

УДК 621.397.743 (477)

НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І КОНСОЛІДАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА У СФЕРІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ МАС-МЕДІА

Субота Євген Володимирович

кандидат культурології, старший викладач кафедри телебачення

Харківська державна академія культур

м. Харків, Україна

Анотація. У статті проаналізовано основні проблеми функціонування засобів масової інформації як чинника формування *національної* ідентичності та консолідації українського суспільства. Установлено, що досягнення сталого *соціального й економічного* рівня сучасного українського суспільства залежить від політичної стабільності країни, *політичної* інформації, діяльності засобів масової інформації. З'ясовано вплив мас-медіа на стрімкий ріст освіченості суспільства, на формування концепції національної безпеки країни, їхній вплив на піднесення національної свідомості як умови розвитку національної ідентичності. Обґрунтовано необхідність створення в Україні новітніх технологій, інтегрованих у глобальну систему масових комунікацій. Доведено, що застосування високоефективних технологій маніпулювання людською свідомістю впливають на психологічно неврівноважених громадян і стають зручним знаряддям для розповсюдження певної інформації або різного роду маніпуляцій, водночас якщо споживач сучасного медіапростору контролює інформацію, засоби масової інформації у більшості випадків не можуть впливати на нього негативно. Установлено, що вміння узагальнювати різноманітні погляди на проблеми характеризується почуттям прихильності або *неприхильності* до будь-яких *форм пропаганди* та упередженості, сприяє підвищенню рівня *медіа-грамотності* реципієнтів, ролі мас-медіа у формуванні *національної* ідентичності та консолідації українського суспільства.

Ключові слова: масова комунікація, мас-медіа, консолідація, національна ідентичність, маніпуляція.

National Identity and Social Consolidation within Mass Media Operation

Abstract. The article analyzes the major problems of mass media operations as the factors of shaping the national identity and consolidation of Ukrainian society. It has been demonstrated that the mass media influence is the actual force shaping perception of national state security concept by society. The attainment of sustainable development of modern Ukrainian society depends on socioeconomic and political environment, political information where the role of mass media is important. The influence of the mass media on the rapid growth of education of the society, on the formation of the concept of national security of the country, their influence on raising the national consciousness as an Important Condition for the Development of National Identity has been investigated. The foundations for the necessity of introducing innovative technologies integrated into global mass communications have been presented as an Important Condition for the Development of National Identity. It has been stated and proved that technologically-supported manipulation techniques might make a negative impact on emotionally unstable people, and become a potentially dangerous tool for spreading disinformation and manipulating citizens and at the same time, if the consumer of modern media space has control over the information, the overwhelming influence of the media does not affect him negatively. Being a smart consumer of media means exposing yourself to a variety of points of view, so that you can become more adept at recognizing subtle and not subtle forms of propaganda and bias, contributes to raising the level of media literacy of recipients, the role of mass media plays in modern society, of shaping the national identity and consolidation of Ukrainian society.

Keywords: mass communications, mass media, consolidation, national identity, manipulation.

Значущість проблеми ідентичності та консолідації суспільства посилюється тотальним переосмисленням індивідуальних цінностей, зміною світоглядних і ціннісних орієнтацій сучасної людини на здоровий *спосіб життя*. За таких умов назріла нагальна потреба у формуванні освіченої, гармонійної особистості, здатної до усвідомлення та вдосконалення ціннісних орієнтирів, стосунків, особистісного розвитку, свого *суспільного* статусу і належності до певної соціальної групи, що й *визначило актуальність нашого* дослідження.

Вивченням масової комунікації, впливу мас-медіа на формування сучасної української ідентичності приділяли увагу в своїх наукових працях такі українські вчені як В. Андрущенко, Я. Грицак, О. Зарнецька, І. Зварич, Л. Климанська, Л. Ковач, В. Коляденко, Н. Кочан, В. Лизанчук, Л. Лойко, О. Майборода, Н. Макаренко, І. Мащенко, Л. Нагірна, М. Панчук, Н. Пашина, В. Різун, Н. Рябчук, Н. Ротар, В. Стадник, М. Шульга та інші. *Однак, незважаючи* на зростання дослідницького інтересу *наукової спільноти* до проблем консолідації суспільства, *питання* формування української *національної ідентичності* залишається відкритим, а також і для подальших наукових пошуків у цій сфері.

