

Keywords: geopolitical theory, world-systems analysis, core, semi-periphery, periphery.

References

- Ablazhej A. M., 2007. 'Rossijskaja vysshaja shkola v kontekste demograficheskikh processov' [Russian higher education in the context of demographic processes], *Filosofija obrazovanija* [Philosophy of education], № 3 (20), p. 81.
- Alesina A., Spolaore E. *The size of nations*, The MIT Press, Cambridge.
- Amin S., 2003. 'World poverty, pauperization and capital accumulation', *Monthly Review*, Vol. 55, P. 1–27.
- Arrighi G. 'The developmentalist illusion: a reconceptualization of the semiperiphery', *Semiperipheral states in the world-economy*, American Sociological Association. Greenwood Press. N. Y.
- Balibar J., 2003. *Rasa, nacija, klass. Dvumyslennye identichnosti* [Race, Nation, Class. Ambiguous identity], Logos-AI'tera, Ecce Homo publ, M.
- Barton J., 2007. 'Competition and co-operation in the semi-periphery: closer economic partnership and sectoral transformations in Chile and New Zealand', *The Geographical Journal*, Vol. 173, P. 224–241.
- Cardoso F., 1973. 'Industrialization, dependency and power in Latin America', *Berkeley Journal of Sociology*, Vol. XVII, P. 79–95.
- Grishunin I. F., Nuriddinov R. Sh., 2008. *Osnovy geopolitiki: uchebnoe posobie* [Foundations of Geopolitics: Manual], SAUMK publ, Novosibirsk.
- Guriev S., 2006. *Mify jekonomiki: zabluzhdenija i stereotipy, kotorye rasprostranjajut SMI i politiki* [Myths of the economy: misconceptions and stereotypes that distribute media and politics], AI'pina Biznes Buks publ, M.
- Izgarskaja A. A., 2002. *Rekonstrukcija geopoliticheskikh koncepcij* [Reconstruction of geopolitical concepts], Makro dinamika: zakonomenosti geopoliticheskikh, social'nyh i kul'turnyh izmenenij [Macrodynamics: laws geopolitical, social and cultural change], Nauka publ, Sibirskoe otd-nie, Novosibirsk, pp. 5–158.
- Izgarskaja A., 2008a. *Vneshnie i vnutrennie faktory v teoreticheskikh modeljah razvitija obshhestva: (1) teorija modernizacii i paradigmy teorii mezhdunarodnyh otnoshenij (ocenka kognitivnogo potentsiala)* [External and internal factors in the theoretical models of social development: (1) the theory of modernization and paradigm of international relations theory (assessment of cognitive capacity)], Vestn. Novosib. gos. un-ta. Serija: Filosofija [Bulletin of Novosibirsk. State. Univ. Series: Philosophy], № 2, pp. 96–101.
- Izgarskaja A., 2008b. *Vneshnie i vnutrennie faktory v teoreticheskikh modeljah razvitija obshhestva: (2) mirosistemnyj analiz i geopoliticheskaja teorija (sovremennoe sostojanie i vozmozhnosti sinteza)* [External and internal factors in the theoretical models of social development: (2) world-systems analysis and geopolitical theory (the present state and the possibility of synthesis)], Vestn. Novosib. gos. un-ta. Serija: Filosofija [Bulletin of Novosibirsk. State. Univ. Series: Philosophy], № 3, pp. 50–54.
- Karamzin N. M., 1991. *Zapiski o drevnej i novoj Rossii v ee politicheskom i grazhdanskom otnoshenijah* [Notes on Ancient and Modern Russia in its political and civil relations], Nauka publ, M.
- Kollinz R., 2000. *Predskazanie v makrosociologii: sluchaj Sovetskogo kollapsa* [Macrosociology prediction: the case of the Soviet collapse], Vremja mira: al'manah. Vyp. 1. Istoricheskaja makrosociologija v XX veke [World Time: almanac. Is. 1. Historical macrosociology in the XX century]. Izd-vo Novosib. gos. un-ta, Novosibirsk, pp. 234–278.
- Litovkin D., 2008. *Pravitel'stvo dast den'gi na sekretnye materialy* [The government will give money to secret material], Izvestija. 28.07.08.
- Martin W. G., 1990. 'The place of the semiperiphery in the modern world-system. Introduction: the challenge of the semiperiphery', *Semiperipheral states in the world-economy*, American Sociological Association. Greenwood Press, N.Y., P. 3–10.
- Medvedev D., 2009. *Rossija, vpered! 10 sentjabrja 2009 g.* [Forward, Russia! September 10, 2009], viewed: <http://news.kremlin.ru/transcripts/5413>
- Podberezkin A. *Chto delat'? Kak Rossii pravil'no vpisat'sja v processy globalizacii?* [What to do? As Russia properly fit into the processes of globalization?], viewed: www.old.nasledie.ru/global/17_1/article.php?art=6
- Rezolyucija Vserossijskoj pedagogicheskaj konferencii. Moskva, 29–30 sentjabrja 2007 g. [Resolution of the All-Russian educational conference. Moscow, September 29–30, 2007], *Filosofija obrazovanija* [Philosophy of Education], № 3, pp. 13–17.
- Sibir' v sostave Rossijskoj imperii, 2007 [Siberia in the Russian Empire], *Novoe literaturnoe obozrenie* [New Literary Review], M.
- Sidibe P., 2008. 'Kabinet ministrov speshit izbavit'sja ot importa' [Cabinet ministers in a hurry to get rid of imports], *Rossijskaja gazeta* [The Russian newspaper], № 4715
- Vallerstajn I., 1996. *Rossija i kapitalisticheskaja mir-jekonomika 1500–2010* [Russia and the capitalist world-economy 1500–2010], Svobodnaja mysl' [Free Thought], № 5, pp. 30–42.
- Wallerstein I., 2007. *The modern world-system I: capitalist agriculture and the origins of the European world-economy in the sixteenth century*, Academic Press, N. Y.
- Zapadnye okrainy Rossijskoj imperii, 2007 [Western outskirts of the Russian Empire], *Novoe literaturnoe obozrenie* [New Literary Review].

