

чило основні завдання створення у Великій Британії впевненого у власних силах суспільства, яке без остраху дивиться в майбутнє та пишається своєю роллю ключового партнера в Європі та нації-лідера у світі [1, с. 85]. На сьогодні досвід Великої Британії як країни, що формує принципи та механізми впровадження ефективної інформаційної політики, є актуальним для України.

Таким чином, формування державної інформаційної політики згідно з вимогами сучасних світових тенденцій є для України незворотним процесом, а комунікація між державою та суспільством є вимогою цих процесів. Використання досвіду провідних країн світу є актуальним для України задля подолання політичної, економічної та соціальної кризи в суспільстві.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барановська А. В. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики Великої Британії / А. В. Барановська // Стратег. пріоритети. – 2013. – №4 (29). – С. 85–90.
2. Міністерство інформаційної політики України: Про Міністерство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mip.gov.ua/content/pro-ministerstvo.html>.
3. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: [Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін.]; за ред. М. П. Требіна. – Х. : Право, 2015. – 816 с.
4. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2008. – 663 с.
5. Э-Эстония. Страна где живет интернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/priimagi/estonia-egovernance-leaflet-in-russian-of-2010>.

О. М. Кужман, здобувач,

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ВСТАНОВЛЕННЯ ПОРЯДКУ ДЕННОГО: МАС-МЕДІА І ВЛАДА

Теорія встановлення порядку денного стала об'єктом наукового аналізу лише на початку 1970-х рр. У цей період швидкими темпами стали розвиватися соціогуманітарні науки, зокрема політологія. Також важливу роль відіграли закінчення Другої світової війни і початок «холодної війни» між Заходом і соціалістичним табором. У зв'язку з цим у США науковці і практики дуже зацікавилися вивченням механізмів дії «порядку денного». Учених цікавив аналіз прийняття політичних рішень з метою надання більш наукового та раціонального пояснення тих чи інших дій політичних лідерів [2, р. 50]. Було з'ясовано, що перед тим, як вибрати й озвучити в мас-медіа свій політичний

курс, органи влади відбирають з цілого спектра суспільних проблем ті з них, які вони готові будуть вирішувати. Унаслідок цього ігноруються одні проблеми на користь вирішення інших.

У цілому дослідження теорії встановлення порядку денного проходять за двома ключовими напрямками: вивчення впливу встановлення порядку денного й аналіз процесів установаження порядку денного. У першому випадку досліджуються механізми формування мас-медіа уявлень аудиторії про те, які теми набувають значення в даний час, а які є несуттєвими, тобто аналізується ставлення до публічного порядку денного. У другому випадку фахівці звертають увагу на те, яким чином відбувається відбір тем і проблем, які вважаються важливими, тобто вивчається ставлення до медіа-порядку.

Теоретичні основи встановлення порядку денного були закладені американськими фахівцями Максвеллом Маккомбсом і Дональдом Шоу. Вони констатували наявність безпосереднього зв'язку між тематикою повідомлень мас-медіа і ступенем важливості, яку надає аудиторія проблемам, що висвітлюються у мас-медіа [6; 7].

У своїх теоретичних розробках автори виходили з трьох джерел. По-перше, концепція В. Ліппмана, який у своїй праці «Громадська думка» (1922) зазначив, що мас-медіа є основним джерелом тих картинок у наших головах про великий світ державних справ, світ, який для більшості громадян є «поза досяжністю, поза полем зору, поза розумом» [4, р. 29]. Тобто те, що ми знаємо про світ, значною мірою ґрунтується на тому, що ЗМІ вирішили розповісти нам. По-друге, відомий вислів Б. Коена про те, що мас-медіа не можуть вказувати людям, що їм слід думати, але вони мають потужний потенціал для наведення на думку, про що саме треба думати [1, с. 162]. По-третє, позиція П. Лазерсфельда, який вважав, що «оскільки мас-медіа взагалі можуть сприяти зміні позицій, це відбувається завдяки перевизначенню проблем... Проблеми щодо яких люди дуже мало думали або не думали зовсім, можуть завдяки передвиборній пропаганді набути особливої важливості» [3, р. 89].

