

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ЗМІСТ ТА ВІДТВОРЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Стаття присвячена вивченню впливу інформаційної політики на політичну культуру протягом процесу євроінтеграції. Розглядається також державна інформаційна політика, що формує різні шляхи відтворення політичної культури.

Ключові слова: політична культура, інформаційна політика, євроінтеграція.

Статья посвящена изучению влияния информационной политики на политическую культуру на протяжении процесса евроинтеграции. Рассматривается также государственная информационная политика, которая формирует разные пути восстановления политической культуры.

Ключевые слова: политическая культура, информационная политика, евроинтеграция.

The article is devoted to the studying of influence of the informative policy on the political culture during the process of Eurointegration. Special attention is paid to the state informative policy which forms different ways of recreation of the political culture.

Key words: political culture, informational policy, Eurointegration.

Переживаючи трансформації політичного світогляду, переоцінку моральних норм та цінностей, українська держава не залишається осторонь всесвітнього процесу глобалізації. Насамперед, це відбувається за рахунок становлення власного інформаційного суспільства, що сприяє входженню у світовий інформаційний простір.

Україна у процесі європейської інтеграції має передбачити захист інформації та розробити адекватну інформаційну політику з метою розвитку суспільства. В цьому і полягає актуальність вивчення впливу інформаційної політики на зміст та відтворення політичної культури. У свою чергу, стан політичної культури України істотно впливає на формування політичної системи, на особливості політичного режиму та політичну поведінку.

У глобальному світі інформація стає головним чинником управління сучасним інформаційним суспільством, основним ресурсом та інструментом влади [10, с. 25]. Таким чином, метою даної статті є дослідити відтворення політичної культури під впливом інформаційної політики держави.

Проблематика інформаційної політики вже отримала певне висвітлення у науковій літературі. Так, Г. Почепцов та С. Чукут розглядають сучасний стан і основні питання інформаційної політики з урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду,

а також концепції державної інформаційної політики України [15]. Р. Марутян предметно розглядає інформаційні ресурси як фактор управління суспільством, адже інформація стає основною технологією влади у сучасному світі [10].

Серед досліджень, в яких тією чи іншою мірою йдеться і про інформаційну політику можна розглядати напрацювання В. Попова, що наголошує на впливі інформації на колективне несвідоме [14]. У свою чергу, Є. Артюхіна пише, що влада знань, тобто інформація, витісняє на другий план владу грошей та примусу, і є більш ефективною [2].

Стосовно політичної культури, то проблем її вивчення торкалися як вітчизні, так і зарубіжні вчені. В цілому, дослідження політичної культури розвивалися, переважно, у двох напрямках: а) теоретичному та б) прикладному. У руслі першого найбільшу увагу приділяли та приділяють з'ясуванню поняття, функцій та структури політичної культури, чинникам, які впливають на її зміст. На прикладному напрямку, як правило, досліджуються стан та окремі характеристики, складові політичної культури, їх динаміка та зв'язок із поточним політичним процесом [9, с. 198].

Велика кількість науковців звертали свою увагу на дослідження політичної культури. Цим пояснюється різноманітна кількість дефініцій даного

поняття. Так, Г. Алмонд писав, що будь-яка політична система ґрунтується на формі орієнтацій на політичні дії [1; 19]. Визначення ж політичної культури Г. Алмонда і Г. Пауелла стало класичним: «Політична культура – це зразки індивідуальних позицій та орієнтацій щодо політики учасників певної політичної системи; суб'єктивна сфера, що утворює підстави політичних дій і надає їм значення» [20, р. 50].

Е. Баталов визначає політичну культуру як систему установок, переконань, уявлень, моделей поведінки, які історично склалися, є достатньо стійкими, і які проявляються у безпосередній діяльності суб'єктів політичного процесу [4, с. 25].