Надійшла до редколегії 15.05.2013

УДК 32.019.51: 621.397.13 :316.61-057.87

В. Кедик

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

МЕДІА-ВПЛИВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ НА ПРОЦЕС ПОЛІТИЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: ТЕОРЕТИКО-ІНТЕГРАТИВНИЙ АСПЕКТ

Здійснено аналіз та синтез актуальних наукових підходів щодо впливу телетехнології на глядачів в контексті медіа-впливу телебачення на політичну соціалізацію української студентської молоді. Запропоновано інтегративний підхід до дослідження окресленої наукової проблеми. Сформульовано критерії ефективності впливу телебачення в процесі формування політичної компетентності вітчизняного студентства.

Ключові слова: телебачення, комунікація, медіа-вплив, політична соціалізація, студентська молодь.

У сучасних умовах інформатизації суспільних процесів телебаченню належить провідна роль в масовому комунікуванні, що детермінується важливістю екранного засобу комунікації у процесі формування інформаційного простору на локальному, регіональному, державному та міждержавному рівнях. У глобальному контексті телебачення виступає провідним електронним мас-медіа, яке забезпечує реценцію інформації про суспільну дійсність для більшості категорій громадян,

засобом інформаційної релаксації та інфотейнменту.

Актуальність дослідження зумовлена значимістю медіа-впливу телебачення на інтраіндивідуальному рівні як електронного мезочинника політичної соціалізації студентської молоді.

Базову теоретичну основу дослідження складають академічні напрацювання за наступними науковими підходами: загальнотеоретичне дослідження масової комунікації в контексті дії медіа-впливів: Д. Мак-

Квейл (Mak-Kvejl 2010) [7], В. Недбай (Nedbaj 2008) [9], Г. Почепцов (Pochepcov 2012) [11]; винайдення і становлення телекомунікацій: Є. Карабанов (Ukrainian TV: Yesterday, Today, Tomorrow) [15], І. Машенко (Television, 2006) [13]; історіографічне висвітлення розвитку телебачення: Ю. Усенко (Usenko 2007) [16]; комунікативний вплив телебачення як механізму соціальної інтеграції: Л. Карпова (Karpova 2008) [4]; вплив телебачення в якості транслятора смислів: Р. Шульга (Shul'ga 2012) [18]; багатофункціональний фактор маніпулятивного впливу телебачення: О. Русина (Rusina 2006) [12], О. Петров (Petrov 2007) [10]; чинник телебачення як провідна запорука формування національної ідентичності: В. Зливков (Zlivkov 2004) [3], І. Костюк (Kostjuk, Karpun' 2010) [5]; фактор телебачення у становлення медіа-культури: О. Боришполець, Л. Найдюнов, Г. Мироненко (Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method) [8], інтерактивність як новітня характеристика телебачення: О. Хоменок (Homenok 2010) [17].

Мета статті полягає у аналізі та синтезі сигніфікаційних аспектів наукових підходів щодо впливу телебачення для з'ясування інтегративного потенціалу політичного складника медіа-впливу телебачення на процес політичної соціалізації вітчизняної студентської молоді.

Основні завдання дослідження реалізуються через почерговий аналіз загальнотеоретичних наукових підходів вчених-медіааналітиків на предмет впливу телебачення, репрезентованих в актуальних дослідженнях та наукових публікаціях, які розглядаються.

В даному дослідженні ми керуємося суб'єкт-суб'єктивним підходом до вивчення політичної соціалізації вітчизняної студентської молоді в контексті дії медіа-впливів, який на відміну від суб'єкт-об'єктивного підходу підкреслює рівноцінну роль в комунікативному акті транслятора і реципієнта інформаційних повідомлень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява електронних засобів зв'язку, наймасовіший з яких – телебачення, знаменувала якісно новий етап розвитку масової комунікації (Usenko 2007, р. 36) [16, с. 36]. Д. Мак-Квейл вважає, що термін «масовий» позначає великий обсяг чи значну кількість, тоді як «комунікація» – це передавання та прийняття повідомлень (Mak-Kvejl 2010, р. 36) [7, с. 36]. Відповідно, масова комунікація стає можливою завдяки трансляції інформаційних повідомлень на великі відстані різномірними аудиторіям комунікатив. Мак-Квейл виділяє наступні рівні комунікативного процесу: внутріособистісний (переробка інформації), міжособистісний (між двома особами), внутрігруповий (у сім'ї), міжгруповий (у місцевій общині), інституційний (у політичній системі або на підприємстві), загальносуспільний (масова комунікація). Науковець констатує, що масову комунікацію варто розглядати як один з кількох загальносуспільних процесів комунікації, який перебуває на верхівці піраміди розподілу комунікативних процесів (Mak-Kvejl 2010, р. 19) [7, с. 19].

