗМК можна умовно поділити на дві великі підгрупи: впливи, що стосуються створення у свідомості картини політичного життя, та впливи на електоральну поведінку громадян.

4. Дослідивши підходи до поняття ефективності, що використовуються в соціології організацій, соціології масової комунікації та теорії управління, визнавши певну релятивність поняття, викликану полісуб’єктністю політичної комунікації, було вироблено базовий підхід до ефективності політичної соціалізації, яку, на нашу думку, слід виводити від очікуваного результату з обмежуючою умовою не мінімізації витрат, як в економічній ефективності, а мінімізації шкоди та обмежень, які можуть мати місце у свідомості людини під час процесу. Комунікаційна складова ефективності політичної соціалізації міститься у діалектичному поєднанні двох полюсів ефективності масової комунікації – абсолютної та нульової ефективності, де

полюс абсолютної ефективності означає цілковиту довіру до ЗМК, себто підвищені можливості впливу мас-медіа на політичну соціалізацію, а полюс нульової ефективності – разом з повною відсутністю довіри до ЗМК є індикатором створення інформаційних полів, які дозволяють громадянам самостійно користуватись інформацією та приймати рішення, тобто створюють умови для розвитку політичної свідомості.

Слід зазначити, що оскільки ефективність передбачає не тільки певні очікування, а й певні дії, для їх здійснення, про ефективність політичної соціалізації можна говорити більшою мірою з позицій розуміння її (соціалізації) як цілеспрямованого впливу на свідомість особистості, водночас соціалізаційні процеси в Україні відзначаються значним рівнем стихійності, що створює перешкоди для всебічного дослідження їх ефективності. У процесі роботи було проаналізовано існуючі підходи до критеріїв ефективності політичної соціалізації, розглянуто такі з критеріїв, як наявність у людини політичної поінформованості, політичної компетентності та політичної активності, політичної зрілості та політичної відповідальності. Введено «поняття відчуття політичної ефективності», як критерій політичної соціалізації особистості і суспільства, причому відчуття внутрішньої політичної ефективності належить до усвідомлення людиною своєї здатності впливати на політичні процеси, а відчуття зовнішньої політичної ефективності має відношення до ступеня довіри до владних структур, лояльності до існуючого порядку.

5. ЗМК в Україні впливають на політичну соціалізацію людини на всіх етапах її розвитку; елементи, які дозволяють отримати знання про світ політичного та можливі соціально-політичні ролі, містяться у програмах новин, розважальних передачах, телесеріалах та інших програмах, які доступні найширшому колу споживачів, а деякі з них (наприклад, телесеріали) уніфіковані для всіх вікових категорій. Особливістю вітчизняного медіа-простору є те, що ЗМК в Україні здебільшого знаходяться під впливом владних еліт чи бізнесових кіл (що зумовлено в більшій мірі

економічними та частково політичними чинниками), а отже, обслуговуючи потреби замовника, часто вдаються до маніпулятивних технологій, що негативно впливає на політичну соціалізацію особистості. Тим не менш, аналіз статистичних даних виявив, що рівень довіри до ЗМК майже в три рази більший, ніж рівень довіри до влади, що свідчить про зростаючий потенціал впливу ЗМК на політичну свідомість та поведінку особистості. Слід також зазначити, що спостерігається постійне зростання української Інтернет-аудиторії, що з урахуванням особливих властивостей мережі дає підстави стверджувати про її потенційну впливовість у процесі політичної соціалізації в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні. Зважаючи на євроінтеграційні спрямування України, окремим етапом дослідження був аналіз особливостей висвітлення сутності та діяльності ЄС і НАТО засобами масової комунікації; виявлено протиріччя між сприйняттям населенням цінностей західної демократії та ставленням до процесів європейської інтеграції, коріння якого міститься, по перше, у тому, що більшість громадян України пройшли первісну політичну соціалізацію гегемоністського типу, по-друге, у нераціональному використанні засобів масової комунікації у просвітницькій діяльності з боку держави при очевидній їх перспективності порівняно з іншими просвітницькими акціями. Визначено роль засобів масової комунікації у формуванні політичної інформованості щодо сутності та перспектив євроінтеграційних прагнень України. Підкреслено особливий статус Інтернет як головного джерела інформації щодо євроінтеграційних процесів.

6. Підтверджено, що на сучасному етапі розвитку України, в умовах її подвійної трансформації (перехід від тоталітаризму до демократії та становлення інформаційного суспільства) провідну роль у процесі політичної соціалізації відіграють засоби масової комунікації, а особливе місце серед них, обумовлене функціонуванням її як середовища, так і як ЗМК, займає мережа Інтернет. Враховуючи вищесказане, серед основних шляхів оптимізації впливів ЗМК на політичну соціалізацію особистості слід назвати

наступні:

- вдосконалення механізму реалізації законодавчого регулювання діяльності ЗМК з метою зменшити залежність від бізнесових та владних кіл;
- подальша розбудова інформаційного простору згідно з положенням Закону України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», положення якого включають у себе і вимогу достатнього забезпечення населення доступом до інформаційно-комунікативних технологій;
- подальша реалізація Концепції створення системи суспільного телебачення і радіомовлення України як альтернативи до державних та комерційних ЗМК та джерела демократизації суспільства, агента цілеспрямованої та ефективної політичної соціалізації особистості;
- розробка на основі сучасних маркетингових технологій та впровадження на телебаченні циклу політико-просвітницьких програм, диференційованих з урахуванням вікових особливостей всіх категорій населення, метою яких є формування політично поінформованої, компетентної та відповідальної особистості та створення комфортних умов для зміни політичних поглядів та настанов в бік демократизації старшого покоління.. Варто зауважити на необхідності вибору телеканалів згідно з об’єктивними показниками рейтингів аудиторії незалежних дослідницьких компаній;
- створення мережі кореспондентських пунктів у країнах-членах Європейського Союзу та своєчасне і об’єктивне інформування населення щодо процесів, які стосуються європейського політичного та культурного простору загалом та політики ЄС відносно до України зокрема. Окрему увагу слід приділити аналітичним матеріалам, які б докладно висвітлювали позитивні та негативні аспекти цих процесів;
- розробка та підтримка проектів типу «електронна демократія» для стимулювання участі молоді у державотворчих процесах;