За М. Маккомбсом і Д. Шоу, основний вплив мас-медіа на аудиторію полягає в «розбудові порядку денного», а не у нав'язуванні певних поглядів та ідей. Таким чином, поняття «порядок денний» можна визначити як сукупність проблемних питань, які потребують вирішення з боку органів влади, які стають предметом обговорення у мас-медіа. Також М. Маккомбс і Д. Шоу ввели поняття «займання», що означає підвищену порівняно з іншими актуалізованість будь-якої проблеми або теми. З таких сюжетів, що займаються, і формується порядок денний в мас-медіа. Фактично це означає, що політизація соціальної реальності у мас-медіа передбачає витіснення одних проблем іншими, які атрибутуються як найбільш політично значимі.

Одним із найважливіших досягнень М. Маккомбса і Д. Шоу є поділ усіх проблем на «нав'язливі» і «ненав'язливі». «Нав'язливими» є такі проблеми, щодо яких люди мають безпосередній і постійний досвід. Це, наприклад, такі проблеми, як інфляція і безробіття. Ці проблеми набувають суспільної значущості внаслідок особистого досвіду. «Ненав'язливі» проблеми – це такі проблеми, по відношенню до яких у людей немає особистого досвіду і «засоби масової інформації виступають як єдиний вчитель і джерело відомостей про ці проблеми». М. Маккомбсом і Д. Шоу було емпірично доведено, що засоби масової інформації ефективно впливають на аудиторію саме тоді, коли працюють з «ненав'язливими» проблемами і сюжетами, і значно менш ефективні, коли мова йде про проблеми, з якими люди безпосередньо зіштовхуються у повсякденному житті.

Ефекти встановлення порядку денного також були виявлені і на місцевому рівні. Є емпіричні докази того, як національні та місцеві ефекти виявляються в найрізноманітніших умовах по всьому світу [5, р. 435].

Разом з тим, хоча вплив мас-медіа на встановлення порядку денного може бути доволі істотним, але не тільки ЗМІ визначають громадський порядок денний. Інформація та сигнали про об'єкт і атрибути мас-медіа є далеко не єдиною детермінантою громадського (публічного) порядку денного. Істотний вплив мас-медіа не скасовує чи не зводить нанівець основне припущення про демократію, згідно з яким люди в цілому є достатньо мудрими, щоб визначати долю своєї нації, своєї держави, своїх місцевих громад. Зокрема, люди цілком здатні визначити значення – для себе і для широкої публічної арени – тем і атрибутів, висунутих засобами масової інформації. Як вважають М. Маккомбс і Д. Шоу, мас-медіа визначають порядок денний тільки тоді, коли громадяни релевантно сприймають свої нові історії [5, р. 436].

Наявність – або відсутність – ефектів встановлення порядку денного з боку мас-медіа пояснюється основною психологічною рисою – потребою людини в орієнтації. Уродженою всередині кожного індивіда є потреба в розумінні навколишнього середовища. Кожного разу, коли ми перебуваємо в новій ситуації, ми відчуваємо незручний психологічний стан, поки ми не дослідимо і хоча б приблизно не окреслимо контури цієї нової для нас ситуації. Ця вроджена потреба в орієнтації також існує і в громадській арені, особливо коли громадяни бачать незнайомих кандидатів на виборах або питання референдуму, по якому бракує інформації. У всіх цих ситуаціях і багатьох інших люди відчувають потребу в орієнтації.

Оскільки це є психологічною особливістю, ступінь потреби в орієнтації сильно варіюється від однієї людини до іншої. Для одних людей у будь-якій

ситуації існує висока потреба в орієнтації. Для інших – є незначна потреба в орієнтації або вона взагалі відсутня. Вони просто не зацікавлені.

У цілому потребу в орієнтації визначають два компоненти: актуальність і невизначеність. Актуальність є початковою умовою, що визначає рівень потреби в орієнтації для кожного індивіда. Якщо тема сприймається як щось непотрібне або має дуже низьку значущість, – то необхідність орієнтації низька. Люди в цій ситуації приділяють мало або взагалі ніякої уваги повідомленням новин у мас-медіа і в кращому випадку демонструють слабкі ефекти встановлення порядку денного.