Український дослідник інформаційних комунікацій В. Горовий зосереджується на інформаційно-технологічному підході до розуміння масової комунікації та визначає масову комунікацію процесом повідомлення інформації з допомогою технічних засобів – засобів масової комунікації чисельно значним, розосередженим аудиторіям. В інформаційних комунікаціях об'єктом передачі є інформація. Політична комунікація розглядається в даному контексті як передача змісту, значущого для функціонування політичної системи, яка реалізується через діяльність суспільно-політичних організацій, прямі політичні контакти, особливі комунікативні ситуації або дії, аналіз ефективності функціонування різновидів політичної комунікації через різні форми вивчення реагування на комунікативний процес об'єкта його впливу, засоби масової комунікації

(Gorovij 2010, р. 45-47) [1, с. 45-47].

На думку В. Недбая, можна виокремити принаймні три наукових напрямки, згідно з якими політична комунікація – це форма здійснення комунікації масової. Зокрема, згідно з напрямком, представленим У. Ліппманом, ЗМІ мають нічим не обмежену здатність впливати на громадську думку та маніпулювати нею. П. Лазарсфельд, Б. Барельсон, Х. Годе взявши за методологічну основу теорію партійної підтримки, вивчали рівень ефективності масової комунікації залежно від складу аудиторії та її партійної ідентичності. Представники третього напрямку Д. Батлер, Д. Стоукс, Д. Каванах зосередилися на методах інформаційного впливу на виборців, використанні інформаційних ресурсів і технологій для зміни пріоритетів громадської думки, комунікативних стратегіях ЗМІ, а також динаміці інформаційного середовища (Nedbaj 2008, р. 227-228) [9, с. 227-228].

Доповнюючи теоретичне розуміння масової комунікації, Г. Почепцов пропонує визначення «медіакомунікації» як тип соціальної взаємодії людей за допомогою мас-медіа (Pochepcov 2012, р. 10) [11, с. 10]. Дозволимо собі не погодитись з дослідниками, які називають характерними ознаками медіакомунікації інституційний характер джерел інформації і відтермінованість зворотного зв'язку між джерелом інформування та аудиторією (Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method) [8, с. 94]. Будучи прийнятими для традиційних ЗМІ, дані характеристики не властиві новим мас-медіа. Натомість універсальними для різних ЗМІ видаються функції медіакомунікації: здійснення політичного впливу, підтримка соціальної згуртованості, інформування, просвіта і розважання аудиторії (Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method) [8, с. 94].

Термін «телебачення» виник на рубежі XIX та XX століть. У грудні 1899 року на Першому Всеросійському електротехнічному з'їзді у Петербурзі з доповіддю «Телеграфування без дротів» виступив О. Попов – один з винахідників радіо. Доповідь під назвою «Сучасний стан питання про електробачення на відстань (телевізування)» зробив К. Перський. Наприкінці 1900 р. останній повторив свою доопрацьовану доповідь на міжнародному конгресі у Парижі, в якій замість двох раніше використовуваних ним понять «електробачення» і «телевізування» запропонував термін «телебачення» (television), який й увійшов у міжнародний вжиток (Usenko 2007, р. 36-37) [16, с. 36-37]. Телебачення (від лат. tele – далеко та visio – бачу) – вид електронних ЗМІ; творчо-технологічна система, яка діє в інтересах населення. Одержувачем інформації виступає розділена простором або часом (чи одночасно тим та іншим) масова аудиторія (Television, 2006, р. 413) [13, с. 413]. Телебаченню належить важлива роль у суспільстві через здатність сприяти загальноосвітньому розвитку людської особистості, формуванню національної свідомості, росту політичної активності громадян (Ukrainian TV: Yesterday, Today, Tomorrow) [15, с. 460-461].

Керуючись структурно-функціональним підходом до з'ясування загальних особливостей комунікативного впливу телебачення, можна виокремити наступні характеристики-індикатори означеного інституту: можливість опосередкованого звернення до телевізійної аудиторії через засоби доставки інформації; здатність швидко поширювати інформацію, аж до передавання повідомлень, показу подій у момент їх звершення; визначена заздалегідь обумовлена періодичність, систематичність розповсюдження повідомлень; універсальність масової інформації (Television, 2006) [13, с. 413].

Використання медіа, зокрема телебачення – це комунікативна дія, яка має конкретні функції та

об'єктивні наслідки для індивідів. Поведінковий акт, зокрема в інформаційній сфері, здійснюється за схемою спіралеподібного циклу, що складається з ряду ланок, які змінюють одна одну: обмін інформацією – один з атрибутів збереження рівноваги в системі «людина – середовище»; критеріями рівноваги є форми обміну інформацією між людиною та соціальним середовищем; відхилення від констант рівноваги свідчить про порушення внаслідок дії на людину як внутрішніх, так і зовнішніх факторів; суб'єктивно дані сигнали сприймаються людиною у формі відчуттів та уявлень, які свідчать про вплив зовнішніх факторів; відбувається формування відповідної інформаційної потреби для відновлення рівноваги в системі «людина – середовище»; мотивація, формування мети, прийняття рішення і подання команди до дії; задоволення інформаційної потреби; завершення циклу, яке супроводжується поверненням до початкової активності мотиваційних центрів; тимчасовий спокій; початок нового витка спіралі, адже задовольнивши одну інформаційну потребу, людина одразу розпочинає задовольняти іншу, або задовольняє їх паралельно (Lukashevich 1998, p. 51-53) [6, с. 51–53].