- створення тематичних он-лайн ігор, які дозволяли б молоді відпрацьовувати моделі політичної участі, починаючи з електоральної активності і закінчуючи вибором моделі розвитку держави при керівництві нею. Такі ігри дозволять людині за обмежений час відпрацювати моделі індивідуальної політичної поведінки, зрозуміти сутність та механізми управління державою на прикладі віртуальних моделей з повним збереженням причинно-наслідкових зв’язків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Abramson P. R. Political Attitudes in America, Formation and Change. / P.R. Abramson. – San Francisco: W. H. Freeman, 1983. – p.149-165
2. Adams Gerald R. Identity and Political Socialization / Gerald R. Adams // New Directions for Child and Adolescent Development. – Wiley Periodicals, Inc., 1985. – №30. – P. 61-77
3. Barthelemy M. Patterns of Political Socialization in a Social Democratic Culture: the Case of Norway. / M.Barthelemy // European Journal of Political Research, 1990. – V.18. – P. 467-489
4. Carlson J. Television Entertainment and Political Socialization. / J. Carlson. – In: Vermeer Jan. P. In "Media" Res: Readings in Mass Media and American Politics. – N.Y.: McGrawHill, Inc. 1995. – P. 47-55.
5. Communication : [definition] / In Merriam-Webster Online Dictionary, 2009 – http://mw1.merriam-webster.com/dictionary/communication
6. Comor E. The Role of Communication in Global Civil Society: Forces, Processes, Prospects / Edward Comor // International Studies Quarterly. – International Studies Association, 2001. – V.45. – P.389-408
7. Dowse R.E. Some Doubts Concerning the Study of Political Socialization. / E.R.Dowse // Political Studies. – Exeter University, 1971. – V.42. – P.70-86
8. Everett M. Rogers. Theoretical Diversity in Political Communication // Handbook of Political Communication Research.: edited by Lynda Lee Kaid. – Lawrence Erlbaum Associates. Mahwah, NJ. 2004. P.561
9. Gecas V. ‘‘The Self-Concept.’’ / V. Gecas. // In R. H. Turner and J. F. Short, Jr., eds., Palo Alto, Calif.: Annual Reviews. – Annual Review of Sociology. – 1982. – vol. 8. – P. 1-33
10. Kubicek P. Delegative Democracy in Russia and Ukraine / P. Kubicek // Communist and Post.Communist Studies. – 1994. – №27(4). – P. 438
11. Listhaug O. Socialization, Life Course, and Ideological Involvement/ / Ola Listhaug // Scandinavian Political Studies. – University of Trondheim, 1978. – V.1. – P. 123-138

12. Mishler W., Rose R. Learning and re-learning regime support: The dynamics of post-communist regimes / William Mishler, Richard Rose // European Journal of Political Research. – Department of Political Science, University of Arizona, USA; Centre for the Study of Public Policy, University of Strathclyde, UK, 2002. – V.41. – P. 5-36
13. One Television Year In The World, 2007 issue. [Електронний ресурс]/ Результаты отчета Media Resources Management, для «Телекритики». – 22.08.2007. – Режим доступу до ресурсу: http://telekritika.kiev.ua/articles/191/0/9702/mrm_world/ . – Заголовок з екрану.
14. Pal L. A.Virtual Policy Networks: The Internet as a Model of Contemporary Governance? /L.Pal.– Carleton University, Canada. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.chg.ru/inet97/G7/G7_1.HTM
15. Paterson L. Political attitudes, social participation and social mobility: a longitudinal analysis. / L.Paterson // The British Journal of Sociology. – London School of Economics and Political Science; Blackwell Publishing Ltd., Oxford, 2008. – V.59. – P. 413-434
16. Seligson. M. A. A problem-solving approach to measuring political efficacy. / Mitchell A. Seligson // Social Science Quaterly. – University of Texas Press, March 1980. – Vol. 60. – No. 4. – P. 630-642
17. Vanderstraeten R. Autopoiesis and socialization: on Luhmann's reconceptualization of communication and socialization / Raf Vanderstraeten // The British Journal of Sociology. – Faculty of Social Sciences, Utrecht University, 2000. – V.51. – P. 581-598
18. Warleigh A. 'Europeanizing' Civil Society: NGOs as Agents of Political Socialization / Alex Warleigh // Journal of Common Market Studies. – Blackwell Publishers Ltd, 2001. – V.39. – P.619-639
19. Актуальні питання масової комунікації : [науковий журнал] / голов. ред. В. В. Різун; Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. – К., 2008. – 56 с.

20. Андрущенко В. П. Роздуми про освіту: Статті, нариси, інтерв'ю : [наук.-попул. вид.]. – 2-ге вид., доп. / Віктор Петрович Андрущенко. – К. : Знання України, 2008. – 819 с.
21. Артемов Г. П. Политическая социология : [учеб. пособие] / Г. П. Артемов. – М. : Логос, 2002. – 280 с.
22. Аудитория Уанета в декабре 2008 : Краткий обзор профиля украинских пользователей по результатам исследования gemiusAudience за декабрь 2008. [Електронний документ]. – Gemius Ukraine [http://gemius.com.ua/], 2009. – Режим доступу до документу: http://biuro.gemius.pl/~dmytrol/Presentations/2008-12-gemiusAudience-overview-Ukraine.ppt. – Заголовок з екрану
23. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции : [учеб. пособие для студ. вузов] / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176с.
24. Баскаков А. Я. Методология научного исследования : [учеб. пособие для студ. вузов] / Алексей Яковлевич Баскаков, Николай Васильевич Туленков. – К. : МАУП, 2002. – 216 с.
25. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : [монографія] / Валерій Михайлович Бебик. — К. : МАУП, 2005. — 440 с.: іл.
26. Бебик В. М. Базові засади політології: історія, теорія, методологія, практика : [монографія] / Валерій Михайлович Бебик. – К. : МАУП, 2000. – 384 с.
27. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент : [монографія] / Валерій Михайлович Бебик. – К. : МАУП, 1996. – 144 с.
28. Бебик В. М. Політологія для політика і громадянина: [монографія] / Валерій Михайлович Бебик. – К. : МАУП, 2003. – 424 с.
29. Бебик В. М. Політологія: теорія, методологія, практика: [підручник] / Валерій Михайлович Бебик. – К. : МАУП, 1997 – 248 с.