Поняття „ідентичність” визначається у словниках здебільш однаково, походить від латинського "identicus", що *означає* «той самий, тотожний, подібний» – еквівалентний, однозначний, рівнозначний [5, с. 151]. Дефініція «консолідація» (від лат. consolidatio – об'єдную, зрощую) – концентрація, об'єднання, інтеграція, збирання до купи [там само, с. 171]. *Зміст поняття* «національна ідентичність» обумовлено *різними* тлумаченнями самого *поняття* нації. Під поняттям «сучасна українська ідентичність» розуміється сукупність національно-культурних цінностей, понять, уявлень і традицій, а також комплекс громадсько-політичних, морально-психологічних, релігійних і мовних переконань. Вони мотивують поведінку громадян, спонукають їх до вчинків, пов'язаних із підтримкою дій державних інституцій у цій сфері.

Г. Палій вважає, що «проблема дослідження сучасної української ідентичності передбачає розуміння специфіки не тільки міжетнічних відносин, але й

відносин міждержавного рівня. Оформлена національна ідентичність тісно пов'язана із зовнішньополітичною самореалізацією держави, нації. Інакше кажучи, наявність власної національної ідентичності (що визнається як всередині самої держави, так і в країнах-сусідах) є неодмінним атрибутом «голосу» нації на геокультурному, геополітичному рівнях» [6, с. 100]. Автор розглядає проблеми української національної ідентичності в поєднанні з *проблемами національної безпеки* і української національної держави.

Тепер діяльність національних систем мас-медіа розглядається як складова формування концепції національної безпеки держави і не лише України. У переважній більшості розвинених країн реалізація тих чи інших внутрішньо- чи зовнішньополітичних завдань здійснюється через систему інформаційно-психологічних впливів на формування (або блокування) громадської думки через сприймання інформації особистостями. У сучасному соціумі мас-медіа інтегровані у глобальну систему масових комунікацій, що дає можливість добирати інформацію як для широкого загалу, так і для окремих суспільних груп чи персоналій. Відомий український *фахівець* у царині масових комунікацій В. Лизанчук зазначає: «...людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна 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].

Зазначимо, що засоби мас-медіа у будь-якому суспільстві *виконують* інформативні та комунікативні функції: 1) спостерігають за подіями, збирають факти та розповсюджують інформацію; 2) аналізують одержану інформацію, належним чином коментують її; 3) працюють на певну аудиторію (за віком, фахом чи місцем проживання); 4) спілкуються з одержувачами інформації, здійснюючи зворотній зв'язок через різні види комунікацій.

Такі функції систем мас-медіа інтенсифікуються із року в рік. Цьому сприяють новітні технології, стрімкий ріст освіченості суспільства, що дає можливість національним мас-медіа інтегруватися у глобальну систему масових

комунікацій і таким чином здійснювати цілодобовий інформаційний вплив на аудиторію. Застосування таких високоефективних технологій маніпулювання людською свідомістю впливають на психологічно неврівноважених громадян і стають зручним знаряддям для розповсюдження потрібної інформації або різного роду маніпуляцій.

Це породжує певні ризики для існування цілісності та суверенітету держави. *Особистість розглядається* в умовах певного соціуму й певної культури як ключові об'єкти формування національної безпеки будь-якої країни і України, зокрема. Протидіяти розшаруванню, сприяти консолідації суспільства на основі сучасної української ідентичності – одна із основних функцій діяльності мас-медіа.

Реалізація головних засад у духовній сфері є невід'ємною складовою концепції національної безпеки держави та пріоритетною для національних мас-медіа. Вони консолідують і розвивають соціум навколо етнокультурних та соціально-політичних засад, історично сформованих у суспільстві. Перш за все йдеться про обґрунтування існування української державності, приналежність до неї спільноти, формування позитивного іміджу держави України як у історичному аспекті, так і у сучасних реаліях, загальна відповідальність її громадян за долю Батьківщини у майбутньому. Ці критерії у соціальному, естетичному і психологічному плані відіграють об'єднуючу функцію, що сприяє формуванню загальносуспільного бачення шляхів розвитку держави.