За В. Баранівським, політична культура формує керівні принципи і стилі політичної поведінки, політичні норми й ідеали, що забезпечують єдність і взаємодію інститутів та організацій, надає цілісності й інтегрованості політичній сфері так само, як загальнонаціональна культура суспільному життю в цілому [3].

Політична культура трактується вченими як певна риса чи властивість людини, яка може сприймати політику та адекватно на неї реагувати, орієнтуватися у політичному просторі [5; 7; 11].

Стрімкий розвиток інформаційних технологій в останні два десятиріччя ХХ ст. і на початку ХХІ ст. привів до появи та широкого розповсюдження нових електронних засобів масової комунікації, до розширення функцій традиційних мас-медіа (друковані видання, радіомовлення та традиційне телебачення) та їх здатності впливати на формування політичної культури та ідеології, а також трансформувати людську свідомість, спрямовуючи дію не лише на загальнолюдські ціннісні орієнтації, а й на специфічні прояви національних особливостей.

На думку авторів, інформація, займаючи важливе місце в житті індивіда, може мати вплив на складові політичної культури, тобто на політичний досвід, політичну свідомість (знання) та політичну поведінку. Можна припустити, що інформування індивіда про події навколо задовольняють його психологічні потреби у відчутті контролю над оточуючим світом. Інформація не лише відтворює, але і формує думку, політичний, соціальний простір. Вона може істотно впливати на усі сфери життя суспільства, на усі суспільні процеси одночасно [6, с. 50]. На думку Л. Півневої, політична культура покликана формувати почуття національної гордості, усвідомлення приналежності до своєї країни, гордість за її минуле, розуміння перспектив суспільного розвитку [13]. Втім, є підстави вважати, що на даний момент усі вищезазначені почуття формуються під впливом засобів масової комунікації, тобто відповідної інформаційної політики.

Інформаційна культура, як і культура особистості в цілому, починає формуватися із самого народження індивіда її соціальним оточенням. Отримавши початкові уявлення і первинну інформацію про навколишній світ у родинному колі, дитина поглиблює їх у середніх, а потім і вищих закладах

освіти [17, с. 5]. Як приклад інформаційного впливу на відтворення політичної культури на цьому етапі політичної соціалізації, можна навести дані соціологічного дослідження, проведеного А. Штевіною [18].

Респондентами у дослідженні політичної культури стали старшокласники смт Баштанки та м. Миколаєва. Саме ж опитування проводилося у березні-квітні 2009 року за пропорційною вибіркою. У ньому взяли участь 542 учні 10-11 класів, з них – 377 учнів шкіл м. Миколаєва та 165 учнів шкіл смт Баштанки.

Таким чином, схема проведення дослідження передбачала декілька послідовних етапів. Спочатку, на основі аналізу наукової літератури, було виокремлено індикатори політичної культури особистості: 1) зацікавленість політичним життям; 2) критичне ставлення до політики; 3) мотивація до політичної участі; 4) свобода у поглядах і вчинках; 5) оптимальне бачення перспектив.

Далі, на основі емпіричних даних було розкрито семантичне наповнення кожного індикатора, тобто з'ясовано поле значень для всіх показників та розроблено опитувальник для виявлення й оцінки основних тенденцій політичної культури старшокласників [18, с. 36].

Результати дослідження можна розглядати через призму впливу на формування учнівської політичної культури інформаційної політики держави. Так, отримуючи інформацію про політичні події, яка є поданою, міркується, з позиції владних структур у відповідному ракурсі, у старшокласників з'являється бажання чи небажання до політичної діяльності (рис. 1).