30. Безрукова О. А. Громадянсько-політична соціалізація юнацтва регіону (на прикладі м. Запоріжжя): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук : спец. 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології» / О.А. Безрукова. – Запоріжжя, 2006. – 20 с
31. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Вальтер Беньямин. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе.[Под. ред. Ю. А. Здорового] — Немецкий культурный центр имени Гете. – М.: "Медиум", 1996. – 234 с.
32. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бордийяр; [пер. з фр.С. Зенкина] – М. : Рудомино, 1995. – 172 с.
33. Бондар Ю. В. Національний інформаційний простір новітньої України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства: [монографія] / Бондар Юрій Володимирович. — К. : МАУП, 2007. — 184 с.
34. Бондар Ю. Свобода слова: українська мірка / Юрій Бондар. – К. : МАУП, 2004. – 144 с.: іл.. – (Б-ка журн. «Персонал»).
35. Бондаренко С. В. Модель социализации пользователей в киберпространстве. / С. В. Бондаренко // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: труды VI Всероссийской объединенной конференции. [Санкт-Петербург, 3-6 ноября 2003 г]. – СПб. : Издательство Филологического факультета СПбГУ, 2003. – С. 5-7.
36. Брайант Дж. Томпсон С. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон; пер. с англ. — М. : Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.: ил.
37. Брегеда А. Ю. Основи політології: Навч. посібник./ А.Ю.Брегеда. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2000. — 312 с.
38. Бхаскар Р. Общества / Р. Бхаскар // Социо-логос: Социология, Антропология, Метафизика: Вып. 1. – М., 1991.– С. 219-240.
39. Валлстром М. «Для роз’яснення діяльності ЄС потрібна проста,

аргументована й зрозуміла людям мова» [Електронний ресурс] / Марго Валлстром //«Євробюлетень» [Інформаційне видання Представництва Європейської Комісії в Україні]. – грудень, 2008 – с. 16. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/delegations/ukraine/documents/eurobulletin/200812_uk.pdf

40. Васютинський В. О. Демократичні цінності в структурі масової політичної свідомості: психосемантичний аналіз [Електронний документ]/ В.О.Васютинський // ІІ міжнародна конференція «Розвиток демократії та демократична освіта в Україні».. – К., 2002. – Режим доступу : http://www.edportal.org.ua/books/Conference_2002/Vasyutynsky.pdf
41. Вершинин М. С. Электронная демократия: российские перспективы. [Електронний документ] / М.С.Вершинин. // Информационное общество, 2002 – вып. 1. – С. 17-18. – Режим доступу : http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/953fc8431c107b5ec3256d57003ea7a9
42. Войскунский А. Е. Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Психологический журнал. – М. : изд-во Института Психологи РАН, 2004. – Т. 25, № 1. – С. 90-100
43. Воропаєв С. «Внесок медіа в євроінтеграцію України може бути більшим, ніж внесок політиків» [Інтерв'ю] / С.Воропаєв // Євробюлетень. Інформаційне видання Представництва Європейської Комісії в Україні. лютий, 2009. – С. 28
44. Всеукраїнська мережа центрів європейської інформації [Електронний ресурс] / Європейський простір : Портал проєвропейського громадянського суспільства України. Режим доступу : http://eu.prostir.ua/in/39896.html. – Заголовок з екрану.
45. Гаджиев К. С. Введение в политическую науку: [учебник для высших учебных заведений] / К.С. Гаджиев. – Изд. 2-е, пер. и доп. М. : Логос, 1999. – 544 с.– ил.
46. Гедікова Н.П. Політична соціалізація особистості в період демократизації українського суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд.

політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Наталія Пилипівна Гедікова. — О., 1999. — 19 с.

47. Глобальная статистика украинского интернета. Сентябрь 2009 [Електронний документ]. / Бигмир-Интернет. – Режим доступу до документу: http://i.bigmir.net/index/UAnet_global_report_092009.pdf. – Заголовок с экрана.
48. Глотов М. Б. Социальный институт: определение, структура, классификация [Електронний ресурс] / Михаил Борисович Глотов // СоцИс. – 2003. – №10. – с 16. – Режим доступу : http://www.isras.ru/files/File/Socis/2003-10/glotov.pdf
49. Голованова Н.Ф. Подходы к воспитанию в современной отечественной педагогике. / Н.Ф.Голованова //Педагогика. – 2007. – №10. – с 38-47
50. Головатий М.Ф. Соціологія політики : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Микола Федорович Головатий. – К. : МАУП, 2003. – 504 с.
51. Головин Н. А. Теоретико-методологические основы исследования политической социализации: [монография] / Николай Александрович Головин. — СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2004.— 288 с.
52. Горбатенко В. П. Політичне прогнозування : [навч. посібник] / Володимир Павлович Горбатенко, Ірина Олександрівна Бутовська.– К. : МАУП, 2005. – 152 с.
53. Грачев М.Н. Политическая коммуникация. / Михаил Николаевич Грачев // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия : Политология. – 1999. – № 1. – С. 24–39.
54. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, методы, векторы развития : [монографія] / Михаил Николаевич Грачев. – М. : Прометей, 2004. – 328 с.
55. Грачев М.Н., Ирхин Ю.В. / Михаил Николаевич Грачев, Юрий Васильович Ирхин // Актуальные проблемы политической науки. – М. : Экономическая демократия, 1996. – 188 с.
56. Грачев М.Н., Трахтенберг А.Д. Микроуровневые теории политико-

коммуникационных процессов в американской политической науке XX века / Михаил Николаевич Грачев, Анна Давидовна Трахтенберг // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия : Политология. – 2004. – № 1 (5). – С. 89–96.