На жаль, повинні констатувати, що до нині в Україні не сформована сучасна українська ідентичність. Протягом тривалого часу у нашому соціумі ще зберігається відсутність чітко сформованих і загально прийнятних загальнолюдських духовних цінностей, національних доктрин та консолідуючих ідей. Громадськість навіть не дійшла згоди щодо фундаментальних положень подальшого розвитку держави, як то ліберальний, консервативний, радикальний чи демократично-ліберальний. А відтак це породжує у нашому суспільстві політичну нестабільність, недовіру між партіями і громадянами, недовіру до держави, дефіцит порозуміння,

терпимості, оптимізму і солідарності, певні ризики щодо автономізації і втрати державності.

Соціологи протягом 90-х років визначали в Україні ціннісні пріоритети серед громадян – ринкова економіка, громадсько-політичні свободи, політичний суверенітет країни, національно-культурне відродження. Та вже на початку XXI століття соціологи зафіксували переорієнтацію соціуму, якого приваблює насамперед проблема досягнення високого рівня *добробуту*, а не спільна історична східнослов'янська спадщина, знання української культури і мови. Окремо виділяються уподобання молоді, яка не цікавиться рівнем моральності суспільства, екологічними проблемами, питаннями національної історії. Для будь-якої держави подібні результати соціологічних досліджень тривожні. Через них виникають логічні запитання до загальнодержавних мас-медіа: про що вони пишуть і які цінності пропагують?

Проблема не лише у національних мас-медіа. Об'єктивні чинники не сприяють консолідації суспільства. Йдеться перш за все про регіональні культурно-історичні відмінності, різне сприйняття і оцінку політичних процесів у країні, розрізненість національних елітних груп, незахищеність інформаційного простору України в умовах глобалізації світу.

Існуючий потенціал національних мас-медіа дає змогу говорити про їх невикористані можливості в подоланні згаданих негативних чинників у сфері формування сучасної української ідентичності. Сьогодні мас-медіа спроможні як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі формувати у споживачів інформації засади ідентичності соціуму. Об'єднуючими факторами, наприклад, можуть стати прийняті органами влади законодавчі акти, важливі суспільно-політичні події, зовнішні загрози, мистецькі акти і т. ін. Редакційна політика повинна бути зорієнтована на однозначне сприяння і оцінку вищезгаданої інформації усім соціумом незалежно від політичних, морально-естетичних, вікових і освітніх уподобань. Вона не повинна викликати якусь дискусію, полеміку чи непорозуміння, така інформація дає поштовх до єднання

і згуртованості. На таких усім зрозумілих засадах у суспільстві об'єднавчі процеси будуть виникати логічно.

Із становленням України як самостійної держави утворювалися і розвивалися і незалежні вітчизняні мас-медіа. Поряд із державними виникали приватні засоби масової інформації (ЗМІ). Утім, більшість з них стала належати не громадським об'єднанням чи журналістським колективам, а окремим політичним партіям чи фінансово-промисловим групам, кінцевим бенефіціантом яких є один власник. Отож, діяльність таких медіа спрямована не на об'єктивне висвітлення тих чи інших подій, а на відстоювання вузькопартійних інтересів чи обслуговування окремих бізнес-проектів. Часто поява нових та перерозподіл існуючих ЗМІ, особливо суспільно-політичного спрямування, мають на меті виконання завдань політичного характеру. Функція інформування зводиться до мінімуму, перетворюючись на пропагандистську [2, с. 161)]. З роками відбулася трансформація власності: на український ринок ЗМІ зайшов іноземний капітал. Чимало медіа перейшли частково або повністю громадянам інших держав.

