

УДК 323:[316.6.6:304.001.4](477)

Бричук Костянтин*головний редактор газети «Печерськ», м. Київ, к.держ.упр.*

СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ ПІД ВПЛИВОМ ДЕРЖАВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

У статті розглядаються особливості формування стереотипів масової свідомості в процесі реалізації державної інформаційної політики на прикладі здійснення інформаційних кампаній з популяризації євроінтеграційних процесів в Україні. Обґрунтовано необхідність посилення просвітницької складової у процесі інформування громадськості щодо ролі, сутності та значення європейських цінностей для українського суспільства. Рекомендовано уникати поширення стереотипів масової свідомості у напрямку сприйняття ЄС не як «партнера», а як «благодійника», що у подальшому може призвести до соціальної світоглядної кризи серед більшості громадян України.

Ключові слова: стереотипи масової свідомості; державна інформаційна політика; інформування громадськості; європейська інтеграція.

Konstantyn Brychuk*Chief Editor of the «Pechersk» newspaper, Kyiv, PhD in Public Administration*

MASS CONSCIOUSNESS STEREOTYPES INFLUENCED BY PUBLIC INFORMATION POLICY IN UKRAINE

At the present stage of society development the considerable attention is paid to the problems of the informational influence of the state on the society's mass consciousness. Public information policy of Ukraine as a set of main directions and ways of the state's activity in obtaining, using, disseminating and storing information is realized with the help of the appropriate strategy. Stereotyping of mass consciousness is a side-effect, an inevitable phenomenon of the implementation of such policy. The European integration paradigm, as a strategic benchmark for Ukraine's international politics, is actively implemented, including through the state's information policy. As a result, anti-European 2000-2004 stereotypes are evolutionarily replaced by pro-European ones. However, the problems of this process require a for detailed analysis.

The newest process of evolutionary pro-European stereotypes formation of the mass consciousness of Ukrainian society, which is both a result of public information policy and natural socio-psychological perception of contemporary international politics, is considered. Unlike gender or national stereotypes of mass consciousness, this socio-psychological phenomenon is not connected with the generalization of personal superficial experience, but is formed as a result of the implementation of the strategy of information and communication relations between state authorities and the public.

The peculiarities of formation of Ukrainian society's European oriented mass consciousness stereotypes influenced by public information policy are considered in the article. The aim of this article is to analyze concept and the directions of mass consciousness stereotypes of Ukrainian society influenced by public information policy in the context of informing the public about

European integration strategy implementation. Informing the public about European integration processes is implemented as a strategic direction of public information policy. It causes extrapolation of pro-european mass consciousness stereotypes of Ukrainian society. Such public administration's information and communication activities are expedient. If public administration's informing strategy was absent, conflict-oriented stereotypes would form in mass social consciousness chaotically that increases the level of social aggression. That is why stable fixation of positive image of state's European integration policy becomes the priority of public information policy. However, it is desirable to avoid extrapolation of mass consciousness stereotypes to perceive European Union as a benefactor instead of just a partner. That leads to social ideological crisis in future. So, extrapolation of specific knowledge about constitutional and legal arrangements, analysis of economic, political and social mechanisms of public administration in EU should be used as a basic of European integration public informing in Ukraine. Therefore, author concludes that enlightening component of informing about European direction of foreign policy is needed to be enhanced.

Key words: mass consciousness stereotypes; public information policy; informing; European integration.

Бричук Константин

главный редактор газеты «Печерск», г. Киев, к.гос.упр.

СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

В статье рассматриваются особенности формирования стереотипов массового сознания в процессе реализации государственной информационной политики на примере осуществления информационных кампаний по популяризации евроинтеграционных процессов в Украине. Обоснована необходимость усиления просветительской составляющей в процессе информирования общественности относительно роли, сущности и значения европейских ценностей для украинского общества. Рекомендовано избегать распространения стереотипов массового сознания в направлении восприятия ЕС не как «партнера», а как «благотворителя», что в будущем может стать причиной социального мировоззренческого кризиса среди большинства граждан Украины.