57. Гриценко З.І. Відуття політичної ефективності у громадян: чи вірять українці у свою спроможність впливати на політику і у відповідальність влади [Електронний ресурс] / З.І.Гриценко // Матеріали міжнародної наукової конференції «Розвиток демократії в Україні» (Київ, 29 вересня – 1 жовтня 2000 р.) – Режим доступу до документу: http://www.democracy.kiev.ua/publications/collections/conference_2000/section_7/Grytsenko.pdf
58. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения / Борис Андреевич Грушин. – М. : Знание, 1979.– 374 с.
59. Губерський Л. та ін. Культура. Ідеологія. Особистість : [методолого-світоглядний аналіз] / Леонід Губерський, Віктор Андрущенко, Микола Михальченко. – К. : Знання України, 2002. – 580 с.
60. Даниленко Н. Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості / Наталія Даниленко // Соціальна психологія. – 2004. – № 4 (6). – С.61-70
61. Дегтярев.А.А. Политический анализ как прикладная дисциплина: предметное поле и направления разработки [Електронний ресурс] . / А.А.Дергярев // "Полис" ("Политичесие исследования"). – Інститут Социологии РАН, 2004. – № 1. – с. 154. – Режим доступу до журн.: http://www.politanaliz.ru/articles_153.html
62. Дембицька Н. М. Психологічні особливості політичної соціалізації студентів : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Соціальна психологія» / Н. М. Дембицька. – К., 2004. — 20 с.
63. Державний комітет телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела : http://comin.kmu.gov.ua/

64. Динаміка рейтингу загального телеперегляду у 2008 – 2009рр. (Україна, вік 4+) [Електронний ресурс] / Результати ТВ панелі GFK Ukraine. – Режим доступу до ресурсу: http://www.media.gfk.ua/content/view/53/158/. – Заголовок з екрану.
65. Дридзе Т. М. Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики / Т.М.Дридзе. // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах / Отв. ред. д-р психол. наук, проф. Т. М. Дридзе. В 2 кн. – М. : Изд-во Института социологии РАН, Центр социального управления, коммуникации и социально-проектных технологий, 2000. – С.5-37.
66. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. / Т.М.Дридзе. – М. : Наука, 1984
67. Дюркгейм Э. Метод социологии [Электронный ресурс] / Эмиль Дюркгейм. – Режим доступа : http://www.univer.omsk.ru/omsk/socstuds/durhaim/text3.html
68. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как устанавливается повестка дня? / Елена Григорьевна Дьякова, Анна Давидовна Трахтенберг. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, Институт философии и права УрО РАН, 2001. – 129 с.
69. Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу/ Елена Григорьева Дьякова // Политические исследования. – 2003. – №3. – С.109-119.
70. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов : [монография] / Елена Григорьевна Дьякова, Анна Давидовна Трахтенберг. – Екатеринбург : УрО РАН, 1999. – 130 с.
71. Європейська програма МФВ [Електронний документ] / Європейський простір. Портал проєвропейського громадянського суспільства України

Режим доступу до документу: http://eu.prostir.ua/in/39895.html. – Заголовок з екрану.

72. Європейські комунікації: [монографія] / Макаренко Є. А., Ожеван М. А., Рижков М. М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 536с.
73. ЄС у кишені. Довідник з європейської інтеграції України. – Фонд Конрада Аденауера; Академія української преси, 2009. – 72 с.
74. Жеребцов М. В. Качественные методы в политической науке: теоретико-методологические аспекты : автореферат дисс. на соискание науч. степени кандидата политических наук : спец. 23.00.01 «Теория политики, история и методология политической науки» / М., 2005. – 26 с.
75. Загородній Ю. І. Педагогічні умови політичної соціалізації студентської молоді в умовах великого промислового міста : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.05 ««Соціальна педагогіка»»/ Юрій Іванович Загородній. – Луганськ, 2004. – 20 с.
76. Загородній Ю. І., Курило В. С., Савченко С. В. Політична соціалізація студентської молоді в Україні: досвід, тенденції, проблеми. / Юрій Іванович Загородній, Віталій Семенович. Курило, Сергій Вікторович Савченко. – К. : Ґенеза, 2004. – 144 с.
77. Заславська О. О. Засоби масової інформації як інструмент моделювання політичної свідомості у виборчій кампанії (на матеріалах президентських і парламентських виборів 2004-2006 рр.) : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / О. О.Заславська. – К., 2008. – 243 с.
78. Зінчук В. П. Роль засобів масової інформації у процесі політичної соціалізації студіюючої молоді (на прикладі міста Львова): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси»/ В.П. Зінчук. — Л., 2006. — 20 с.
79. Иванов Д. В. Виртуализация общества. /Дмитрий Владиславович Иванов. – СПб.: "Петербургское Востоковедение", 2000. – 96 с.

80. Иноземцев В. Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире / Владислав Леонидович Иноземцев // Новая постиндустриальная волна на Западе : Антология. М. : Academia, 1990. – 640 с.
81. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: Курс лекций. / Владислав Леонидович .Иноземцев. – Москва: «Логос». – 2000. – 304 с.
82. Іванченко А. В., Збруєва А. А. Концепції соціалізації особистості у західній педагогіці другої половини XX століття// Вісн. Житомир. пед. ун-ту. – 1999. – № 3 – С. 9-13
83. Ісхакова Н. Г. Політична соціалізація як складова демократизації сучасного суспільства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ.наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Наталія Гаріївна Ісхакова. – К., 2006. – 17 с. – укр.
84. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. / Сергей Георгиевич Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2008. – 864 с.
85. Карнаух А. А. Становлення політичної культури молоді в умовах демократизації сучасного українського суспільства : дис. … канд. політ. наук : 23.00.03 / Анна Анатоліївна Карнаух. — К., 2006. – 238 с.
86. Катаєва М.С. Політична соціалізація школярів в умовах трансформації українського суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Марина Станіславівна Катаєва. — К., 1999. — 18 с.
87. Качанов Ю. Л. Опыты о поле политики. / Юрий Львович Качанов. – М. : Ин-т эксперемент. социологии, 1994. – 159 с.
88. Коваль Г. В. Формування патріотизму – важливий чинник соціалізації молоді України на сучасному етапі політичного процесу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Ганна Володимірівна Коваль. – Миколаїв, 2007. – 16 с.
89. Кола Д. Политическая социология. / Доминик Кола. – М. : "Весь мир",

"ИНФРА-М", 2001. – 406 с. – (Серия "Университетский учебник").