Мотивація до політичної участі найвиразніше проявилася у респондентів м. Баштанка, де 22,5 % прагнуть стати у майбутньому учасниками молодіжних рухів, громадських організацій, підтримувати певні політичні партії, поділяти їх ідеї; у смт Миколаєві таке бажання проявили лише 7 % опитаних. Такі юнаки та дівчата цікавляться політикою, стежать за подіями суспільно-політичного та економічного життя. Вони вірять, що можуть впливати на перебіг політичних подій [18, с. 39]. Варто додати, що активність шкільної молоді у суспільно-політичній сфері є відносно незалежною від впливу політичних сил. Адже їхня участь не обумовлюється зовнішніми факторами, а є результатом самовизначення. Тобто реальна політична залученість може відрізнятись від розвитку політичної активності.

Водночас 80 % опитаних м. Миколаєва та 25 % смт Баштанки не бажають долучатися до діяльності тих чи інших політичних рухів, громадських і молодіжних організацій. Ці старшокласники не виявляють інтересу до політики, не аналізують політичних подій. Вони дотримуються думки, що від них особисто нічого не залежить. Ця частка опитаних демонструє неготовність до політичної участі [18, с. 39].

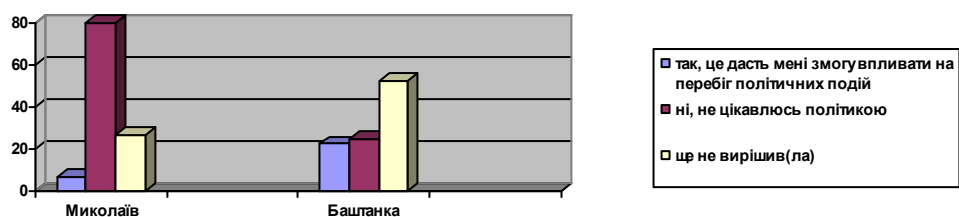


Рис. 1. Чи бажаєте ви у майбутньому бути членом молодіжних організацій, громадських та політичних рухів?

Таким чином, аналіз даних, отриманих у результаті опитування, дозволив з'ясувати таке. За рівнем політичної культури випробувані поділилися на три основні групи: з високим рівнем політичної культури, середнім та низьким (рис. 2). Частка тих, хто виявив чітке зацікавлення політичним життям, бажанням активно приймати участь у політичному житті, а також показав високий рівень

політичних знань складає 10 % (м. Миколаїв) та 15 % (сміт Баштанка). Тоді тих, хто проявив незацікавленість у житті країни та незнання основних загальновідомих речей виявилось 35 % (м. Миколаїв) та 25 % (сміт Баштанка). Решта респондентів (55 % – м. Миколаїв, 60 % – м. Баштанка) становлять групу з середнім рівнем політичної культури [18, с. 42].

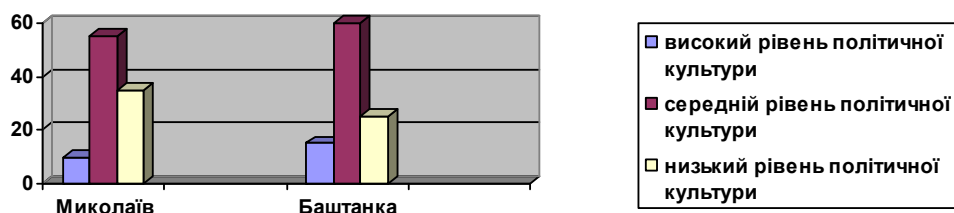


Рис. 2

Як бачимо, розподіл даної частини суспільства на групи виявився більш-менш рівномірним. Проте, залишається значна частина респондентів з низькою політичною культурою. У такому випадку постало питання про причетність, чи непричетність, до такого стану справ інформаційної політики держави.

Справа в тому, що організаторам інформаційної політики, власникам ЗМІ варто серйозно подумати над тим, що формується у сфері несвідомого у наших громадян, коли депутати говорять про майбутню техногенну катастрофу, а по телебаченню з дня на день – на екранах у всіх подробицях, одну за однією показують катастрофи [14, с. 40]. Так як засоби інформації, особливо масової, все частіше діють з позицій певних політичних сил, вони є залежними від них [6, с. 13-14].

