

УДК 32.019.51

МАСС-МЕДИА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКИХ ОРИЕНТАЦИЙ ГРАЖДАН СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЫ

Збрицкая Л.Г.

*В статье рассматриваются современные СМИ Украины, их влияние, виды и специфика информации, которую украинские граждане из них получают.
Ключевые слова: масс-медиа, внешнеполитические ориентации.*

Масс-медиа современного мира являются по своей сути важным элементом всей политической системы в целом. Этот факт обуславливается широким рядом причин, начиная от процесса глобализации современного мира, проявляющегося в первую очередь именно в сфере коммуникации, и заканчивая трансформацией структуры самой системы политики, институты которой становятся все более размытыми, и связанными с информационными сторонами политического взаимодействия.

В подобной ситуации, содержание различных элементов политической культуры, в том числе внутри- и внешнеполитических ориентаций граждан, так или иначе, становится обусловленным средствами массовой информации. Подтверждение этого тезиса является актуальной задачей, так как, в дальнейшем, именно оно может послужить основой для определения механизмов различного рода трансформации ориентаций, настроений, и далее, поведения, граждан современной Украины.

Соответственно, **целью** данной статьи является рассмотрение влияния СМИ на внешнеполитические ориентации граждан современной Украины.

Для достижения этой цели были определены ряд задач, среди них:

Определить степень влияния масс-медиа на граждан современной Украины, и сравнить это влияние с другими политическими институтами государства.

Рассмотреть специфику масс-медийного влияния: виды СМИ, к которым больше обращаются украинцы, их государственную принадлежность.

Проанализировать зависимость между политическими, в том числе внешнеполитическими, ориентациями граждан и информацией, получаемой ими посредством масс-медиа.

Объектом данного исследования является влияние масс-медиа на политические процессы современных государств, а предметом – СМИ как фактор формирования внешнеполитических ориентаций граждан современной Украины.

В политической науке в целом и политической коммуникативистике в частности существует значительное количество теорий объясняющих процесс влияния на граждан со стороны масс-медиа. Среди них можно назвать первую из коммуникационных моделей Г. Лассуэла [1], представление о «псевдосреде» У. Липпмана [2], «двухступенчатую модель» П.Ф. Лазарсфельда [3], «глобальные масс-медиа» Г.М. Макклюэна [4], теорию «установления повестки дня» Д. Шоу, М. Маккомбса [5], и большое множество других.

Каждый из названных авторов является представителем определенного этапа исследований влияния масс-медиа, и, соответственно, определенной исследовательской школы. Общим звеном в их различных исследованиях можно назвать то, что они рассматривали СМИ как базовый институт политического процесса, определяющий политические ориентации и настроения граждан.

Простым примером здесь может служить модель коммуникации французского исследователя Ж.-М. Коттре [6, с.125].



Рис.1. Модель политической коммуникации Ж.-М. Коттре.

Как можно видеть, в рамках данной модели СМИ выступают базовым институтом, посредством которого управляющие осуществляют коммуникацию с управляемыми, таким образом влияя на них. В соответствии с определенными выше задачами, в рамках данной статьи мы не будем рассматривать все элементы представленной модели, и остановимся только на том сегменте, который касается воздействия средств массовой информации на управляемых.

Перенося этот вопрос на уровень анализа современного украинского общества, в первую очередь попробуем проследить, какой степенью доверия обладают СМИ, и насколько их влияние соотносимо с другими политическими институтами.

В соответствии с результатами исследований таких социологических служб как Лаборатория законодательных инициатив и компания TNS в Украине, а также Центр Разумкова наибольшей степенью доверия у граждан Украины пользуются украинские СМИ, уступая при этом институту церкви.

Так, в соответствии с исследованиями первой указанной службы, в 2011 году о доверии украинским масс-медиа заявляли 44,4% опрошенных, то есть практически половина украинцев. Все остальные институты Украины, среди них: вооруженные силы, Президент, ВРУ, Суды, местные органы власти и т.д. набрали от 40 до 14,3% [7].

Близкие по логике и расположению институтов в рейтинге результаты, продемонстрировали и результаты Центра Разумкова.