Згідно із Законом України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» залишилося обмаль державних періодичних видань. Державне телебачення представлене лише суспільним телебаченням. Решта мовників у національному аудіовізуальному просторі та переважна більшість друкованих і електронних медіа належить приватному капіталу. Враховуючи ситуацію, яка склалася на південному сході України, наша країна стала об'єктом інтенсивного інформаційного впливу російських мас-медіа на жителів окупованих територій і здійснюється наполегливо, із застосуванням усіх можливих засобів пропаганди. І це дає результати. Особливо у молодіжному середовищі. Психологічно-емоційний механізм молодого покоління не сформований належним чином, його світогляд легко піддається впливові. Цим користуються організатори інформаційного тероризму на теренах України.

Здавалось би вітчизняні мас-медіа повинні ефективно протистояти такому впливові на споживачів інформації. Контрпропаганда, яка є складовою

загальнодержавного процесу формування сучасної української ідентичності, на жаль, не стала дієвим інструментом саме у приватних медіа. Оскільки їх власники мають різні політичні орієнтири, то і підконтрольні їм медіа проводять відповідну редакційну політику, яка іноді не сприймається суспільством.

Загалом, демократизація суспільства і медіа-простору сприяла виникненню потреби у незаангажованих ЗМІ, які б могли разом із залишками державних мас-медіа реалізовувати загальнонаціональні проекти. Зокрема, у сфері національної безпеки, у частині спротиву агресивним інформаційним атакам. Розбудова поняття «сучасна українська ідентичність» стала б могутнім інструментом на цьому шляху.

Утім, розвиток національного медійного ринку сьогодні відбувається на тлі глибокої економічної кризи, викликаній політичною та військовою нестабільністю. Цікавим є дослідження, проведене експертами газети «День» на замовлення «Українського інституту майбутнього», яке засвідчило невідповідність тем, на які є запит у суспільстві, і тими, які висвітлюються сьогодні у вітчизняних медіа. На першому місці споживачі інформації хотіли б бачити тему «Безпека держави». Насправді, читачам, глядачам і слухачам здебільшого пропонується тема «Боротьба з корупцією». Експерти практично одностайно зазначили, що найпопулярнішою в українських ЗМІ є корупційна тема – її постійно висвітлює більшість медіа. Але щодо інших суспільно важливих тем існує брак інформації [4]. Отже, найважливішою темою сьогодення має стати безпека держави, а не боротьба з корупцією.

Цілком погоджуємося з висновками С. Гнатюка щодо першочергових завдань державної політики, що передбачає: 1) «створення розвиненої та впливової системи загальнонаціонального Суспільного телерадіомовлення; 2) створення високопродуктивної системи національного кіновиробництва та кінопрокату і забезпечення їх сталого розвитку; 3) збільшення інформаційної присутності України у світі» [1, с. 153–154].

Зараз у край потрібна така державна інформаційна політика, що відповідатиме критеріям демократичного суспільства і сприятиме становленню України як європейської держави із захищеним інформаційним простором. Тільки в рамках правового поля можна розвивати інформаційну безпеку в суспільстві як складової національної безпеки. Виконання цих завдань певною мірою залежить від рівня консолідації громадян навколо ідеї створення сучасної української ідентичності.

Щодо *перспектив подальших* розвідок у даному напрямку. Наукового та практичного розв'язання в сучасних умовах потребують питання дослідження ролі держави у її взаємодії з мас-медіа з позицій *формуючих впливів* на громадянське суспільство.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гнатюк С.Л. Національні медіа як чинник формування сучасної української ідентичності та консолідації суспільства // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія. 2010. № 2. С. 150–155.
2. Лазарчук О. Перспективи і сучасний стан ділового сегменту медіаринку України // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2013. Вип. 38. С. 159–167.
3. Лизанчук В.В. Феномен невмирущості нації // Наукові записки АН ВШ України. 2004. Вип. 6 (9–29). С. 74–81.
4. Іщенко Н. Про майбутнє українських медіа або Що хоче від ЗМІ експертне середовище країни. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/pro-maybutnye-ukrayinskyh-media> (дата звернення: 20.03.2019).
5. Караванський С.Й. Практичний словник синонімів української мови, 2-е вид. доп. й опр. Київ: Українська книга, 2004. 448 с.
6. Палій Г.О. Проблема формування української політичної нації: аспект загальнонаціональної ідентичності. Політичний менеджмент. 2003. № 1. С. 93–100.