Для індивідів, серед яких актуальність теми є високою, ступінь невизначеності щодо теми визначає рівень потреби в орієнтації. Якщо ця невизначеність замала, тобто вони в основному розуміють тему, то потреба в орієнтації помірна. Люди, для яких ситуація має високу актуальність і низьку невизначеність, будуть відстежувати новини в засобах масової інформації і, можливо, будуть шукати додаткову довідкову інформацію. Але вони навряд чи будуть завзятими споживачами новин про дану тему. Ефекти встановлення порядку денного серед цієї групи також є помірними.

І, нарешті, серед осіб, для яких актуальність і невизначеність ситуації високі, потреба в орієнтації також висока. Ці люди, як правило, є охочими до споживання новин і мають сильні ефекти встановлення порядку денного [5, р. 437–438].

Помітність питань порядку денного в мас-медіа також впливає на поведінку споживачів новинного контенту. Так, широке висвітлення новин злочинності та насильства, включаючи вбивства і зґвалтування, у кампусі Університету Пенсільванії у 1990-х рр. сприяло суттєвому зниженню заяв потенційних студентів першого курсу. Це зниження відбулося переважно серед жінок. Тоді як в інших університетах спостерігалось зростання заяв за той же період [5, р. 438].

Таким чином, у процесі встановлення порядку денного країни для привернення уваги громадськості до декількох ключових суспільних питань мас-медіа мають величезний і добре фіксований вплив. Мало того, що люди отримують фактичну інформацію про державні справи від мас-медіа, читачі і глядачі отримують можливість з'ясувати, якій темі приділяти більшу увагу на основі того, що про неї говорять у новинах мас-медіа. Завдяки регулярності повідомлень та їх адресній спрямованості мас-медіа можуть встановлювати порядок денний, привернувши увагу громадськості до тієї невеликої групи питань, навколо яких і формується громадська думка. У цілому мас-медіа справляють істотний вплив на зміст громадського порядку денного, а вислів «визначення порядку денного» став звичайним явищем у дискурсі журналістики і громадської думки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Брайант Д. Основы воздействия СМИ : пер. с англ. / Д. Брайант, С. Томпсон. – М. : Вильямс, 2004. – 432 с.
2. Hassenteufel P. Les processus de mise sur agenda: sélection et construction des problèmes publics / P. Hassenteufel // Informations sociales. – 2010. – № 157. – P. 50–58.
3. Lazarsfeld P. The People's Choice. How the Voter Make up his Mind in a Presidential Campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – N. Y. : Columbia University Press, 1948. – xxxiii, 178 p.
4. Lippmann W. Public opinion / W. Lippmann. – N. Y. : Macmillan, 1922. – x, 427 p.
5. McCombs M. Building consensus: The news media's agenda-setting roles / M. McCombs // Political Communication. – 1997. – Vol. 14, №4. – P. 433–443.
6. McCombs M. The Agenda-setting Function of Mass-Media / M. McCombs, D. Shaw // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36, №3. – P. 176–187.
7. McCombs M. The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace / M. McCombs, D. Shaw // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43, №2. – P. 58–67.

Р. Я. Мандель, аспірантка,
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

ВПЛИВ ПРАВОВОГО МЕНТАЛІТЕТУ НА ЄВРОІНТЕГРАЦІЮ

Згідно зі ст. 11 Закону України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі є однією з основних засад зовнішньої політики держави. 13 березня 2014 р. Верховна Рада України прийняла Постанову «Про підтвердження курсу України на інтеграцію до Європейського Союзу та першочергові заходи у цьому напрямі», у якій було вказано на незворотність цього курсу.

16 вересня 2014 р. ратифіковано Угоду про асоціацію між Україною та ЄС. У цьому документі визначено заходи, які необхідно здійснити нашій державі для поступової інтеграції до ЄС. Однак слід погодитися з думкою, що євроінтеграція має стати пріоритетною не лише для інститутів влади, але й для суспільства в цілому [1, с. 48]. Зважаючи на це, актуально дослідити вплив національного менталітету, зокрема правового, на шляху до реалізації цієї мети.

Слово «менталітет» первинно походить від латинського *mens, mentis* – розум, думка, інтелект; у пізні часи у французькій мові *mentalite* стало бук-