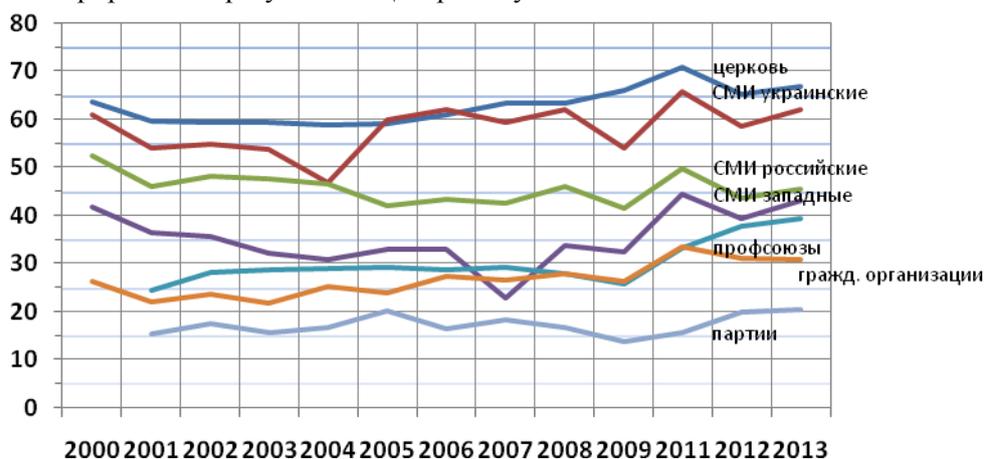


Рис.2. Доверие политическим институтам со стороны украинских граждан, исследования Центра Разумкова (2000-2013гг.)

Как можно видеть из представленного графика, в рамках данных исследований украинские СМИ оказались не просто одним из наиболее влиятельных политических институтов, опережая таких субъектов политической системы Украины как партии, гражданские организации и профсоюзы, но и сохранили это влияние на протяжении последних тринадцати лет, перейдя к 2013 году к цифре 61,9% доверяющих [8]. Разница показателей исследований двух обозначенных центров составляет порядка 20% (так как в 2011 году у Центра Разумкова украинские СМИ набрали 65,7% голосов [8]), что не исключает общей обозначенной логики.

Еще одним важным моментом данных исследований является тот факт, что в каждом из них третью и четвертую строчку доверия заняли также СМИ: российские и западные. Этот момент важен в рамках данного исследования, так как он хорошо демонстрирует два направления внешнеполитических ориентаций: восточное и западное. Кроме того, создает картину приоритетности этих направлений в рамках сферы получения информации.

Так, каждое из исследований продемонстрировало, что большим доверием у украинских граждан как в 2011 году, так и сейчас, пользовались российские СМИ: 37,4% у Лаборатории законодательных инициатив и компании TNS в Украине, и 45,7% у Центра Разумкова [7,8].

Однако, исследования последнего, благодаря многолетней динамике, позволяют отметить важную закономерность. Начиная с 2000 года, российские СМИ степень своего влияния, выражающегося в процентах доверяющих, постоянно теряли, спустившись с цифры 52,5% в 2000 году. Западные СМИ, находящиеся на пятом месте по степени доверия, этот показатель, напротив, улучшили, поднявшись с 41,7% в 2000 году до 43,1% в 2013г. [8].

Обозначенная динамика минимальна, но она привела к тому, что на момент 2013 года степень доверия российским и западным СМИ можно расценивать как

практически равную, численно выражающуюся в цифрах 45,7% и 43,1% соответственно.

На основе приведенных данных можно сделать первые промежуточные выводы: СМИ как украинские, так и зарубежные вызывают высокую степень доверия у украинских граждан, и на протяжении последних тринадцати лет эта ситуация сохранялась. При этом, влияние СМИ двух разнонаправленных внешнеполитических векторов (западного и российского) к 2013 году стало практически равным, так как российские СМИ в некоторой степени свое влияние потеряли, а западные масс-медиа его сохранили и немного увеличили.

Переходя к следующей обозначенной нами задаче, определению видов СМИ, которыми пользуются украинские граждане, можно также отметить две главные тенденции.

С одной стороны, согласно телефонному опросу, проведенному Институтом Горшенина в 2011 году, основным источником информации для них по-прежнему остается телевидение. К нему обращаются 76,7% украинцев, или другими словами 2/3 от населения страны. Далее следуют пресса (40,2%), мнения друзей и знакомых (25,7%), радио (21,1%) и Интернет (16,8%) [9].

Представленная картина не удивительна и вполне соответствует устоявшемуся в политической науке представлению о популярности различных видов СМИ. Однако она не является абсолютной. Динамика трансформации различных видов современных масс-медиа демонстрирует, что роль, обозначенного на последней позиции Интернета возрастает очень быстрыми темпами. Не вдаваясь в подробное описание данного вопроса, отметим, что согласно данным исследовательской группы GfK Ukraine на момент начала 2013 года регулярными пользователями сети являлись 17,74 млн. украинцев, что само по себе составило цифру в три раза большую, чем количество пользователей в 2008г. (5,8млн.) [10].