Д. Мак-Квейл твердить про обмежений вплив мас-медіа на політичну соціалізацію індивіда, втім вважає, що будь-який медійний вплив взаємодіє з іншими впливами соціального походження, а медійна соціалізація молоді повинна бути сприйнятою двоюко: з одного боку мас-медіа можуть підсилити і підтримати інших агентів соціалізації, проте з іншого, становлять потенційну загрозу цінностям, які встановили батьки, викладачі та решта агентів соціального контролю (Мак-Квейл 2010, р. 453) [7, с. 453]. На нашу думку, доцільним є підхід науковців, які вказують на наявність згаданого антагонізму медіа-впливу на студентську особистість, зазначаючи, що перетворившись на один з основних чинників соціалізації молодого покоління, мас-медіа стимулюють прогрес освіти та культури, здійснюючи водночас протилежний вплив, проте не схильні мінімізувати значимість медіа-впливу на мотиваційно-поведінкову сферу політичної соціалізації студентської молоді чи абсолютизувати значення медіа-впливів (Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method) [8; с. 2].

При оцінюванні потенціалу впливу телебачення на процес політичної соціалізації вітчизняного студентства варто враховувати фактор провідних суперечностей студентського періоду. Серед даних протиріч дослідники виділяють:

- соціально-психологічні суперечності (між інтенсивним фізичним, інтелектуальним розвитком та лімітом часу, а також економічними можливостями; між результатами діяльності, зумовленими індивідуальними особливостями і міжособистісними стосунками; суперечності і непорозуміння в системі «викладач-студент»; адаптаційні суперечності).
- суперечності між прагненням до самостійності у виборі знань, способів їх набуття і жорсткими методами підготовки спеціалістів певного профілю.
- суперечності між великою кількістю інформації, що надходить різними каналами, і обмеженим часом для її осмислення (Toba 2006, p. 74) [14, с. 74].

До провідних чинників політичної соціалізації студентства окрім медіа-впливів належать середовище вищого навчального закладу, зміст навчальних предметів, методи навчання, громадські організації, церква, родинне та соціальне середовища, які комплексно впливають на молодшу людину. І. Костюк, наголошує на важливості формування медіа-культури студентської молоді завдяки системному впливу чинників соціалізації, виділяючи при цьому домінуючий вплив суб'єктивного чинника, репрезентованого особистістю викладача вищого навчального закладу. Студенти одержують з різних джерел різноманітну інформацію. Проте не всі

з них здатні до успішної переробки інформації, що своєю чергою перешкоджає виробленню належного ставлення до фактів і явищ суспільного життя. Сучасний викладач не тільки генератор і передавач знань, а й активний організатор пізнавальної діяльності студентів, спрямованої на засвоєння знань, формування національно-громадянського світогляду (Kostjuk, Karpun' 2010, p. 26) [5, с. 26].

Управління процесом інтелектуального розвитку студентів може здійснюватись по-різному: у вигляді регуляції процесу з метою адаптації до нових умов, наприклад, першокурсника або ж як цілеспрямованого формування нових якостей – самостійності, практичності мислення тощо (Kostjuk, Karpun' 2010, p. 27) [5, с. 27].

В. Зливков виділяє значну роль вітчизняного телебачення у становленні національної ідентичності, оскільки електронні ЗМІ не тільки формують політичний світогляд, а й безпосередньо впливають на прийняття політичних рішень (Zlivkov 2004, p. 78) [3, с. 78]. За умов виникнення нових пріоритетів виховання студентської молоді, серед яких підготовка свідомої інтелігенції, оновлення і збагачення інтелектуального генофонду нації; вироблення чіткої громадянської позиції; створення умов для розвитку загальної культури студентства; спонукання студентів до активної протидії аморальності, правопорушенням, антигромадській діяльності, телебачення повинно сприяти загальній меті національно-громадянського виховання студентської молоді (Kostjuk, Karpun' 2010) [5]. Водночас ряд вітчизняних науковців переконані у наявності слабкої присутності державних цінностей, ідей національної єдності, патріотизму в українському телевізійному дискурсі (Civic culture of students; Karpova 2008; Ukrainian TV: Yesterday, Today, Tomorrow) [2; 4; 15].

Поширюючи телевізійні програми в масштабі регіону чи цілої країни, телебачення стало інструментом інтеграції, об'єднання людей на основі певних норм та цінностей. Телебачення як комунікативний засіб володіє здатністю до взаємодії сприяючи одномоментному об'єднанню найрізноманітніших, територіально розділених аудиторій, їх інтеграції (Karpova 2008, p. 24–26) [4, с. 24–26]. Завдяки сучасним телекомунікаціям великі, різні аудиторії глядачів отримують однакові політичні інформаційні меседжі, що об'єднують громадян довкола певного політичного порядку денного.

Особливість телебачення як транслятора смислів – це відсутність апріорного включення джерела і змісту трансльованого повідомлення в контекст життєдіяльності аудиторії, тобто відсутність автоматичної установки на цей зміст як на щось значне або корисне. Сприйняття реципієнтом трансльованих смислів як можливих чи дієвих орієнтирів у власній життєдіяльності можливе лише в разі наявності довіри до комуніканта, і не просто до телебачення як такого, а до конкретного джерела інформації (Shul'ga 2012, p. 93) [18, с. 93]. Високий рівень сприйняття медійного контенту – значеннєве сприймання, у ході якого знаки, що містяться в ньому, набувають суб'єктивного значення для реципієнта і сприймаються ним у певному значеннєвому зв'язку, що створює судження, умовиводи і відповідний контекст. У процесі інтерпретації отримана через телебачення інформація, пройшовши процеси сприймання медійного змісту й адекватного його розуміння, перетворюється на знання. Через інтерпретацію оптимізуються процеси рецепції інформації та пізнання аудиторією ідеальної реальності, її співвіднесення з реальною дійсністю (Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method) [8, с. 80].