90. Комунікація політична // Філософія політики : Короткий енцикл. словник./ Авт.-упорядник Андрущенко В. П. та ін. – К. : Знання України, 2002 – с 285-286
91. Конецкая В. П. Социология коммуникации: [учебник] / В. П. Конецкая. – М. : Международный ун-т бизнеса и управленя, 1997 – 304 с.
92. Концепція створення системи суспільного телебачення і радіомовлення України. [Електронний документ] / Державний комітет телебачення і радіомовлення України. – Режим доступу : – http://comin.kmu.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=33893&cat_id=33892 . – Заголовок з екрану.
93. Костенко Н. В. Мас-медиа у виборах: політична карта цінностей / Наталія Вікторівна Костенко // Українське суспільство: моніторинг – 2000. р. Інформаційно-аналітичні матеріали / за ред. В.М. Ворони, А.О. Ручки – К. : Інститут соціології НАН України, 2000.– С.390
94. Костенко Н. Парадигми та фактичності нових мас-медіа / Наталія Костенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – №1-2.–
95. Костенко Н. Парадигми та фактичності нових мас-медіа / Розділ IV. Масова комунікація / Наталія Костенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – №6.– С. 127-151
96. Краткий словарь по социологии / [Под общ.ред. Д. М. Гвишиани, Н. И. Лапина; Сост. Э. М. Коржева, Н. Ф. Наумова]. – М. : Политиздат, 1988. – 479с.
97. Краткий философский словарь [ред.-составители В. И. Воловик, Г. В. Воловик]. – Запорожье : Просвіта, 2004. – 140 с.
98. Куликов Л. В. Психогигиена личности. Вопросы психологической устойчивости и психопрофилактики: [учеб. пособие] / Леонид Васильевич Куликов. – СПб.: Питер, 2004. – 464 с.
99. Лейман И. И. Наука как социальный институт. / И.И.Лейман. – Л.: Наука, 1971. – 179 с

100. Лекції з політології : [навчально-методичний посібник] / ред. О. В. Бабкіної, В.П.Горбатенка. – К. : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. – 332 с.

101. Лукашевич М. П. Соціалізація. Виховні механізми і технології : [навч.-метод. посібник] / Микола Павлович Лукашевич. — К. : ІЗМН, 1998. — 112 с.

102. Лукашевич М. П. Основи соціології масової комунікації: [підручник] / Микола Павлович Лукашевич. – К. : ІПК ДСЗУ, 2009.– 308 с

103. Лукина Н. П. Информационное общество: состояние и перспективы социально-философского исследования. [Електронний ресурс] / Н.П. Лукина // Гуманитарная информатика. Открытый междисциплинарный электронный журнал. – Томск: Межрегиональный институт общественных наук при Томском государственном университете, 2005. – вип.2. – Режим доступа к ресурсу: http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/1/lukina.htm

104. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів мас-медіа та громадська думка / М. Мак-комбс; пер.з англ. – К. : «К.І.С.», 2007. – 362 с

105. Маліс О. В. Розвиток Інтернету як комунікативного засобу та його вплив на діяльність суб'єктів політичного процесу в Україні : Дис... канд. політ. наук : 23.00.02 / Олександр Владиславович Маліс. – Одеса, 2008. – 213 с.

106. Марійко С. В. Homo virtualis як феномен інформаційного суспільства. / С.В.Марійко / Актуальні проблеми духовності: зб. наук. праць / Ред..: Я.В.Шрамко. – Вип.10. – Кривий Ріг, 2009. – с.324-329

107. Мас-медіа у термінах і визначеннях: Корот. слов. – довід. : [навч. посіб] / Укладач Ю. В. Бондар – К.: МАУП, 2005 – 224 с.

108. Моніторинг висвітлення тематики ЄС та європейської інтеґрації України в українських ЗМІ: вересень 2007 – лютий 2008 року. [Розширена версія статті, підготовленої МГО „Інтерньюз-Україна" для випуску часопису „Національна безпека і оборона" Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова (№1

(95), 2008, сс. 18-19)] : [Електронний документ]. – Режим доступу до документу: http://eu.prostir.ua/data?t=1&q=10339

109. Моніторинг висвітлення теми європейської та євроатлантичної інтеграції в українських ЗМІ [Електронний документ] / Комітет «Рівність можливостей», асоціація «Спільний простір»: [лютий] 2007 р. – Режим доступу : http://telekritika.kiev.ua/media-i-vlada/2007-03-02/8435

110. Морозова О. О. Особливості формування політичної культури молоді в умовах глобалізації : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Ольга Олексіївна Морозова. – К., 2006. – 193 с.

111. Москаленко В. Проблема виховання в контексті соціалізації особистості / Валентина Москаленко // Соціальна психологія. – 2005. – № 3 (11). – С.20-32

112. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. / Михаил Михайлович Назаров. – 2-е изд., испр. М. : УРСС, 2002. – 239 с. (Библиотека серии "Специализированные курсы в социологическом образовании")

113. Насонов А. С. Современные тенденции в потребительском поведении (на примере глобальних многопользовательских компьютерных игр) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук спец : 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Александр Сергеевич Насонов. – М., 2009. – 33 стр.

114. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации: [учебное пособие] / Тамара Васильевна Науменко. – СПб, Питер, 2005. – 288 с.

115. Ноель-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания [Пер. с нем] / Элизабет Ноель-Нойман / Общ. ред.. и предисл. Мансурова Н.С. – М. : Прогресс-Академия, Весь мир, 1996. – 352 с.: илл.

116. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии: учебное пособие для вузов / Дмитрий Вадимович Ольшанский. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 496 с.

117. Осика Г. О. Електронні джерела політичного впливу: форми

маніпулювання свідомістю та засоби їх обмеження. : Дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / Галина Олександрівна Осика. – Донецьк, 2008. – 193 с.