В соответствии с данными исследований этой же группы можно с уверенностью говорить о том, что не все социальные, возрастные и т.д. группы пользуются Интернетом в одинаковой степени, и неудивительным является тот факт, что почти половину пользователей составляет молодежь [10].

Этот вывод подтверждают данные еще одного исследования, социологического опроса проведенного Институтом Горшенина в марте 2013 года. В соответствии с ним, для 72,3% украинской молодежи основным источников информации является Интернет. За ним следуют телевидение (58,2%), общение с людьми (21,7%), печатные СМИ (12,4%) и радио (5,8%) [11].

Таким образом, можно сделать небольшой вывод о том, что на данный момент телевидение сохраняет свои позиции, однако все большее значение приобретает Интернет, и, соответственно, информация в нем представленная.

Вопрос о содержании информации, которую стремятся получить и получают украинские граждане – это следующий важный пункт данной статьи, так как именно он поможет нам составить представление о политических ориентациях украинцев.

То, что политические вопросы являются для украинского общества важными, и даже первоочередными, демонстрируют показатели различных, в том числе отмеченных выше, исследований.

Так, уже упомянутый опрос Института Горшенина 2011года показал, что именно политическая информация является наиболее интересной для украинских граждан, и имеет аудиторию исчисляющуюся 51,7% опрошенных. Далее, с минимальным разрывом следуют сообщения экономические (50,2%), после них, значительно меньшие по популярности, социальные (35,6%), криминальные (28,9%), спортивные (25,5%) и т.д. [9].

Эти цифры демонстрируют общую логику информационных интересов украинцев, которая в целом сохраняется, если попытаться проследить ее по таким показателям как цели поиска информации в сети Интернет.

Так, исследование группы GfK Ukraine, проведенное в 2013 году продемонстрировало, что поиск новостных сайтов и чтение газет являлось в начале этого года целью 31% украинских граждан, демонстрируя позитивную, по сравнению с 2010 годом динамику (26%) и находясь на пятом месте в рейтинге категорий Интернет-запросов [10].

При этом, лидерство первых четырех вполне закономерно и понятно, среди них: социальные сети, электронная почта, загрузка музыки и фильмов, а также поиск информации о товарах и услугах, то есть те категории, которые обуславливают наиболее популярные категории пользования Интернетом в целом, а также определяются базовыми потребностями в обеспечении материальных потребностей и общения. Расположенность новостных и газетных запросов в первой пятёрке демонстрирует очень высокую значимость такой информации, и подтверждает результаты первого обозначенного исследования.

Еще одним подтверждением служат весьма похожие результаты исследования Института Горшенина, направленного на молодежь, которая как мы отмечали выше, является основным пользователем Интернета.

В рамках этого исследования было установлено, что в марте 2013 года 39,6% молодых людей использовали Интернет для того, чтобы следить за новостями в мире и стране [11]. Для завершения картины, отметим, что эта категория занимает в результатах данного опроса также пятое место, уступая практически тем же категориям общения и различного рода скачивания информации.

Все это позволяет нам говорить о том, что современные СМИ воспринимаются украинскими гражданами в первую очередь как источник информации, которым они пользуются, и в котором ищут информацию связанную с политикой. Кроме того, последний приведенный пример показал, что политика может быть не только внутренней, но и мировой.

Определение интереса к внешнеполитической тематике, и, соответственно, формирование определенных ориентаций, является последним пунктом данной статьи. Демонстрацией такого интереса могут служить результаты многочисленных социологических исследований Центра Разумкова.

В соответствии с результатами этих исследований еще в 2008 году 41,1% опрошенных заявляли, что постоянно следят за событиями политической жизни [12]. При этом, 54% заявляли о том, что хотели бы получать больше информации о таком важном внешнеполитическом акторе как Европейский Союз [13], а 75,7% заявили о том, что информацию о НАТО они получают от центральных украинских телеканалов [14]. Тот факт, что подобная информация получается преимущественно из СМИ, а не непосредственного опыта, подтверждается тем, что 77,1%

опрошенных в декабре 2012 года граждан заявили о том, что в странах ЕС, США и Канады они никогда не бывали [15].

Таким образом, можно сделать вывод, о том, что масс-медиа действительно определяют внешнеполитические ориентации современных украинских граждан. В процессе их формирования есть несколько ключевых моментов, таких как превалирование влияния своих, национальных СМИ, при очевидном отставании зарубежных масс-медиа; выравнивание к 2013 году позиций иностранных СМИ, среди которых, одни (российские) продемонстрировали негативную, а вторые (западные) позитивную, динамику.