Міркується, що різноманітні технології впливу на свідомість людей, в тому числі негативні повідомлення, постійна політична реклама, в якій дії розходяться з об'єктами, засилля поп-культурних програм та фільмів, формують масову свідомість. Даний тип свідомості сприймає неналежне як дійсне, і, у свою чергу, споживає усе, що подають з екранів телебачення. За Л. Півневою, ґрунтуючись на понятті культури як комунікації, сукупності процесів спілкування, доцільно виокремлювати текст або контекст об'єкта, що транслюється, його творця, середовище, в якому його створено, і безпосереднього об'єкта чи аудиторію, на які він розрахований [13]. Якщо більшість інформації, за даними досліджень автора, тобто в середньому 40 %, отримується з джерел телебачення та мережі

Інтернет, то можна припустити, що в результаті такої інформаційної політики політична культура знижується, а культура масового споживання зростає.

Проте, такий підхід можна вважати умовним і одностороннім. З іншого боку, розвиток інформаційних технологій та інформаційного суспільства спричинив появу принципово нових можливостей одержання інформації про діяльність державно-владних інституцій. Наслідком такої інформаційної політики є формування якісно нового рівня політичної культури громадян, зростання їх політичної активності, виникнення нового типу соціальної комунікації.

Інформаційна політика спрямована на формування і задоволення інформаційних потреб, які є складовою частиною духовних потреб людей [8, с. 39]. Проте, у класичній системі індустріального суспільства політичне знання співвідносилось зі сферою політичного буття, політичного існування, але інформаційна революція, використавши віртуальний простір, миттєво перевела нову інформацію до сфери політичної дії [10, с. 25]. Таким чином, можна припустити, що формування нової політичної культури потрібно відповідній інформаційній політиці.

У свою чергу, поряд із формуванням політичної культури виникає і популярна культура, яка теж піддається впливу з боку державної інформаційної політики. Переломлюючись через масову свідомість, популярна культура по-своєму віддзеркалює реальність, доносячи її до широких мас, які не дуже розуміються на тонкошах політичного життя. В

українському соціумі вона використовується для пропаганди національних почуттів, патріотизму, повернення до традицій; до неї звертаються і в PR-акціях, приміром, для боротьби з політичним супротивником, для створення його негативного іміджу [13].

У сучасному глобальному суспільстві політична культура і політична свідомість громадян формуються електронними ЗМІ, які орієнтовані на отримання максимальних прибутків, вони здатні змінювати систему політичних цінностей, що неминуче призведе до зміни самої природи політичного світу [10, с. 26].

Вважається, що інформаційна політика все більше впливає на поп-культуру, яка все частіше стає символом глобалізації. Переглядаються мексиканські серіали, американські «мільні опери» – в них ніби й немає жодного політичного виміру. Однак ці твори поширюються на ринку групою ТНК, для яких важливий насамперед комерційний інтерес, що й проглядається в політиці [13]. Таким чином, констатуємо, відбувається і формування певного типу політичної культури.

У політичному житті засоби масової комунікації, конструюючи відповідну політичну реальність, виявляють позиції політиків і презентують аргументацію у структурі діалогу. Основа такого діалогу – знання, інформація про політичну реальність, політичну ситуацію [6, с. 118].

Завдяки можливості здійснювати інформаційний вплив владна еліта, звільняючи людей від тягаря відповідальності, робить їхню поведінку більш прогнозованою та керованою [2, с. 167]. Не маючи прямого доступу до політичної сфери, громадськість потребує інформації про процеси, що там відбуваються, і безпосередньо зачіпають її інтереси. Засоби масової інформації, будучи єдиним відносно достовірним джерелом такої інформації надають аудиторії не чисті факти, а їх інтерпретацію [16, с. 102].