Телетрансляція таким чином завжди зумовлена двома процесами – процесом впливу та процесом сприйняття (Shul'ga 2012, p. 97) [18, с. 97]. Виходячи з даного підходу, рівень засвоєння студентом політичної інформації підвищується зі зростанням довіри до

певного телеканалу, який транслює, наприклад, випуск новин чи політичне ток-шоу. Навіть правдива інформація вірогідно буде сприйнята реципієнтом як така, що не відповідає дійсності за умов, якщо її транслює канал, який користується незначною довірою молодіжного глядача.

Передумова ефективному здійсненні функції смислотрансляції телебачення – внутрішня готовність глядача до сприйняття й осмислення пропонованих з екрана смислів. Тобто суб'єкт сприйняття повинен перебувати в активному пошуку смислів, особливо тих, які можуть лягти в основу його поглядів (Shul'ga 2012, p. 95) [18, с. 95]. Втім така готовність потребує певного рівня мотивацій, які, змушені констатувати, не завжди присутні в середовищі студентської молоді коли йдеться про сприйняття політичної інформації. Студентство радше орієнтується на поверхневі політичні смисли та не схильне до різносторонньої політичної рефлексії.

Комунікативний вплив телебачення розкривається через двосторонню взаємодію комунікаторів, тому інтерпретація телевізійного змісту глядачем – складова комунікативного акту. На нашу думку, можливими є кілька варіантів декодування телевізійного послання студентською молоддю від повного співпадіння змісту політичного контенту пропонованого телеканалом із його сприйняттям глядачем до фракційної рецепції змісту чи цілісної індивідуальної інтерпретації отриманої інформації та формування протилежних, а іноді – алогічних висновків. Варіант інтерпретації залежить від рівня інформаційної мотивації студента, його політичних знань та цінностей, соціального оточення під час сприйняття інформації, довіри до джерела трансляції повідомлення, суб'єктивних медіа-установок та політичних стереотипів.

При цьому можуть зіставлятися різні фрагменти та образи відбитої дійсності з відображуваними реальними явищами і процесами: молодіжний глядач свідомо і підсвідомо прагне виявити ступінь істинності, міру реалізму інформації, яка сприймається. Крім маніпулятивних механізмів, які цьому заважають, варто враховувати також технологічні особливості сучасного українського телебачення. Зокрема, мова телебачення вирізняється певною мозаїчністю, навколишня дійсність подається переважно у вигляді коротких за тривалістю, різних за змістом найчастіше не пов'язаних між собою логічними або темпоральними зв'язками фрагментів, що відбивають різноманітні явища. Даний процес є фактором зниження критичності сприйняття телепоказу, зменшенню здатності молодіжної аудиторії до аналізу і верифікації отримуваної інформації. На відміну від письмових текстів телевізійний зміст важче піддається аналізу та інформаційній верифікації. Безупинний потік миттєвих, яскравих, емоційно насичених аудіовізуальних образів набагато складніше осмислити, ніж газетні чи журнальні публікації, до яких можна звернутися повторно (Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method) [8, с. 81–82]. Проте телебачення – сильніший засіб впливу на індивіда, ніж друковані видання завдяки візуальності, яка створює ефект реальної ситуації.

Науковці виділяють відмінності між масовокомунікативним навіюванням та маніпулюванням. Масовокомунікативне навіювання (масова сугестія) – це психічний вплив комуніканта на молодіжну аудиторію сприйняття телевізійного медіа-контенту у вигляді прохання, переконування, демонстрування тощо, метою якого є поширення масових настроїв. Масове навіювання також пов'язане з актуалізацією, переданням чи зміною політичних установок, ціннісних орієнтацій, норм у студентському середовищі. Ефективність навіювання визначається ступенем або несвідомого наслідування, або рефлексії та політичної саморегуляції. Особливо важливими для навіювання є темп, ритм, повторюваність

слів, візуальних образів, жестів та рухів. Навіювання часто сприяє здійсненню маніпуляцій. Масовокомунікативна маніпуляція – це прихований вербальний, зображальний, жестово-руховий вплив на молодіжну аудиторію студентства. Масова маніпуляція також пов'язана з прихованою для реципієнта інформації актуалізацією чи зміною його установок, ціннісних орієнтацій або вчинків. Ефективність маніпуляції визначається ступенем або несвідомого наслідування, або рефлексії й саморегуляції на основі оманливих уявлень про причини й наслідки того, що відбувається (Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method) [8, с. 52–53].