Ключевые слова: стереотипы массового сознания; государственная информационная политика; информирование общественности; европейская интеграция.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства значна увага приділяється проблематиці інформаційного впливу держави на масову свідомість суспільства. Державна інформаційна політика України як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації [1] реалізується за допомогою відповідної стратегії. Стереотипізація масової свідомості є побічним, невідворотним явищем реалізації такої політики. Парадигма євроінтеграції, як стратегічний орієнтир міжнародної політики України, активно реалізується у тому числі за допомогою інформаційної політики держави. У результаті цього, антиєвропейські стереотипи 2000-2004 рр. еволюційно замінюються на проєвропейські. Проте проблематика цього процесу потребує детального аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У соціальних науках поняття стереотипу, вперше застосував у своїй з праці У. Ліппман, яке у подальшому було удосконалено Г. Олпортом. Наразі теорія стереотипізації у світовій соціальній та політичній науці розвинуто досить ґрунтовно. В Україні дослідження цього явища має соціальний (К. Борщ, Т. Єрмолаєва, Т. Марценюк, Ю. Маслова, О. Першина, Л. Усанова), мовний (О. Лазарович, Є. Карпіловська, В. Шеремета,) та національний (О. Корнієнко, О. Кузьменко, М. Ларченко, М. Прокопенко, В. Чубарко, О. Шиприкевич) напрямки та розкриває особливості стереотипів як технології впливу на масову свідомість. Явище стереотипізації як наслідок державної інформаційної політики розкривають, зокрема, такі українські та зарубіжні дослідники, як Н. Андрійчук [3], О. Блинова [4], О. Ромах [8], А. Худолій [9] та інші. Проте, дані дослідження стосуються лише особливостей використання стереотипів масової свідомості як частини пропаганди певних ідей, носіями яких є представники поточної державної влади.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У даному дослідженні ми розглядаємо новітній процес еволюційного формування проєвропейських стереотипів масової свідомості українського суспільства, що є як результатом державної інформаційної політики, так і природним соціально-психологічним сприйняттям сучасної міжнародної політики. На відміну від гендерних чи національних стереотипів масової свідомості, дане соціально-психологічне явище пов'язано не з узагальненням особистого поверхового досвіду, а формується у результаті реалізації стратегії інформаційно-комунікативних відносин органів державної влади з громадськістю.

Мета статті – аналіз сутності та напрямів стереотипізації масової свідомості українського суспільства під впливом державної інформаційної політики у контексті інформування громадськості про реалізацію стратегії європейської інтеграції України.

Виклад основного матеріалу. Традиційно явище стереотипізації у науковій думці розглядалось як негативне через підвищення рівня упередженості у громадській думці та утворення соціально-комунікативних бар'єрів у дискурсивному процесі громадянського суспільства. Однак, останнім часом ця тенденція трансформується. На думку О. Блинової, стереотипи не можна сприймати як результат обмеженості та упередженості; навпаки, вони характеризують нормальні процеси переробки інформації [4, с. 70]. Тобто, економія часу, яка закладена у масовій свідомості, тяжіє до утворення стереотипів незалежно від державної інформаційної політики, хоча у випадку пасивності останньої стереотипи можуть утворюватись хаотично, що підвищує рівень конфліктогенності у суспільстві. Це підтверджується і думкою провідного спеціаліста з інформаційно-комунікативної діяльності в Україні Г. Почепцова, який зазначає, що телебачення залишається головним транслятором агресивності у суспільстві, каналом емоційного зараження. Такі феномени української політичної дійсності, як перебудова чи обидва майдани, були результатом втілення емоцій, які вийшли за межі та стали некерованими. Оскільки емоції привертають глядачів значніше, ніж інформація, люди готові битися за свій інформаційний світ [12]. Саме тому роль державної інформаційної політики у цьому напрямку зводиться до медіативної ролі між ЗМІ та громадськістю з метою зниження рівня конфліктогенності у масовій свідомості українського суспільства та зміщення акцентів сприйняття явищ міжнародної політики, зокрема, європейської інтеграції України, з емоційно забарвлених на раціонально-дискурсивні.

Проте, беззаперечним є те, що цілеспрямована стереотипізація масової свідомості, як частина пропагандистських процесів, є явищем негативним та характерним для закритих

суспільств. Так, стереотип виступає стандартизованим, схематичним, спрощеним, зазвичай емоційно забарвленим образом соціального об'єкта. Як акцентує О. Ромах, стереотипізація, тобто психологічна дія за допомогою створення ілюзорних стереотипів, є одним з головних методів пропаганди [8, с. 56]. Н. Єфтені додає, що для посилення догматизації, уніфікації мислення суспільству нав'язують систему стереотипів, міфів, іміджу [5, с. 240]. Така догматизація мислення відкриває широкі можливості для маніпулювання масовою свідомістю та дозволяє спрямувати її у вигідний для влади бік.

Що стосується євроінтеграційних процесів, то ставлення громадськості до даної стратегії стрімко змінювалось протягом останніх 15 років. До «помаранчевої революції» 2004 року лише біля чверті населення України ставилось ідей входження України до ЄС схвально [11]. Така статистика є зрозумілою, виходячи з агресивної проросійської та «антиєвропейської» пропаганди напередодні президентських виборів 2004 року. Після ж приходу до влади «проєвропейських» політичних сил ситуація почала стрімко змінюватись. Державні програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007 та 2008-2011 роки визначали певні напрямки впливу на масову суспільну свідомість. Зокрема, за мету Програми 2008-2011 року було визначено подальше підвищення рівня поінформованості громадськості з питань європейської інтеграції України для створення стабільної «проєвропейської» більшості в українському суспільстві [2].