Міркується, що інтерпретація реальних фактів виступає адаптованим варіантом для вже підготовленої аудиторії. А так як виникає потреба у знаннях (задля відчуття власної значущості), індивід заповнює пробіли підготовленими та добре відсортованими матеріалами, не замислюючись над змістом тієї чи іншої інформації. За Т. Ровинською, будь-яка нова інформація викликає реакцію, яка сприяє створенню та постійному коригуванню окремих образів, що складаються в загальне уявлення про дійсність [16, с. 100].

Дослідники зазначають, що в умовах переходу до постіндустріального інформаційного суспільства сучасні мас-медіа, у все більшій мірі починають створювати свого роду надреальність – симуляцію дійсності, яка починає набувати для споживачів більшого значення, ніж реальне життя. Це проявляється не тільки у повсякденних, уже звичних фактах залежності від телебачення чи Інтернету, які починають підміняти реальні соціальні комунікації індивіда, а і має значно глибше, теоретично-концептуальне підґрунтя.

Інформаційна політика держави має будуватися на єдності авторитарної етики і гуманістичної етики, з переважанням останньої як базової [14, с. 119]. Проте, інформаційний простір будь-якої країни формується і функціонує залежно від особливостей конкретного суспільства, його панівної ідеології, сформованої політичної системи [6, с. 11]. Політика ж, у свою чергу, знаходить відображення у суспільній, масовій свідомості, в суспільній психології, суспільних настроях [14, с. 8].

В умовах інформаційного суспільства перед елітою і владою відкривається нова спокуса – приборкання інстинктів народних мас шляхом експлуатації несвідомого [14, с. 17]. Для інформаційної політики важливо теоретичні постулати, концепції, програми перекладати на доступну, зрозумілу мову, тобто на рівень буденної свідомості. В той же час рівень буденної свідомості необхідно збагачувати теоретично, розвивати його для того, щоб народ ставав активним суб'єктом [8, с. 51].

Національний інформаційний простір загалом не є просто інструментом, засобом, механізмом відображення певних процесів суспільного буття, але їх творцем, регулятором [6, с. 113]. Найпоширенішою функцією інформації була і залишається обґрунтування та пояснення суті, особливостей політичних фактів, явищ, подій з тим, щоб зробити їх максимально відомими і доступними для сприйняття будь-ким [6, с. 115]. Міркується, що, окрім визначених функцій, зазначене явище виконує й такі, що не регламентуються. Так, інформація, може поширювати глобальну масову культуру, яка веде до стандартизації масової свідомості на основі культурних зразків, створених на Заході і неприйнятних для багатьох регіональних етнічних спільнот зі своїми власними традиціями.

Крім того, специфікою такого процесу в умовах становлення інформаційного суспільства є те, що політичні інститути держави поступово втрачають контроль над змістом інформаційного простору.

У постіндустріальному суспільстві влада знань та інформації стає революцією в управлінні суспільством, відсуваючи на другий план вплив грошей і державного примусу. Більшість населення в умовах інформаційного суспільства здійснює вибір не на основі раціональних розрахунків своїх власних інтересів, а на основі емоційної оцінки співвідношення симпатій та антипатій, ступеню довіри та недовіри [2, с. 167].

Таким чином, на основі вищевикладеного можна зазначити, що інформаційна політика має безпосереднє відношення до відтворення політичної культури. По-перше, очевидно, що без політичної інформації, яку розповсюджують мас-медіа, громадяни суспільства не можуть вірно орієнтуватися у політичних процесах. Проте, вважається, що засоби масової комунікації використовують послідовний та фрагментарний способи подачі політичної інформації. По-друге, інформація може виступати посередником між суспільством, громадськими організаціями і державними, політичними та

владними інститутами. По-третє, саме інформаційна політика, через мас-медіа бере участь у процесі формування громадської думки, привертаючи увагу членів суспільства до нової, суспільно значимої проблеми чи до оцінки тих чи інших явищ.