118. Основы научного управления социально-экономическими процессами : [учебник] / В. Г. Афанасьев [и др.] ; под ред.: Р. А. Белоусова, А. З. Селезнева ; Акад. обществ. наук при ЦК КПСС (М.). – М. : Мысль, 1984. – 430 с.

119. Оссовський В. Л. Соціальна організація та соціальна інституція / Володимир Леонідович Оссовський // Соціологія: Навч. посіб. / Ред. С. О. Макеєв.– 2-ге вид., випр. і доп.– К.: Знання, 2003.– С. 188–210.– (Сер.: Вища освіта XXI ст.)

120. Остапенко М. А. Політична культура суспільства: [навч. посіб.] / Марина Анатоліївна Остапенко. – К. : МАУП, 2008. – 96 с.

121. Остапенко М. А. Політична культура сучасної студентської молоді в Україні (на прикладі вузів м.Києва) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Марина Анатоліївна Остапенко. — К., 2000. — 19 с.

122. Песков Д. Н. Интернет как политический институт в России. [Електронний документ] / Дмитрий Николаевич Песков. // «Российская сеть информационного общества». – Режим доступа : http://www.isn.ru/public/project.doc

123. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка. / Жан Пиаже. – М. : Римис, 2008. – 448с.

124. Плешаков В. А. Киберсоциализация человека в информационном пространстве. / В.А.Плешаков // Информация и образование: границы коммуникаций INFO’09: Сборник научных трудов. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2009. – 202 с.

125. Плешаков В. А. Об исследовании феноменологии киберсоциализации человека / В. А. Плешаков // Актуальные психолого-педагогические исследования, направленные на развитие инноваций в системе

образования : сборник статей / под общ. ред. В. А. Сластёнина. – М., 2008. – Ч. 2. – С. 89-98.

126. Плешаков, В. А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности / Плешаков В. А. // Проблемы педагогического образования : сборник научных статей. / под ред. В. А. Сластёнина, Е. А. Левановой. – М., 2005. – Вып. 21 – С. 48-49.

127. Плиева А. О. Кризисные факторы политического поля Европейского Союза / А. О. Плиева // Известия РГПУ им.А. И. Герцена. – СПб., 2008.– №37(80). – с.280-284.

128. Подолян Я. В. Політична соціалізація молоді в умовах трансформації українського суспільства : дис. ... канд. політ. наук. 23.00.02 / Яна Віталіївна Подолян. – Черкаси, 2008. – 194 с.

129. Политология.: Энциклопедический словарь : [общ. ред. и сост.: Ю.И.Аверьянов]. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993 – 431 с.

130. Політологічний енциклопедичний словник: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.]. – К. : Ґенеза, 1997 – 400 с.

131. Політологічний словник : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / ред. М. Ф. Головатий, О. В. Антонюк]. – К. : МАУП, 2005. – 792 с.

132. Політологія : [підручник] / за ред. О. В. Бабкіної, В. П. Горбатенка. – [3-тє вид., перероб., доп]. – К .: ВЦ «Академія», 2006. – 568 с.

133. Політологія: [підручник / І. С. Дзюбко, К. М. Левківський, В. П. Андрущенко та ін.; за заг. ред. І. С. Дзюбка, К. М. Левківського]. – К. : Вища школа, 1998. – 304 с.

134. Полтавская Е. И. О понятии «социальный институт» [Електронний документ] / Елена Игоревна Полтавская // Социологические исследования. – №3. – Март 2009. – С. 68-71. – Режим доступу : http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2009/07/27/0000331013/O_PONYaTII_SOTsIALNYJ_INSTITUT.pdf

135. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Георгий Георгиевич Почепцов. – М. : «Рефл-бук». – 2001. – 656с.

136. Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика: [навч. посіб.] / Георгій Георгійович Почепцов, Світлана Анатоліївна Чукут. – К.: Знання, 2006. – 663 с. – (Вища освіта XXI століття).

137. Про державну підтримку засобів масової комунікації і соціальний захист журналістів : закон України від 23.09.97 № 540/97–ВР [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997. – N 50. – ст. 302. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=540%2F97-%E2%F0

138. Про інформацію : закон України від 02.10.92. № 2657-XII [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992. – N 48. – ст.650. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12

139. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки : закон України від 09.01.07 № № 537-V [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 23.03.2007. – N 12. – ст.102. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=537-16

140. Про Основні напрями зовнішньої політики України : постанова Верховної Ради України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993 – N37, – ст. 379

141. Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України : закон України від 18.07.1997. – № 485/97-ВР [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, N 45, ст.284. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=485%2F97-%E2%F0&check=4/UMfPEGznhh8P/.Zi53Ue4.Hdlh.sFggkRbI1c

142. Про телебачення і радіомовлення : закон України від 21.12.1993 № 3759-XII [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994. – N 10. – ст. 43. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3759-12

143. Пробийголова Н. В. Тенденції процесу політичної соціалізації молоді в

сучасній Україні [Текст] : дис. ... канд. політ.наук. 23.00.02 / Наталія Володимирівна Пробийголова. – Луганськ, 2006. – 201 с.

144. Раскладкина М. К. Сетевая пресса как объект комуникативных исследований. / М. К.Раскладкина // Сборник научных трудов "Теория коммуникации & прикладная коммуникация"; Вестник Российской коммуникативной ассоциации, выпуск 1 / Под общей редакцией И.Н. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. – 200 с. С. 128-133

145. Резюме за результатами моніторингу українських, російських та польських телеканалів (17 листопада 2008 - 17 січня 2009 року) [Електронний документ] // асоціація «Спільний простір» та Комітет «рівність можливостей». – Режим доступу до документу: http://prostir-monitor.org/murp.php?typ=zvit

146. Різун В. В. Загальна характеристика масовоінформаційної діяльності / В. В. Різун // Наукові записки інституту журналістики. – К., 2000. – Т. 1. – С. 15–30

147. Різун. В. В. Ефекти в масовій комунікації : [Лекція] : [Електронний ресурс] / В. В. Різун // Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. – Режим доступу : http://journ.univ.kiev.ua/node/176

148. Семченко О. А. Засоби масової комунікації у виборчому процесі: вибори президента України 1999 року : дис. … канд. політ. наук : 23.00.02 / Олександр Анатолійович Семченко. – Львів, 2008. – 226 с.