Керуючись символічним підходом О. Русина вважає міфотворчу функцію телебачення домінантною. Науковець пропонує термін «міфологізована масова свідомість» – домінування в масовій свідомості міфологічного рівня віддзеркалення світу. Проте міфологізація масової свідомості може бути амбівалентним явищем перетворюючи масову свідомість в об'єкт маніпулювання, визнаючи межі маніпулювання, водночас наділяючи масову свідомість якістю вибіркової до спрямованої стосовно неї дії ЗМІ (Rusina 2006, p. 35) [12, с. 35]. Телебачення здатне створювати міфологізовану реальність завдяки таким особливостям: мозаїчність зображення сприйняття якого вимагає від телеглядача зусиль стосовно структурної організації незалежно від змісту телепередачі; крупний план не дозволяє телеглядачу розуміти лінійно-перспективне сприйняття і вписує його у зворотню перспективу; мозаїчність форми того, що відбувається на телеекрані зумовлює швидкоплинну дію, один фрагмент телевізійного повідомлення припускає швидку появу наступного фрагменту; правилом телебачення є показ події, яка заслуговує на увагу з кінця, а не в порядку реальної тимчасової послідовності (Rusina 2006, p. 37) [12, с. 37].

В силу відсутності чітких політичних орієнтацій, мінливості політичних цінностей та уподобань студентська молодь виявляє сприйнятливості до негативного впливу маніпулятивних телевізійних технологій. Протистояти маніпулюванню може політична рефлексія, яка є результатом критичного аналізу інформаційного повідомлення, за потреби – всупереч закодованому телевиробником смислу та виявляється адекватною стороною політичної реальності, а не фактором вже суб'єктивної містифікації політичної інформації.

Г. Почепцов вважає, що сучасне телебачення та Інтернет повертають людей у «нечитабельний стан». Молодь стала менше читати, оскільки новітні технології працюють на об'єднання інформації насамперед у просторі, а не часі (бібліотеки, архіви) (Pochepcov 2012, p. 120 - 121) [11, с. 120 - 121]. Окремі науковці застосовують дихотомічну типологію студентської молоді за критерієм домінування медіа-каналу отримання інформації, твердячи, що серед студентів можна прослідкувати поділ на дві групи: тих, хто в основному дивиться телебачення, тобто отримує готові образи і готові уявлення; і тих, хто, користуючись комп'ютером, здатен відбирати й обробляти інформацію (Civic culture of students) [2, с. 337]. Чимало студентів орієнтовані на пасивне отримання інформації, не надаючи при цьому значення джерелам інформації, ризикуючи стати об'єктом маніпулювання. Тому для багатьох студентів важливим є розвиток відеосприймання та критичного мислення у сфері медіа. Перша характеристика виявляється як когнітивна аналітично-синтетична здатність до фіксації та аналізу матеріалу телебачення, необхідних для формування індивідуального ставлення до сприйнятої політичної інформації. Друга полягає у особистому поетапному аналізу повідомлення, моніторингу інформаційного простору, унезалеженню мислення від політичних стереотипів та як наслідок – формування

власної позиції щодо медіа-меседжів.

Нові можливості для реалізації впливу телебачення на політичну соціалізацію студентської молоді надає інтерактивне телебачення. Розглядаємо інтерактивність як інструмент розширення інформаційної свободи молодіжного глядача. Для сучасних споживачів інформаційного контенту властива не тільки більша активність до пропонованого ЗМІ продукту, вони виступають активним началом, самостійно долучаючись до процесу створення і поширення інформаційного контенту (Номенко 2010, р. 532) [17, с. 532].

Розвиток комп'ютерних технологій та конвергенція ЗМІ сприяють зміні базових принципів функціонування сучасного телебачення, яке стає дедалі наближеним до телеглядачів, аж до врахування в режимі реального часу потреб комунікатів. Технологічний аспект зосереджується на поясненні природи інтерактивного телебачення, як новітньої модифікації супутникової та кабельної телетехнологій. Поєднуючи сучасні телевізійні технології з можливостями Інтернету, інтерактивне телебачення надає користувачам досить широкі можливості: селекції перегляду телепередач з обширної відеотеки (частота оновлення та об'єм відеотеки не обмежені і визначаються тільки бажанням абонента); перегляду телепрограм центрального, кабельного або супутникового ТВ не за розкладом, а в зручний для абонента час (при цьому передбачається ліквідація реклами); гри в індивідуальні та мережеві ігри; спілкування за допомогою телеекрану з телефонними співрозмовниками абонента; отримання швидкісного доступу до мережі Інтернет безпосередньо на телеекрані тощо (What is Interactive TV) [19].

Втім, інтерактивність не є запорукою мінімізації маніпулятивного медіа-впливу. Досліджуючи маніпулятивний потенціал телевізійної інтерактивності, О. Петров, зокрема, віднаходить його вираження в інтерактивних опитуваннях під час політичних ток-шоу. Він досягає висновку, що інтерактивні телевізійні опитування є специфічною технологією, оскільки навіть попри повідомлення журналістів в телеєфірі, що дані опитування не репрезентативні, для більшості телеглядачів інтерактивні опитування набувають статусу соціологічних досліджень і таким чином можуть бути способом для маніпулювання громадською думкою (Petrov 2007, р. 41-43) [10, с. 41-43].

Інтерактивне телебачення наділене значно потужнішим селективним потенціалом, ніж традиційне телебачення. На нашу думку, фактор зростання інформаційного вибору та інформаційної свободи справить позитивний вплив на політичну соціалізацію студентства за умов поєднання зусиль середовища вищого навчального закладу та сім'ї в процесі політичної освіти студента. Значно сприятиме зростанню інформаційної культури і можливість перегляду випусків теленовін та політичних передач у зручний для глядача час, що зі зростанням рівня інформаційної культури та медіа-грамотності здатне нейтралізувати згубний вплив компульсивної навігації по телеканалах.