Тобто, пріоритетом державної інформаційної політики є закріплення певного позитивного образу поточної зовнішньої політики держави. І така політика, судячи з динаміки «проєвропейських» поглядів українців за останні роки, є досить успішною (рис.1).

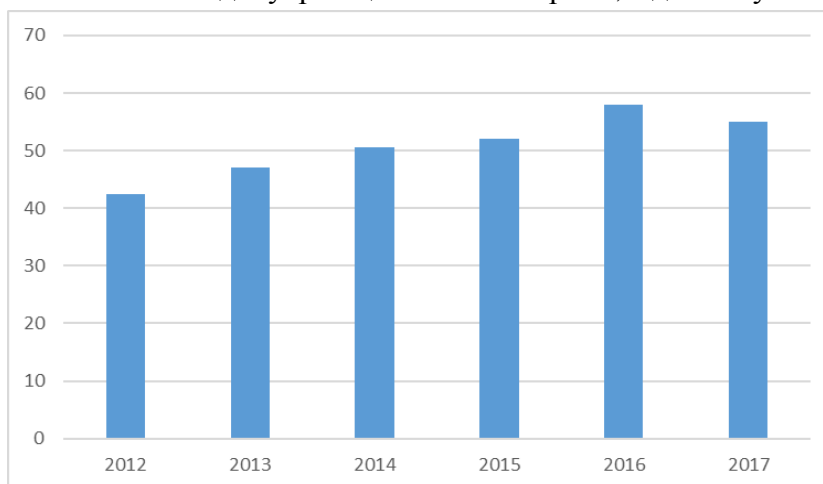


Рис 1. Динаміка підтримки населенням стратегії євроінтеграції України, 2012-2017 рр*

*розроблено автором за даними [14]

З 2015 року рівень підтримки ідеї приєднання до ЄС перевищив 50% показник громадської підтримки. Звісно, дане явище також зумовлюється перманентним погіршенням відносин з Російською Федерацією, проте успішність державної інформаційної політики у даному напрямку також є очевидною. Частково така стратегія щодо популяризації образу ЄС у масовій свідомості українського суспільства є виправданою. У 2007 році О. Андрійчук виділив три стереотипи (міфи) щодо Європи, притаманні масовій українській свідомості, такі як демонізація ЄС, ідолізація цього державного утворення та його прагматизація [3, с. 213]. Якщо ще 20 років тому домінуючим у масовій свідомості українського суспільства був перший стереотип сприйняття євроінтеграційних процесів, то зараз, під впливом

інформаційних процесів ЗМІ, він активно витісняється другим. Сприйняття ЄС як «благодійника» теж не є раціональним психологічним продуктом суспільної свідомості.

І. Любашенко щодо цього підкреслює, що євроінтеграція у свідомості українців пов'язана не з процесами демократизації та підтримки прав людини, а з можливостями покращити свій добробут [15, с. 714]. О. Бондаренко також додає, що українці в більшості не асоціюють себе з європейськими традиціями та поглядами, але при обранні інтеграційного напрямку більшість обирає вступ до ЄС [10, с. 10]. Отже, сприйняття євроінтеграційних процесів як напрямку державотворчих процесів України здебільшого ґрунтується на стереотипах, а не на конкретних знаннях про державно-правовий устрій, економічні, політичні та соціальні основи ЄС.

Відомий «Ефект перезавантаження групової динаміки», що полягає в раптовому привнесенні ініціатором впливу в життя групи, має фактору новизни, що змушує учасників пристосовуватися до нової ситуації, оскільки старі стереотипні шаблони та моделі поведінки не спрацьовують [7, с. 77], теж має місце у даному процесі. Євроінтеграційні процеси, запровадження безвізового режиму, інтенсифікація взаємин з ЄС є відповідними позитивними зовнішньополітичними новаціями останніх років, що закладає нові патерни соціального мислення.

