

## ЗМІ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА КУЛЬТУРУ ТА СВІДОМІСТЬ ЛЮДИНИ

О.Ю. Микитів

Львівського університету бізнесу та права

**Розглядаються проблеми засобів масової інформації у державі, а також, які маніпулятивні впливи проводяться на громадськість. Проводиться ґрунтовний аналіз сучасного стану друкованих видань та каналів мас-медіа.**

*Ключові слова:* громадська думка, масова інформація, інформаційна політика, маніпулювання, соціальні процеси, інформаційний простір.

**Рассматриваются проблемы средств массовой информации в государстве, а также какие манипулятивные влияния проводятся на общественность. Проводится обстоятельный анализ современного состояния печатных изданий и каналов масс-медиа.**

*Ключевые слова:* общественное мнение, массовая информация, информационная политика, манипулирование, социальные процессы, информационное пространство.

**The problems of mass medias are examined in the state, and also what manipulyativni influences are conducted on public. The detailed analysis of the modern state of printing editions and ductings of mas-media is conducted.**

*Keywords:* public opinion, mass information, informative policy, manipulation, social processes, informative space.

**Вступ.** Засоби масової інформації (ЗМІ) постійно працюють в руслі інформування нашого суспільства. ЗМІ на нас діють і впливають з усіх середовищ по-різному, оскільки це джерело знань і уявлень про весь світ. Мас-медіа, як одна з сучасних складових інформування має особливий вплив з боку політики на людей і служить методом маніпулювання громадської думки, культури в цілому.

**Постановка проблеми.** Тисячоліттями ЗМІ працює над нашою свідомістю, що здатне створити чудеса завдяки нашій слухняності до каналів мас-медіа. ЗМІ впливає на суспільство, формує її громадську думку щодо культури, свідомості, психології і т. д., відповідно кожна людина створює своє уявлення про певні події та явища. “Громадська думка формується в процесі руху інформації в суспільстві, відображає людське буття, суспільну практику людей і виступає як регулятор діяльності. Вона створюється під впливом буденної свідомості (включаючи соціальну психологію), емпіричних знань, навіть забобонів, а також науки, мистецтва, політики і, зрозуміло, всіх джерел масової комунікації” [2]. Звідси, ми бачимо, що засоби масової інформації мають велику силу на вчинки та дії людей. У демократичному суспільстві управління соціальними процесами передбачає вивчення і вплив саме на громадську думку. А у зв’язку з цим справді величезна роль засобів масової інформації. Вони стають важливим компонентом демократичних форм управління соціальними процесами. Засоби масової інформації здійснюють свою політичну, управлінську роль у політичній системі шляхом обговорення, підтримки, критики й осуду різних політичних програм, платформ, ідей і пропозицій окремих осіб, громадських формувань, політичних партій, фракцій.

**Мета дослідження** – проаналізувати чинники впливу ЗМІ на свідомість та культуру людини.

**Виклад основного матеріалу.** ЗМІ має надзвичайно великий вплив на наше суспільство та розвиток як з позитивної точки зору, так і з негативної точки зору.

У політичному середовищі кожна партія намагається переконати реципієнта в потрібному їй напрямку, а це створює певну хаотичність у мисленні громадськості. Це викликає певну проблему у суспільстві та в державі, спричиняється безпорядок у нашій свідомості.

Що повинні робити для цього ЗМІ? Вони повинні, перш за все, показувати зразок політичної культури, розвивати політичну думку в конкретному напрямку. Адже, преса, телебачення, радіо, інтернет здатні виховувати цю політичну культуру в суспільстві.

Слід зазначити, що особливо важливим є вплив ЗМІ на формування національної свідомості, оскільки вони виступають вагомим засобом створення історико-культурного інформаційного простору держави, який, по суті, є тим духовно-ідеологічним цементом, що скріплює народ у політичну націю. Відомий фахівець у галузі масових комунікацій *В. Лизанчук* зазначає: "...людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна державно-політична, суспільно-економічна, ідеологічна, історична, етнічна та інша інформація. Національна мережа засобів масової комунікації – це один із "трьох китів", на якому базується державна самосвідомість, поряд з національною інтелігенцією та національною політичною елітою" [3, с. 75].