Висновки. Телебачення володіє інтегративним потенціалом медіа-впливу на політичну соціалізацію вітчизняного студентського молодіжного глядача завдяки здатності до встановлення соціальної інтеграції, політичній смислотрансляції, медіа-навіюванню та медіа-маніпулюванню, формуванню національної ідентичності і медіа-культури, розширенню інформаційної свободи комуніката завдяки новітній характеристиці інтерактивності сучасної телетехнології. Проведений нами аналіз та синтез сигніфікаційних аспектів наукових підходів в соціо-гуманітарному дискурсі щодо впливу екранного мас-медіа дозволив з'ясувати, що роль чинника медіа-впливу телебачення на політичну соціалізацію української студентської молоді коливається від абсолютизації даного впливу до його мінімізації та залежить від кількох груп факторів:

інтенсивності дії інших агентів соціального контролю, передусім сім'ї, найближчого соціального оточення, середовища вищого навчального закладу та викладачів, громадських організацій, друкованих та інтернет-медіа тощо; загальних медіа-установок індивіда та медіа-мотивацій; довіри до джерела трансляції повідомлення; візуальної та політичної культури. Водночас виділяємо провідним чинником зростання ролі телебачення в процесі політичної соціалізації студентської молоді наявність вираженої суб'єктивної мотивації до реалізації політичної освіти через телетехнологію, що знаходить практичне вираження у цілеспрямованому перегляді випусків новин, політичних телепередач та політичних ток-шоу і протиставляється компульсивній навігації по телеканалах зі сприйняттям поверхневих політичних смислів.

Бібліографічні посилання

1. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий. – К., 2010. – 360с.
2. Громадянська культура студентської молоді: навч. посіб. / О. Кафарська, І. Припхан, Л. Стручкова-Гуменна. – Івано-Франківськ, 2010. – 479 с.
3. Злишков В. Українське телебачення і криза національної ідентичності / В. Злишков // Соціальна психологія. – 2004. – №4. – С.71-80.
4. Карпова Л. Особливості комунікативного впливу телебачення: інтегративний аспект / Л. Карпова // Вісник книжкової палати. – 2008. – №7. – С.23–26.
5. Костюк І. Національно-громадянське виховання студентської молоді: навч.посіб / І. Костюк, І. Карпунь – Львів, 2010. – 265с.
6. Лукашевич М. Соціалізація. Виховні механізми і технології / М. Лукашевич. – К., 1998. –110с.
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл; пер. з англ. – Львів, 2010. –537с.
8. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навч.-метод. посіб. / О. Барішполець, Л. Найдьонов, Г. Мироненко – К.,2010. – 440с.
9. Недбай В. Основні концептуальні підходи до дослідження процесу політичної комунікації / В. Недбай // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2008. – Вип. 12. – С. 225–232.
10. Петров О. Інтерактивні опитування як засіб маніпулювання громадською думкою / О. Петров // Соціальна психологія. – 2007. – №2. – С.41–47.
11. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. – К.,2012. – 464с.
12. Русина О. Телебачення як міфотворчість / О. Русина // Видання Київського національного університету імені Т. Шевченка. Серія Філософія. Політологія. – 2006. – №76–79. – С. 34–37.
13. Телебачення // Енциклопедія електронних мас-медіа: у 2 т. – Запоріжжя, 2006. – 512 с. – С. 413.
14. Тоба М. Мотиви нормативної поведінки студентів / М. Тоба // Соціальна психологія. – 2006. – №5. – С. 70–80.
15. Українське телебачення: вчора, сьогодні,завтра / ред. Є. Карабанова. – К., 2006. – 647с.
16. Усенко Ю. Інформаційний аспект телекомунікації (історіографія проблеми) / Ю. Усенко // Вісник книжкової палати. – 2007. – №9. – С. 36–38.
17. Хоменок О. Інтерактивність користувачів нових медіа: возможности и угрозы / О. Хоменок // Світові стандарти сучасної журналістики: збірник наукових праць. – Черкаси, 2010. – С. 532–536.
18. Шульга Р. Можливості реалізації смислового послання телепродукту / Р. Шульга // Соціологія:теорія, методи, маркетинг. – 2012. – №3. – С.77–98.
19. Що таке інтерактивне телебачення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://answers.in.ua/shho-take-interaktivne-telebachennja/>

Кедык В. Медиа-влияние телевидения на процесс политической социализации украинской студенческой молодежи: теоретико-интегративный аспект

Осуществлен анализ и синтез актуальных научных подходов относительно влияния телетехнологии на зрителей в контексте медиа-влияния телевидения на политическую социализацию украинской студенческой молодежи. Предложен интегративный подход к исследованию обозначенной научной проблемы. Сформулированы критерии эффективности влияния телевидения на процесс формирования политической компетентности отечественного студенчества.

Ключевые слова: телевидение, коммуникация, медиа-влияние, политическая социализация, студенческая молодежь.

Kedyk V. Television's media influence on the process of political socialization of ukrainian student youth: the theoretical-integrative aspect

The analysis and synthesis of relevant scientific approaches concerning the teletechnology's impact on viewers in the media-influence of television on political socialization of Ukrainian student youth context are implemented. The integrative approach to the study of indicated scientific problem is proposed. The criteria of efficiency of television's influence on domestic students political competence formation are formulated.

Keywords: television, communication, media influence, political socialization, student youth.

