

# ПОЛІТИЧНА МІФОТВОРЧІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ

**В. В. Шусть**, кандидат педагогічних наук, доцент, докторант  
Інститут соціальної і політичної психології НАПН України

**Анотація.** Процеси інформатизації українського суспільства призвели до значного зростання можливостей впливу соціально-політичних міфів на суспільну свідомість і політичні цінності. Сучасні засоби комунікації та мультимедійні технології українського медіапростору здійснюють функцію політичної соціалізації молоді, продукуючи численні міфологеми.

**Ключові слова:** медіапростір, соціальна міфотворчість, політичні цінності, аксіопсихологія.

**Аннотация.** Процессы информатизации украинского общества привели к значительному росту возможностей влияния социально-политических мифов на общественное сознание и политические ценности. Современные средства коммуникации и мультимедийные технологии украинского медиaprостранства осуществляют функцию политической социализации молодежи, производя многочисленные мифологеми.

**Ключевые слова:** медиaprостранство, социальная мифотворчество, политические ценности, аксиопсихология.

**Summary:** The processes of informatization of the Ukrainian society led to a significant increase in the possibilities for the influence of socio-political myths on public consciousness and political values. Modern means of communication and multimedia technologies of the Ukrainian media space carry out the function of political socialization of young people, producing numerous mythologems.

**Key words:** media space, social mythmaking, political values, axiopsihology.

Якісна зміна медіапростору сучасного українського суспільства зумовила трансформацію традиційних, історично сформованих механізмів трансляції соціального досвіду спільноти. Активну роль в цьому процесі відіграють медіа, які встановлюють нові комунікації між людьми, адаптують їх до сучасних умов існування, безпосередньо впливають на формування політичних цінностей людини і мотивацію їх політичної поведінки. Саме ці процеси, що розгортаються в сучасному українському суспільстві на тлі його системної трансформації, що має яскраво виражений кризовий характер, зумовили тенденцію реміфологізації сучасного українського соціуму.

Сучасні українські ЗМІ продукують модернізовані міфи, відгукуючись чи не на кожну значиму подію. Як зазначає Ю.Ж. Шайгородський, “міф стає засобом соціальних технологій: керування, маніпуляції, впливу в різних сферах, від політики до реклами. Міфи будуються з розрахунком не на індивідуальність, а на масову свідомість, на натовп. Технологія політичного міфу припускає, що він повинен відбивати не дійсність, а специфіку психологічних очікувань натовпу. Таким чином, стихійна міфотворчість замінюється свідомим конструюванням міфів; вона не пояснює реальність, а будує нову ілюзію”[5].

Особливо значний вплив соціальна міфотворчість чинить на модернізаційні процеси в українському суспільстві в контексті його “європейського” вектору розвитку. Сучасні українські масмедіа давно втратили роль каналу трансляції актуальних новин, натомість набули статусу генератора соціально-політичних міфів. Як слушно зазначає О.А. Баландіна, “мас-медіа реалізують функції соціально-політичної орієнтації, ідентифікації та соціалізації за допомогою створення і трансляції в медіапросторі образів і моделей різних соціальних явищ і процесів, які в своїй сукупності формують у суспільній свідомості медіаобраз соціальної реальності” [2]. Для молоді, яка значною мірою орієнтована на електронні ЗМІ, формована ними віртуальна соціальна реальність часто підмінює реалії життя, в тому числі і життя політичного. Так, В. П. Андрущенко означає напрямки і теми міфотворчості, “соціальної демагогії”, що призводять до втрати індивідами інтелектуальної рефлексії: “націонал-шовінізм, істеричний “патріотизм”, соціальна демагогія, квазірелігійні та паранаукові вчення, кумироманія ... “вороги народу”, “наші – не наші”, “світовий зговір”, “пошук іншопланетян” і тому подібні фантастичні пояснення, що їх “підсовує” міфологія, не підлягають раціоналізації, перевірці на істину” [1]. При цьому, як правило, у свідомості молоді людини залишається

невідрефлексованою та обставина, що формований медіаобраз соціально-політичної дійсності в значній мірі є міфологізованим конструктом.

Засоби масової інформації в українських реаліях фактично перетворились на засоби масової агітації та пропаганди. Пряма фінансова залежність від політичних сил (відомо, що навіть телевізійний канал “Інтер” не є самоокупним) формує в українському медійному просторі медіаобрази сучасних політичних сил, соціально цінних у боротьбі зі “злочинною” конкуруючою політичною силою. Таким чином відбувається творення віртуального конструкту, поєднання раціонального і афективно-емоційного недійсного дискурсу. Як зазначає В.О. Васютинський, “інформаційна війна стала фактом нашого життя. Мільйони людей відчують її вплив – щонайменше дискомфортний, а часто-густо й деструктивний”. Вчений вказує на необхідність “протистояти негативним явищам – брехні, фейковим і провокаційним повідомленням, шаленому емоційному тискові”[4].

Медіаобрази сучасних українських політичних сил конструюються і транслуються засобами масової комунікації та умовно діляться на два типи: образи, що апелюють до когнітивно-раціональної сфери молодшої людини і образи, що апелюють до афективно – емоційної сфери. Варто зазначити, що в кінцевому підсумку власне політична цінність формується у когнітивно-раціональній сфері особистості. Афективно – емоційна сфера, на нашу думку, може слугувати політичним установкам молодшої людини, тобто формувати безпосередню політичну дію, часто не базовану на когнітивно-раціональних конструктах. Як зазначає С. Буртак, “Людина, що безперервно одержує сигнали із зовнішнього середовища, свідомо сприймає та обробляє тільки 1/1000 обсягу інформації. Решта або зберігається у підсвідомості, або знищується як непотрібна. Якщо свідомість – рівень раціонального мислення, коли людина розуміє, що

відбувається, і може пояснити явища, то підсвідомість – глибший рівень, на якому людина приблизно знає, що відбувається, або принаймні розуміє, що щось таки відбувається з її почуттями, відчуттями та установками, проте не може пояснити, що саме” [3].

Підсумовуючи, зазначимо, що вказані тенденції свідчать про перманентну політичну кризу в Україні, загалом ослаблюють виконання основних функцій держави. Активне залучення медіа до руйнування старої системи ціннісно-нормативної регуляції політичної поведінки населення сприяє зростанню деструктивних антиконституційних дій на шкоду української державності.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Андрущенко В.П. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть. Досвід соціально-філософського аналізу / В.П. Андрущенко // К.: ТОВ “Атлант ЮемСі”, 2005 – 498 с.
2. Баландина Е.А. Социальное мифотворчество в качестве средства манипуляции сознанием (философский подход) : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. – Барнаул, – 2006 – 186 с.
3. Буртак С. Політична реклама як маніпулювання громадською думкою / С. Буртак // Режим доступу: <http://www.ji-magazine.lviv.ua/ji-junior/N30-1/burtak.htm>
4. Васютинський В.О. Як не стати жертвою інформаційної війни/ В. О. Васютинський // Режим доступу: <http://tsn.ua/blogi/themes/psihology/yak-ne-stati-zhertvoyu-informaciynoi-viyni-412737.html>
5. Шайгородський Ю.Ж. Міфотворчість в Україні як соціальна технологія / Ю.Ж. Шайгородський // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. — К., 2008. — Вип. 13. — С. 27-43.