Следующим важным моментом можно назвать приоритет телевизионного освещения новостей, при активной позитивной динамике возрастания влияния Интернета и его активного использования всеми категориями граждан, в первую очередь молодежи. При этом, как молодые люди, так и другие возрастные категории граждан обращаются к масс-медиа, в том числе, с целью поиска политической информации и новостей, и заявляют свое желание получать сообщения о событиях и политических субъектах, за пределами своего государства.

Относительно внешнеполитических ориентаций, необходимо отметить, что они действительно формируются современными масс-медиа, информация которых распространяется на территории современной Украины. Причем, как можно видеть в рамках вышеприведенных примеров, эти СМИ могут как национальными, так и зарубежными. Ее содержание представляется важным и интересным для современных украинцев. Специфика ориентаций, которые она формирует, является предметом отдельного исследования, однако уже сейчас можно отметить, что западное направление превалирует, причем в двух направлениях, и со стороны распространителей информации, и со стороны ее получателей.

Список литературы

146. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society. / H.D. Lasswell // The Communication of Ideas ; [Ed.: L. Bryson]. – New York: Harper and Brothers, 1948. P. 37–51.
147. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. – М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 384 с.
148. Lazarsfeld P. F. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications / P. F. Lazarsfeld, E. Katz. - Transaction Publishers. – 1955. – 400 p.
149. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г.М.Маклюэн. - М. – 2003. – 464 с.
150. McCombs M.E. The Agenda-Setting Function of Mass Media / M.E. McCombs, D.L. Shaw // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36. – P. 176–187.
151. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М.Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
152. Кому доверяют украинцы? [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: [http://www.proretail.info/index.php?id=73&tx_ttnews\[tt_news\]=10761&cHash=469ab439db](http://www.proretail.info/index.php?id=73&tx_ttnews[tt_news]=10761&cHash=469ab439db)
153. Часова динаміка [Электронный ресурс] / Центр Разумкова. – 2011. – Режим доступа: http://www.razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php?cat_id=121
154. Украинцы самостоятельно анализируют информацию из СМИ – опрос [Электронный ресурс] / Институт Горшенина. – 2011. – Режим доступа: http://institute.gorshenin.ua/news/600_ukraintsi_samostoyateln.html
155. Публічні презентації [Электронный ресурс] / GfK Ukraine. – 2013. – Режим доступа: http://www.gfk.ua/public_relations/presentations/index.ua.html

156. Для чего украинской молодежи нужен Интернет? / Институт Горшенина. – 2013. – Режим доступа: http://institute.gorshenin.ua/researches/119_dlya_chego_ukrainskoy_molodezhi_nuzhen.html
157. Чи можна про Вас сказати, що Ви постійно слідкуєте за подіями політичного життя України? [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=345
158. Чи хотіли б Ви отримати більше інформації про Європейський Союз? [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=126
159. З яких засобів масової інформації Ви отримуєте інформацію про НАТО? [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=74
160. Чи доводилося Вам бувати в якійсь із країн ЄС, США чи Канаді? [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=613

Збрицька Л.Г. Мас-медіа як фактор формування зовнішньополітичних орієнтацій громадян сучасної України // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. – 2014. – Т. 27 (66). – № 1-2. – С. 326–332.

У статті розглядаються сучасні ЗМІ України, їх впливовість, види та специфіка інформації, яку українські громадяни з них отримують.

Ключові слова: мас-медіа, зовнішньополітичні орієнтації.

Zbritskaya L.G. Mass-media as a factor in the formation of foreign policy orientations of the Ukraine's modern citizens // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Philosophy. Culturology. Political sciences. Sociology. – 2014.– Vol. 27 (66). – № 1-2. – P. 326–332.

The purpose of this article is to examine the influence of media on foreign policy orientations of citizens of modern Ukraine.

To achieve this purpose, a number of problems have been identified, among them: to determine the effect of the media on the citizens of modern Ukraine, and to compare this effect with other political institutions of the state; to consider the specifics of the mass media influence: media types to which the Ukrainians increasingly turning their nationality; to analyze the relationship between policy, including foreign policy orientations of the citizens and the information they received through the media.

The object of this study is the impact of mass-media on the political process of modern states, and the subject – the media as a factor in the formation of foreign policy orientations of the citizens of modern Ukraine.

Key words: mass media, foreign-policy orientation.