149. Сидоров М., Табаков Д. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу. / М. Сидоров, Д. Табаков // Політичний менеджмент: [український науковий журнал] / голов. ред. Ю. Шайгородський. ; Український центр політичного менеджменту; Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Кураса НАН України. – № 4(31). – К. :Український центр політичного менеджменту; Полтава : «Інтер Графіка», 2008. – 190 с. – С.119-125

150. Симонов К. В. Политический анализ: [учебное пособие] / Константин Васильевич Симонов. – Москва : Логос, 2002. – 151, [1] с.

151. Словарь иностранных слов. 7-е изд. перераб. – М. : Русский язык, 1980 – 624 с.

152. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : [учеб. пособие] /Александр ВасильевичСоколов. – СПб. : Михайлов, 2002. – 460 с.: ил.

153. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / Питрим Александрович Сорокин; общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов [пер. с англ.]. — М. : Политиздат, 1992. — 543 с.

154. Сорокин П. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет / Питрим Александрович Сорокин; Ин-т социологии. – М.: Наука, 1994. – 560 с.

155. Социальная психология : [учебное пособие] / Отв. Ред. А. Л Журавлев. – М .: ПЕР СЭ, 2002. – 351с. – (Серия «Высшее психологическое образование»)

156. Соціалізація політична. // Філософія політики : Короткий енциклопедичний словник / [ред. кол. : Губерський Л. В. (керівник) та ін.; Авт.-упоряд.: Андрущенко В. П. (керівник) та ін.]. — К. : Знання України, 2002. — 670 с.

157. Соціологічне опитування. З яких джерел Ви в основному отримуєте інформацію про партії та блоки? [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2009 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/poll.php?poll_id=224

158. Соціологічне опитування. Чи готові Ви особисто взяти участь у таких акціях протесту для захисту своїх прав та інтересів (законні, незаконні, силові) [Електронний ресурс] //Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2009 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=437

159. Соціологічне опитування. Чи довіряєте Ви ЗМІ України? (динаміка, 2006-2009). [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського

центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2009 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=87

160. Соціологічне опитування. Чи потрібно Україні вступати до Європейського Союзу? (динаміка, 2002-2008) [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2008 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=387
161. Соціологічне опитування. Чим в першу чергу є НАТО? (динаміка, 2008-2008) [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2008 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=136
162. Соціологічне опитування. Як Ви оцінюєте рівень своєї поінформованості про НАТО? [Електронний документ] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. – 2008 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=136
163. Соціологічне опитування. Яка модель побудови державної влади була б кращою для України? [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2007 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=156
164. Соціологічне опитування. Який напрям зовнішньої політики має бути пріоритетним для України? (динаміка, 2002-2008) [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2008 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=305
165. Соціологічне опитування. Яким чином протягом минулого року змінився рівень добробуту Вашої родини? (динаміка, 2006-2008) [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2008 р.

– Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=186

166. Соціологічне опитування. Яким чином протягом минулого року змінилося ставлення громадян до влади? (динаміка, 2006-2008). [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2008 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=195

167. Соціологічне опитування. Якою мірою Ви впливаєте на владу? [Електронний ресурс] // Соціологічна служба Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 2009 р. – Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=441

168. Соціологія. [навчальний посібник] / За ред. С. О. Макеєва. – К. : «Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 1999. – 344 с.

169. Спенсер Г. Основания социологии / Герберт Спенсер / [Печатано с первого руского издания, сделанного в 1876 г. И.И. Билибиным. Ч. I: Данные социологии. Ч.II: Индукция социологии]. – СПб., 1899.

170. Сурмін Ю. П. Майстерня вченого : [підручник для науковця] / Сурмін Юрій Петрович. – К. : Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2006. – 302 с.

171. Телепередгляд. Листопад 2008 р. [Основні показники телепередгляду українських телеканалів у листопаді 2008 року.] ; [Електронний ресурс]. – Gfk Ukraine, Режим доступу : http://www.telekritika.kiev.ua/ratings/2008-12-15/42647

172. Тепляков М. М. Психосемантичний аналіз ефективності засобів комунікативного впливу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології» / М.М. Тепляков. — К., 2002. — 19 с.

173. Тихомирова Є.Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі : [монографія] / Євгенія Борисівна Тихомирова . – К. : Наша культура і наука, 2004. – 489 с.

174. Торяник В.М. Взаємна політична відповідальність державної влади і громадянина в сучасній правовій державі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Володимир Миколайович Торяник. – Д., 2006. — 17 с.

175. Тузиков А. Р. Масс-медиа : идеология видимая и невидимая / А. Р. Тузиков // Полис. – 2002. – № 5. – С. 123–133

176. Туленков М. В. Ефективність соціального управління в перехідному суспільстві / Микола Васильович Туленков // Україна на зламі тисячоліть: історичний екскурс, проблеми, тенденції та перспектива [кол. моногр. за заг. ред. Г. В. Фокіна, М. Ф. Головатого]. – К : МАУП, 2000 – С. 354-359.

177. Українське суспільство 1994-2004 : [соціологічний моніторинг] / за ред. Н. Паніної. – Київ : «Заповіт», 2004. – 64 с.

178. Українське суспільство на шляху перетворень: західна інтерпретація : [зб. наук.статей / За ред. В. Ісаїва; Пер. з англ. А. Іщенка]. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2004.– 362 с.

179. Федотова М. Г. Основы теории коммуникации : [учебное пособие для студентов специальности 030602 – "Связи с общественностью"] / М.Г. Федотова; [Федер. агентство по образованию, гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Ом. гос. техн. ун-т"]. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2005. – 50 с.: ил.

180. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации / Л. Н. Федотова. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 238 с.

181. Філософія політики : [Короткий енциклопедичний словник / Ред. кол.: Губерський Л. В. (керівник) та ін.; Авт.-упоряд.: Андрущенко В. П. (керівник) та ін.]. — К.: Знання України, 2002. — 670 с.