Ця проблема є особливо актуальною сьогодні для України, перед якою стоїть завдання консолідації багатоетнічного українського суспільства в єдину політичну націю з високим рівнем національної свідомості. Оскільки інформаційна діяльність засобів масової інформації буде і надалі незмінно зростати й посилюватися, впливати на всі моменти життєдіяльності суспільства і держави, завдання полягає в тому, щоб ця діяльність відповідала українським національним інтересам.

Люди часто не усвідомлюють, що їх світогляд, потреби, інтереси та в цілому спосіб життя багато в чому залежить від тих, хто ними маніпулює. Виходячи з цього визначення, можемо виділити два основних види маніпуляції: оперативну маніпуляцію свідомістю й поведінкою людей та стратегічну маніпуляцію.

По суті ЗМІ знаходяться в замкненому колі: "виражаючи і формуючи громадську думку, засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють досвід і волю мільйонів, а з другого – впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки групової дії людей" [4].

Водночас слід зазначити, що багатоаспектне проникнення ЗМІ в життя суспільства може відігравати як об'єднуючу роль і сприяти консолідації суспільства, так і роз'єднуючу, упроваджуючи в суспільну свідомість негативні моменти, що, на думку *Г. Блумера*, особливо є відчутним в кризові періоди історичного розвитку суспільства, коли люди у стані соціальної невизначеності особливо підпадають під вплив, легко відкликаються на різні нові стимули, ідеї, а також більше піддаються пропаганді й різним маніпулюванням [5, с. 123].

ЗМІ як засіб впливу та зміцнення національної свідомості значною мірою залежить від уваги суспільства.

Мас-медіа можуть виступати каталізатором об'єднання, інтеграції суспільства й зміцнення держави.

Проте, якщо в суспільстві ЗМІ є залежними, наприклад, від держави, контролюються певними фінансовими чи політичними органами, тоді вони стають певним знаряддям маніпуляції суспільною свідомістю, контролюють ідеологію, що є найнебезпечнішим, – часто сприяють упровадженню чужих, не властивих суспільству духовних і політичних цінностей, що руйнує духовний фундамент його існування.

Тиск з боку партійних, звичайно буде доти, поки мас-медіа буде "жебракувати". Постійно відчуваючи нестачу бюджетного фінансування, державні телевізійні канали, центральні друковані видання змушені шукати додаткові кошти для здійснення своєї діяльності – від акціонування і до продажу рекламного часу. В результаті ситуація складається таким чином, що переважну більшість вітчизняних ЗМІ сьогодні утримують не держава й інститути громадянського суспільства, а окремі політичні партії та фінансово-промислові кола, які закономірно використовують потенціал мас-медіа передусім у власних, а не загальносуспільних інтересах.

Проблемою залишається наявність великої кількості державних і комунальних ЗМІ, які мають обмежену спроможність здійснювати незалежну інформаційну політику і об'єктивно змушені орієнтуватись у своїй діяльності на позицію органів влади та політичних сил, представлених у ній. Відтак творчі колективи таких ЗМІ не можуть повною мірою дотримуватись об'єктивності та неупередженості у поданні інформації, бути вільними у відобра-

женні різних точок зору щодо подій, готувати критичні матеріали, проводити різні журналістські розслідування.

Отже, в сучасних умовах незалежні ЗМІ не можуть працювати власною думкою, оскільки на них діє влада, а вони повністю залежні від неї. Цей аспект свідчить про відсутність в Україні дієвої державної політики у сфері масової інформації.

Сьогодні реально вітчизняні засоби масової інформації в сучасних умовах глобалізації не витримують конкуренції з іноземними державами.

За різними оцінками, нині національний інформаційно-культурний простір та книжковий ринок переважно заповнений товаром неукраїнського походження. Йдеться, передусім, про глобальну культурно-інформаційну напругу західних країн, зокрема США, яка створює дедалі відчутнішу загрозу безпеці українського суспільства. Візьмемо до прикладу: низькопробні розважальні кінофільми, бойовики, що штовхають на сумнівні подвиги, нав'язлива й інколи аморальна реклама спотворюють духовне й інтелектуальне здоров'я нації, сприяють руйнуванню моральних і загальнолюдських гуманістичних цінностей, культурних національних традицій. Поступове витіснення вищих цінностей та ідеалів утилітарними, прагматичними, технократичними орієнтаціями і глобалізаторськими імперативами мислення позначається на формуванні власної, української національної свідомості.