Аналітична довідка національного Інституту стратегічних досліджень рекомендувала органам державної влади України у якості популяризації ідеї європейської інтеграції використовувати інтегровані комунікації для зниження інформаційного шуму, уникати пропаганди та організовувати освітні PR-кампанії з даного напрямку, застосовуючи технології брендингу. Зокрема, у документі зазначається, що технологія «брендингу» в умовах інформаційно-комунікативного забезпечення дозволяє сформувати в населення лояльність до процесу приєднання країни до Євросоюзу, допомагає відчутти переваги, обумовлені членством в ЄС, крім безпосередньої економічної вигоди, а також сприяє формуванню групи постійних прихильників, які асоціюють з євробудівництвом свій стиль життя [13]. Проте, така якісна інформаційна технологія все ж таки має певний стереотипогенний потенціал, тому використовувати її слід обережно. На думку Н. Лігачової, подання соціального об'єкта у спрощеному схематизованому вигляді призводить до того, що стереотипне уявлення з часом фіксується у свідомості і практично не піддається перевірці досвідом [6]. Тому вплив на масову свідомість українського суспільства у даному напрямку має бути більш обережний, заснований на прагматизмі та всебічному розумінні механізмів функціонування державного управління ЄС та потенційного місця нашої держави у цьому утворенні. Без апробації моделі самодостатньої держави в економічному та правовому сенсі існує загроза суспільного розчарування, коли стереотипізований образ Європейського Союзу як безвідмовного благодійника може не відповісти реальному стану справ. Ситуація ускладнюється ще й тим, що позаблоковість країни (оскільки, поки що, Україна не є членом НАТО) фактично залишає нашу державу наодинці з проблемами захисту національного інформаційного простору [16, с. 308]. Цей фактор також необхідно враховувати у процесі впровадження інформаційної політики держави щодо інформування суспільства з проблематики міжнародних відносин.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Інформування громадськості щодо євроінтеграційних процесів реалізується у якості стратегічного напрямку інформаційної політики держави. Це призводить до поширення проєвропейських стереотипів масової свідомості українського суспільства. Така

інформаційно-комунікативна діяльність органів державної влади є виправданою, адже у випадку відсутності стратегії інформування стереотипи-конфліктогени мають тенденцію до хаотичного формування у масовій суспільній свідомості, що підвищує рівень агресивності у суспільстві. Тому пріоритетом державної інформаційної політики у даному напрямку є усталене закріплення позитивного образу євроінтеграційної політики держави. Проте, бажано уникати поширення стереотипів масової свідомості у напрямку сприйняття ЄС не як «партнера», а як «благодійника», що у подальшому може призвести до соціальної світоглядної кризи. В основі інформування громадськості щодо політики євроінтеграції має бути покладено поширення конкретних знань про державно-правовий устрій та аналіз економічних, політичних та соціальних механізмів державного управління у Європейському Союзі.

Література.

1. Закон України «Про інформацію» від 02.20.1992 р. №2657-ХІІ // ВВР. - №48. – ст. 650.
2. Постанова КМУ «Про затвердження Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008-2011 рр» від 02.07.2008 р. № 594.
3. Андрійчук О. Україна – Європа: тести на сумісність / О.Андрійчук. – К.: Смолоскип, 2007. – 378 с.
4. Блинова О. Є. Роль етнічних стереотипів у міжкультурному оцінюванні студентської молоді / О. Є. Блинова. / Проблеми сучасної психології. – 2014. – Вип.23. – С. 68–78.
5. Єфтені Н. М. Політичне маніпулювання: особливості застосування / Н. М. Єфтені // Актуальні проблеми політики. – 2015. – Вип. 56. – С. 234–241.
6. Лігачова Н. Л. Телебачення спецоперацій. Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення: моніторинг, методи визначення та засоби протидії. Рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів / Н. Л. Лігачова, С. М. Черненко, І. Ф. Іванов. – К. : Телекритика, 2003. – 266 с.
7. Петрик В. М. Сугестивні технології маніпулятивного впливу / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева. – К. : НАСБУ, 2011. – 248 с.
8. Ромах О. В. Стереотипи та страхогенеруючі міфи на сторінках український суспільно-політичних журналів / О.В. Ромах // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 59. – С. 55–66.
9. Худолій А. О. Політичні стереотипи у геостратегії США: [монографія] / А. О. Худолій. – Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2009. – 148 с.
10. Бондаренко О. Аналіз привабливості євроінтеграції України через призму громадської думки / О.Бондаренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/2009/1/Bondaren.pdf>.
11. Думки і погляди населення України: квітень – травень 2004 р. // Фонд «Демократичні ініціативи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://2008.dif.org.ua/ua/archive/#2004>.

12. Почепцов Г. Информационный поединок, или как человек в галстук победает человека в тапочках / Г. Почепцов // Зеркало недели. – 2017. – Вып. 49–50. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zn.ua/socium/informacionnyu-poedinok-ili-kak-chelovek-v-galstuke-pobezhdaet-cheloveka-v-tapochkah-270585_.html.

13. Технології інформування населення з питань європейської інтеграції: Аналітична записка // Національний Інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/219/>.

14. Фонд «Демократичні ініціативи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dif.org.ua/>.

15. Lyubashenko I. Perception of European Integration in Ukraine / I. Lyubashenko. // Bulletin PISM. – 2012. – № 42(375). – P. 714–715.

16. Карпенко О. В. Механізми формування та реалізації сервісно-орієнтованої державної політики в Україні : дис... д-ра наук з держ. упр.: спеціальність 25.00.02 «Механізми державного управління» / Карпенко Олександр Валентинович; Нац. Акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2016. – 466 с.