182. Філософія політики : [підручник / Авт.-упоряд.: В. П. Андрущенко (кер.) та ін.] – К. : Знання України, 2003. – 400с

183. Хантінгтон С. Зіткнення цивілізацій / Семюел Хантінгтон // Філософська і соціологічна думка. – 1996.–N1-2. – С.2-30

184. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. / Ричард Харрис [4-е международное издание]. – СПб. : Прайм-Еврознак, Издательский дом "НЕВА"; М. : "Олма-пресс", 2002. – 448 с.

185. Хенсон Д. Глобальная модель политической социализации. / Д. Хенсон / Политическая лингвистика. – Вып. 2 (22). – Екатеринбург, 2007. – С. 73-78

186. Чугунов А. В. Политика и интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий : [автореф. дис. на соискание уч. степени канд. полит. наук : спец. 23.00.01 «Теория политики, история и методология политической науки» [Електронний документ] / Андрей Владимирович Чугунов. – СПб., 2000. – 18 с. – режим доступу : http://www.nethistory.ru/biblio/1043179248.html

187. Чугунов А. В. Теоретические основания концепции Информационного общества : [учебно-методическое пособие по курсу "Интернет и политика"] / Андрей Владимирович Чугунов. – СПб, 2000. – 52 с.

188. Чудовська-Кандиба І. А. Соціокультурні чинники ефективності соціальної комунікації: дис. ... канд. соціол.наук 22.00.05 / Ірина Анатоліївна Чудовська-Кандиба. – К., КНУ ім.. Т.Шевченка, 2001. – 186 с.

189. Шайгородський Ю.Ж. Міфотворчість як засіб впливу на політичну свідомість / Ю.Ж. Шайгородський // Сучас. укр. політика. Політики і політологи про неї. — 2008. — Вип. 14. — С. 149-156.

190. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. / Р.-Ж. Шварценберг [пер. с фр.]. – М., 2000. – Ч. 1. – 121с.

191. Шеременко Н. М. Актуальні аспекти політичної соціалізації в сучасній Україні. / Н. М. Шеременко // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. / Голов. ред. колегії М. І.Михальченко. – Київ, Миколаїв: Вид-во «Український центр політичного менеджменту», 2009. – Вип.. 17. – С. 258-263

192. Шеременко Н. М. Засоби масової комунікації у політичному просторі:

теоретико-методолгічний аналіз. / Н. М. Шеременко // Актуальні проблеми політики : [збірник наукових праць] / Голов.ред. С. В. Ківалов; відп. за вип.. Л. І. Кормич. – Одеса : «Фенікс», 2008. – Вип..35. – с 302-309

193. Шеременко Н. М. Інституалізація засобів масової комунікації в суспільстві, що трансформується: дискурс політичної соціалізації. / Н. М. Шеременко // Нова парадигма : [журнал наукових праць] / голов. ред. В.П.Бех; Нац. пед. ун-т імені М.П. Драгоманова; Творче об'єднання «Нова парадигма» – Вип. 85. – К. : Вид-во НПУ імену М.П.Драгоманова, 2009. – С.124-136

194. Шеременко Н. М. Політична соціалізація у трансформаційному суспільстві: політологічний дискурс. / Н. М. Шеременко // Нова парадигма : [журнал наукових праць] / голов. ред. В.П.Бех; Нац. пед. ун-т імені М.П.Драгоманова; Творче об'єднання «Нова парадигма» – Вип. 81. – К. : Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2008, – С.81-94

195. Шеременко Н. особливості реалізації функції політичної соціалізації засобами масової комунікації. / Н. Шеременко // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. / Голов. ред. колегії М. І.Михальченко. – Київ, Миколаїв : Вид-во «Український центр політичного менеджменту», 2009. – Вип.. 16. – С. 237-242

196. Шеременко Н.М. Соціальні функції мас-медіа: політологічний дискурс. / Н. М. Шеременко // Актуальні проблеми політики : [збірник наукових праць] / Голов.ред. С. В. Ківалов; відп. за вип.. Л. І. Кормич. – Одеса: «Фенікс», 2009. – Вип..36. – С. 281-291

197. Шеремет А. Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. соц. наук : спец. 22.00.06 «Социология культуры, духовной жизни» / Александр Николаевич Шеремет; Уральський государственный университет им. А.М.Горького. – Екатеринбург, 2004. – 25 с.

198. Шерман О.М. Політичний стереотип: місце у політичному процесі та технології формування засобами масової інформацій: Монографія. /

О.М. Шерман. –Львів : «Сполом», 2008. – 228с.

199. Шестопал Е.Б. Личность и политика : [критический очерк современных западных концепций политической социализации] / Елена Борисовна Шестопал. – М. : Мысль, 1988. – 205 с.

200. Штайнкамп Г. Социальная структура и личность: проблемы дифференциации и интеграции макро-, мезо- и микроуровней социального анализа / Г.Штайнкамп // Проблемы теоретической социологии / Под ред. А.О.Бороноева. – СПб., 1996. – С. 177–178.

201. Штромайєр Г. Політика і мас-медіа / Герд Штромайєр / [пер. з нім. А.Орган]. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.

202. Щеглов И. А. Политическая социализация личности и современный исторический процесс. / И. А. Щеглов // Соціально-гуманитарные знания. – М., 1999. – №4. – 287-297

203. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии / Ян Щепаньский / [общ. ред. и послесл. А. М. Румянцева; пер. с польского М. М. Губенко]. М.: Прогресс, 1969. 240 с.

204. Энциклопедический социологический словарь / [Общ. ред. Г. В. Осипова]. – М.: ИСПИ РАН, 1995. – 939 с.

205. Юрій Н. М. Політична соціалізація молоді в умовах трансформації суспільства: порівняльний аналіз міжнародного і українського досвіду : дис. … канд. політ. наук : 23.00.04 / Наталія Миколаївна Юрій. — О., 2002. — 16 с.

206. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація : [монографія]. /Д. В. Яковлев; М-во освіти і науки України; Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова: – Одеса : Астропринт, 2009. – 288с.

207. Яковлєв И. П. Основы теории коммуникации : [учебное пособие] / И. П. Яковлев / Институт управления и экономики. – СПб., 2001. – 230 с.