References

- Gorovij V., 2010. *Social'ni informacijni komunikacii, ih napovnennja i resurs* [Social data communications, their content and resources], K.
- Gromadjans'ka kul'tura students'koj molodi: navch. posib. [Civic culture of students], 2010, Ivano-Frankivsk.
- Homenok O., 2010. 'Interaktivnost' pol'zovatelej novyh media: vozmozhnosti i ugrozy' [Interactivity users of new media: opportunities and threats], *Svitovi standarti suchasnoj zhurnalistiki: zbirnik naukovih prac* [World standards of modern journalism: a collection of research papers], Cherkasi, pp. 532–536.
- Karpova L., 2008. *Osoblivosti komunikativnogo vplivu telebachennja: integrativnij aspekt* [Features of the communicative impact of television: an integrative aspect], *Visnik knizhkovoi palati* [Herald Book Chamber], №7, pp. 23–26.
- Kostjuk I., Karpun' I., 2010. *Nacional'no-gromadjans'ke viovannja students'koj molodi: navch. posib.* [National-civic education students], L'viv.
- Lukashevich M., 1998. *Socializacija. Viovni mehanizmi i*

tehnologii [Socialization. Educational tools and technologies], K.

Mak-Kvejl D., 2010. *Teorija masovoi komunikacii* [The theory of mass communication], L'viv.

Mediakul'tura osobistosti: social'no-psihologichnij pidhid: navch-metod posib. [Media culture of personality: the socio-psychological approach: educational allowance method], 2010, K.

Nedbaj V., 2008. 'Osnovni konceptual'ni pidhodi do doslidzhennja procesu politichnoi komunikacii' [The main conceptual approaches to the study of the process of political communication Modern Ukrainian politics], *Suchasna ukrains'ka politika. Politiki i politologi pro neї* [Politicians and political scientists about it], Vip. 12, pp. 225–232, K.

Petrov O., 2007. 'Interaktivni opituvannja jak zasib manipuljuvannja gromads'koju dumkoju' [Interactive poll as a method of manipulating public opinion], *Social'na psihologija* [Social psychology], №2, pp. 41–47.

Pochepcov G., 2012. *Vid Facebook'u i glamuru do Wikileaks: mediakomunikacii* [From Facebook'u and glamor to Wikileaks: media communications], K.

Rusina O., 2006. *Telebachennja jak mifotvorchist* [Television as a myth], *Vidannja Kiivs'kogo nacional'nogo universitetu imeni T.Shevchenka. Serija Filosofija. Politologija* [Edition of the Kiev National University named after Taras Shevchenko. Philosophy series. Political], № 76–79, pp. 34–37.

Shho take interaktivne telebachennja [What is Interactive TV], viewed: <http://answers.in.ua/shho-take-interaktivne-telebachennja/>

Shul'ga R., 2012. 'Mozhlivosti realizacii smislovogo poslannja teleproduktu' [The feasibility of the semantic message of TV product], *Sociologija: teorija, metodi, marketing* [Sociology: Theory, Methods, Marketing], №3, pp. 77–98.

Telebachennja [Television], 2006, *Enciklopedija elektronnih mas-media: u 2 t.* [Encyclopedia of electronic media: in 2 volumes], Zaporizhzhja.

Toba M., 2006. 'Motivi normativnoi povedinki studentiv' [Motives normative behavior of students], *Social'na psihologija* [Social psychology], №5, pp. 70–80.

Ukrains'ke telebachennja: vchora, s'ogodni, zavtra [Ukrainian TV: Yesterday, Today, Tomorrow], 2006, K.

Usenko Ju., 2007. 'Informacijnij aspekt telekomunikacii (istoriografija problemi)' [Information aspect of telecommunications (historiography of the problem)], *Visnik knizhkovoi palati* [Herald Book Chamber], №9, pp. 36–38.

Zlivkov V., 2004. 'Ukrains'ke telebachennja i kriza nacional'noi identichnosti' [Ukrainian television and the crisis of national identity], *Social'na psihologija* [Social psychology], №4, pp. 71–80.

Надійшла до редколегії 15.05.2013

УДК 323.21

Т. А. Кулакова

ПУБЛИЧНАЯ ПОЛИТИКА: ЦЕННОСТИ, ИНСТИТУТЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИХ СЕТЯХ

Повышения публичного характера современной российской политики требует прояснения характеристик сетевых взаимодействий акторов, влияющих на эффективность достижения результатов. К числу факторов, определяющих эффективность управления сетями, мы относим ценности и институты, лежащие в основе конструирования сетевых структур, которые могут быть индикаторами процесса выработки и реализации согласованных публичных программ и решений.

Ключевые слова: публичная политика, политические сети, политические программы, проектная деятельность в сетях, факторы эффективности сетевого взаимодействия публичных акторов.

М. Кастельс определял общество как пространство обменов и структурной трансформации за счет устойчивых потоков ресурсов, на которые «прицепляются» социальные акторы. Пространственная организация доминирующих элит, осуществляющих управленческие функции, может быть представлена как сеть институциональных субъектов государственного управления и их интересов, которая формируется в процессе принятия политических решений и реализации политических программ (Smorgunov 2012, p. 49) [1, с. 49].

Политические программы создаются как институты

распределения бюджетных и иных ресурсов обеспечения государственного управленческого механизма. «Политическая сеть – это комплекс относительно стабильных связей неиерархической или взаимозависимой природы, включающей множество различных акторов, обменивающихся ресурсами, осознавая, что кооперация облегчает достижение общих целей» (Borzel 1997, p. 1) [2, с. 1].

Управление политическими сетями становится системообразующим фактором, формируя «политический порядок, который мощно влияет на жизнь индивидов.