Отже, інформаційна політика спрямована не тільки на інформування аудиторії, а і на формування

або зміну політичної позиції та ціннісних орієнтацій, і тому саме мас-медіа виступають одним з найважливіших чинників формування політичної культури. У такому випадку констатуємо, що формування нової політичної культури потрібно відповідній інформаційній політиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алмонд Г.А. Гражданская культура и стабильность демократии / Г.А. Алмонд, С. Верба // Политические исследования. – 1992. – № 8. – С. 26-42.
2. Артюхина Е. Информационное воздействие как основа властных отношений / Е. Артюхина // Вестник МУ. Серия 18. Социология и политология. – № 1. – 2008. – С. 166-168.
3. Баранівський В. Політична культура як основа централізму та єдності в Україні / В. Баранівський [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/bookscontent.php3?b=21&c=481>.
4. Баталов Э.Л. Политическая культура американского общества / Э.Л. Баталов. – М.: Наука, 1990. – 252 с.
5. Бебик В.М. Політична культура / В.М. Бебик // Політика і час. – 1991. – № 13. – С. 48-52.
6. Бондар Ю.В. Національний інформаційний простір новітньої України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства: Монографія / Ю.В. Бондар. – К.: МАУП, 2007. – 184 с.
7. Дмитренко М. Особливості сучасної української політичної культури: проблема визначення / М. Дмитренко // Політичний менеджмент. – 2005. – № 5. – С. 134-138.
8. Информационная политика: Учебник / Под общ. ред. В.Д. Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 436 с.
9. Курілло В., Штевіна А. Стан розробки та теоретичні засади дослідження політичної культури старшокласників / В. Курілло, А. Штевіна // Сучасна українська політика: політики і політологи про неї. – Київ; Миколаїв, 2009. – Вип. 15. – С. 198-205.
10. Марутян Р. Інформаційні ресурси влади як глобальний чинник управління сучасним суспільством / Р. Марутян // Віче. – 2007. – № 19. – С. 24-26.
11. Нагорний В. Сутнісні проблеми політичної культури України [Електронний ресурс] / В. Нагорний. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=63c=1405>.
12. Пархоменко О. Особливості і роль інформації в сучасному розвитку / О. Пархоменко // Науково-технічна інформація. – № 1(39). – 2009. – С. 7-12.
13. Півнева Л. Політична і популярна культури як предмет політологічного аналізу [Електронний ресурс] / Л. Півнева // Політичний менеджмент. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=65&c=1470>.
14. Попов В. Тайны информационной политики: социокommunikативный психоанализ информационных процессов: Монография / В. Попов. – М.: Изд-во РАГС, 2006. – 300 с.
15. Почепцов Г., Чукут С. Інформаційна політика: Навчальний посібник / Г. Почепцов, С. Чукут. – К.: Знання, 2006. – 663 с.
16. Ровинская Т. Методы воздействия СМИ на общественное сознание / Т. Ровинская // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 6. – С. 100-103.
17. Хмельницький О. Інформаційна культура: Підготовка кадрів до інформаційної роботи: Навч. посібник / О. Хмельницький. – К.: КНТ, 2007. – 200 с.
18. Штевіна А. Теоретико-прикладне дослідження сучасної політичної культури старшокласників / А. Штевіна // Робота на здобуття ступеня бакалавра захищена 25 червня 2009 року на кафедрі політичних наук Чорноморського державного університету імені Петра Могили, робота знаходиться у поточному архіві кафедри.
19. Almond G. Political development: essays in heuristic theory. – Boston: Little, Brown, 1970. – P. 35.
20. Almond G., Powell G. Comparative Politics. A Developmental Approach. – Boston: Little, Brown, 1966.

Рецензенти: Колісниченко А.І., д.і.н., професор;
Коваль Г.В., к.політ.н., в.о. доцента.

© Курілло В.С., Штевіна А.І., 2010

Стаття надійшла до редколегії 16.10.2009 р.