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

На сучасному етапі для суспільства характерна криза інформаційної культури, яка провокується переважанням у сучасних ЗМІ деструктивних публікацій (програм, передач) над конструктивними і нейтральними. У телерадіоєфірі та на шпальтах друкованих ЗМІ присутня інформація, що компрометує владу і власну країну в очах громадян, створює неконструктивне та неадекватне уявлення про Україну, її повсякденне життя і перспективи розвитку [6, с. 76].

Існуюча кон'юнктура телевізійного та радіоринку України не є сприятливою для вироблення національного продукту, питома вага якого є обмеженою у змістовому наповненні телеканалів. Їх програми заповнені переважно продукцією імпортного виробництва невисокої художньої якості. Власникам і менеджменту українських телеканалів бракує економічних стимулів для вироблення та просування оригінальних українських проектів та програм. За даними Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, кількість вітчизняного продукту на загальнонаціональних українських телеканалах не перевищує 30 %.

Відзначаючи величезний вплив засобів масової інформації на формування національної свідомості, **І. Юшук** зазначає, що "питання національного ідеалу, патріотизму, свободи хоча й порушуються досить часто редакційними колективами, загалом лишаються на маргінесі суспільної свідомості" [7, с. 181].

В даній проблемі слід зазначити, що сьогодні в Україні діє розгалужена система інформаційного законодавства. Прийняті закони України "Про інформацію", "Про телебачення та радіомовлення", "Про систему Суспільного телебачення та радіомовлення України", "Про інформаційні агентства", "Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів", "Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації" тощо [8–13]. Але при цьому інформаційне законодавство й досі значною мірою залишається фрагментарним і несистематизованим, на рівні підзаконних нормативних актів має доволі суперечливий характер. Інформаційне законодавство містить значний масив протиріч та неузгодженостей, оперує недосконалим термінологічним апаратом. Неврегульованою з юридичної точки зору залишається діяльність Інтернет-видань.

Основні напрями державної політики забезпечення інформаційної безпеки, у тому числі захист національного інформаційного простору та забезпечення інформаційної достат-

ності прийняття політичних рішень, визначають Закон України “Про інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку України” та “Концепція національної безпеки України”.

**Висновки.** На жаль, сьогодні система українських національних ЗМІ об’єктивно поки що не орієнтована на формування розвиненої національної свідомості та державно-політичної ідентичності, збереження культурно-історичної самобутності українського суспільства. Значна частина ЗМІ орієнтована не на задоволення комунікативно-інформаційних та просвітницько-виховних потреб суспільства, а насамперед на обробку суспільної свідомості у зацікавленості різних політичних сил, висвітлює приватні чи корпоративні інтереси певних фінансово-економічних угруповань.

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

Першочерговим завданням державної інформаційної політики у контексті підвищення впливу ЗМІ на формування національної свідомості, на нашу думку, мають бути вдосконалення законодавчої та нормативно-правової бази, що регулює відносини в інформаційній сфері, розробка і прийняття Інформаційного Кодексу України.

Доцільно було б провести перереєстрацію усіх ЗМІ, що функціонують у суспільстві, заборонити тим, що ведуть антиукраїнську політику, йдуть проти цензури, підривають духовність української нації. Органи державної влади мають посилити контроль за дотриманням положень чинного законодавства щодо мовного режиму ЗМІ та квоти національного продукту на телебаченні та у кінопрокаті.

Важливим є завдання забезпечення й національно-державницької змістовності теле- та радіопростору на всій території України і, в першу чергу, запровадження системи суспільного мовлення, вдосконалення правової бази, що регулює його діяльність, і програм, які були б спрямовані на формування у громадян України державницького мислення, національної свідомості, відчуття націоналізму, утвердженню української мови і культури. Держава повинна надати фінансову підтримку загальноукраїнським освітнім, виховним, культурним, науковим та іншим програмам у ЗМІ, спрямованим на зміцнення української національної свідомості.

На сьогодні діють методи щодо перешкоджання в доступі до інформації – завдяки державній монополії на папір або розповсюдження, відмові давати радіо- чи телеліцензії і судовому переслідуванню – до закриття газет, теле- й радіостанцій. Вартість паперу й поліграфічних послуг росте по кілька разів на день. Громадське мовлення часто піддається політичному й економічному тиску, зростаючій конкуренції з боку мовлення комерційного, яке стає все дешевшим і доступнішим завдяки новим інформаційним технологіям. Отже, про яку національну свідомість можна говорити?

Прискорення процесу роздержавлення державних та комунальних ЗМІ, які складають велику частку на ринку мас-медіа, сприятиме зменшенню їх залежності від управлінських структур і представників певних політичних сил. Розробка і впровадження ефективних механізмів, спрямованих на стимулювання виробництва вітчизняного медіа-продукту сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності і зробить крок України в Європейський простір.

Отже, ЗМІ мають бути вільними і впливати на нас так, щоб відроджувати культуру нашої держави та не створювати хаотичність в нашому мисленні.

### Література

1. Левченко А.М. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній, економічній та політичних системах суспільства // Наукові записки інституту журналістики. – Т. 19.
2. <http://www.grinchuk.lviv.ua/referat/1/973.html>
3. Лизанчук В. Феномен невмирущості нації // Наукові записки АН ВШ України. – 2004. – Вип. 6, 9–29. – С. 74–81.

4. Політологія / За ред. О.І. Семківа. – С. 438.
5. Блумер Г. Коллективное поведение: Пер. с англ. // Американская социологическая мысль: Тексты. – М., 1994. – 278 с.
6. Національна ідея і соціальні трансформації в Україні / За ред. М.В. Поповича. – К.: УЦДК, 2005. – 328 с.
7. Регіональні версії української національної ідеї: спільне і відмінне: Зб. ст. – К.: Світогляд, 2005. – 186 с.
8. Закон України про інформаційні агентства // Відом. Верховної Ради України. – 1995. – № 13. – С. 83.
9. Закон України про інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку України. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
10. Закон України про телебачення і радіомовлення. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
11. Закон України про друковані засоби масової інформації // Відом. Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
12. Закон України про систему Суспільного телебачення і радіомовлення // Відом. Верховної Ради України. – 1997. – № 45.
13. Закон України про порядок висвітлення діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації // Відом. Верховної Ради України. – 1997. – № 49. – С. 1.

УДК 378.008

## ВИЩА ОСВІТА І НАУКА – ПРІОРИТЕТНІ СФЕРИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА У ХХІ СТОЛІТТІ

Н.І. Михалюк, Л.М. Михалюк, Л.Я. Балаш  
Львівський національний аграрний університет

Поетапно реалізується державна політика у сфері вищої освіти і науки. Діяльність Міністерства освіти і науки, центральних органів виконавчої влади, вищих навчальних закладів у звітному періоді була спрямована на реалізацію політики і стратегії розвитку вищої освіти і науки, що визначені законами України, указами Президента України, постановами Кабінету Міністрів України, окреслені Національною доктриною розвитку освіти України.

*Ключові слова:* наука, освіта, державна політика, вища школа, вищі навчальні заклади, освітньо-кваліфікаційний рівень, освітні послуги.

**Stage-by-stage a public policy will be realized in the field of higher education and science. Activity of Department of education and science, central organs of executive power, higher educational establishments, in a period covered was directed on realization of policy and strategy of development of higher education sciences, which are certain the laws of Ukraine, decrees of President of Ukraine, decisions of Cabinet Ukraine, outlined the National doctrine of development of formation of Ukraine.**

*Keywords:* science, education, public policy, higher school, higher educational establishments, освітньо-кваліфікаційний рівень, educational services.

**Вступ.** Відомо, що освіта і культура діалектично взаємопов'язані за своєю сутністю. Первісний зміст поняття “культура” генетично збігається з ідеєю освіти, суть полягає у формуванні людини, підготовці до життя, тобто залучення її до минулого, сучасного і майбутнього культури. Тому освіта має бути спрямованою не просто на відтворення робочої сили, а насамперед на формування і розвиток духовності людини.