

Леонід Козубенко

ORCID iD: orcid.org/0000-0002-1548-3362

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри української і

зарубіжної літератури та методики навчання,

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний

університет імені Григорія Сковороди»,

вул. Сухомлинського, 30, 08401, м. Переяслав-Хмельницький,

Україна

leonidkozubenko@gmail.com

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСАХ СУСПІЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

У статті досліджується проблема засобів масової комунікації в процесах суспільної інтеграції та національної ідентичності. В умовах глобалізації та інформатизації вирішальна роль належить інформаційній культурі в систематизації глобального світу. Під час створення загальнонаціональних глобальних утворень та об'єднань важливою проблемою стає національна ідентичність. Цей процес варто розглядати разом із поняттям суспільної інтеграції. У результаті виявів глобалізації інформаційного суспільства відбувається орієнтація деяких засобів масової інформації на всеохоплюючу у світовому масштабі комунікацію.

Ключові слова: засоби, комунікація, процес, інтеграція, глобалізація, національний, суспільний, масовий, інформація, ідентичність.

В статье исследуется проблема средств массовой коммуникации в процессах общественной интеграции и национальной идентичности. В условиях глобализации и информатизации решающая роль принадлежит информационной культуре в систематизации глобального мира. При создании общенациональных глобальных образований и объединений важной проблемой становится национальная идентичность. Этот процесс следует рассматривать вместе с понятием общественной интеграции. В результате проявлений глобализации информационного общества происходит ориентация некоторых средств массовой информации на всеобъемлющую в мировом масштабе коммуникацию.

Ключевые слова: средства, коммуникация, процесс, интеграция, глобализация, национальный, общественный, массовый, информация, идентичность.

The article investigates the problem of mass communication in the processes of social integration and national identity. In the conditions of globalization and informatization, the information culture plays a decisive role in systematizing the global world. When creating nationwide global entities and associations, national identity becomes an important issue. This process should be considered together with the notion of social integration, as they are interconnected in the conditions of the globalization of the information society.

National identity can be defined as the main idea that the social life in this historical epoch lives in and is therefore acceptable to its majority, as defined by the national image of the world and national history. Identity carries the answer to the question of the essence of its people, the nation, its place, roles and tasks in world history and the ideal forms of its existence. Thus, national identity develops in the process of historical change, representing a certain level of growth of national consciousness.

In our time, the possibilities of collecting, processing, storing, transmitting information, access to it have increased considerably, thus increasing the influence of information on the development of various spheres of human activity.

The information society generates a variety of global processes. Globalization is an objective phenomenon of the modern world, that is, that does not depend on subjective desires, preferences and antipathies. Globalization is the movement of mankind to the formation of a holistic global civilization. The basis of this movement are economic factors. The economy of the planet is becoming truly global. The globalization of the economy in the widest sense of the concept means that the state borders and differences between world financial markets have lost their former significance.

The specificity of globalization processes in the context of the formation of an information society is that political institutions of the state gradually lose control over the content of the information space. This phenomenon has a positive side, raising the openness of national information systems, and negative, as the loss of control over the content of the media leads to significant complications in the pursuit of targeted information policy.

As a result of the manifestations of the globalization of the information society, the targeting of some media to a comprehensive communications on a global scale is taking place.

Key words: *means, communication, process, integration, globalization, national, social, mass, information, identity.*

Постановка проблеми. Засоби масової комунікації є досить важливим та унікальним способом звернення до широкого загалу, методом постійного спілкування між партнерами за діалогом, а також їхніх прихильників і супротивників. Це місце дії суспільного діалогу, на якому є можливими різні маневри, зміни позицій, стратегії і тактики, застосування великої кількості способів кодування і поширення

інформації. ЗМІ роблять можливими не тільки діалоги, але й виступають у ролі дійових осіб конструювання соціальної реальності за допомогою діалогів. У теперішньому суспільстві ЗМІ є демократичним простором, який формує базові умови словесної і практичної побудови соціальної дійсності шляхом комунікативної взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформаційній культура в глобалізаційних та інформаційних умовах займає значне місце в упорядкуванні глобалізаційного простору. Р.Робертсону належать висловлювання про соціальні та культурні чинники глобалізаційних тенденцій та про їх історично-культурні параметри, тому інформація для нього – це ресурс культури, виразник інтелекту, центральними пріоритетами якого є освіта, наука і культура (Robertson R., 2000).

В.Базилевич, аналізуючи праці Д.Куа, Р.Кроуфорда, Г.Сакайї, Дж.Ходжсона у підручнику «Інтелектуальна власність», виокремлює в них головні прикмети нового суспільного ладу, які співвідносяться з теперішнім соціальним та економічним розвитком, що відзначається збільшенням питомої ваги і значенням критеріїв, пов'язаних з інтелектуальною та інформаційною стороною суспільного господарського життя. (Базилевич В., 2006, с.215).

Т.Сакайя, зазначає, що новий період суспільної еволюції вирізняється тим, що в ньому цінності, які створюються за допомогою знань, є рушійною силою. Інформація, яка є соціальним феноменом, визначається подальшими факторами: 1) комунікаційним, який регламентується передачею повідомлень, трансляцій відомостей (аналіз комунікацій, комунікаційних технологій, інформаційних мереж); 2) змістовним, який пов'язується з передачею кінцевої продукції інтелектуальної діяльності та її засвоєнням, і спрямовується на збільшення обізнаності або зменшення невизначеності споживачів (Сакайя Т., 1999, с. 347).

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Засоби масової комунікації та інформації стали нагальною потребою в сучасному житті людської особистості. Суттєвою проблемою в умовах глобалізації є збереження особистої та національної ідентифікації, що вважається доволі складним, але таким необхідним завданням як для кожного індивідуума зокрема, так і в цілому для людського суспільства.

Мета статті полягає у визначенні місця та ролі засобів масової комунікації для суспільних процесів інтеграції та ідентифікації.

Постановка завдання. Головними завданнями розвідки є виявити вплив засобів масової комунікації на інтеграційні форми в суспільстві у глобалізаційний період та охарактеризувати їхні функції у формуванні таких явищ, як суспільна інтеграція та національна ідентичність.

Виклад основного матеріалу. Зміни, які проходять у постіндустріальному соціумі, і які супроводжуються докорінними соціальними змінами у світі і в українській державі, спонукають до

створення інформаційної індустрії глобальних масштабів. Глобальна індустрія перебуває в стані технологічної конвергенції, зазнає організаційного злиття, законодавчої лібералізації. Це призводить до появи сучасних електронно-демократичних форм зайнятості та їх постійного вдосконалення. Ці стрімкі видозміни втілюються в історично стислі проміжки часу, і через це за декілька останніх десятиліть утворилися передумови, щоб здійснити масштабний перехід в інформаційне суспільство. Незважаючи на те, що ці передумови не всюди проявили себе повністю і не всі держави, а серед них й Україна, подолали необхідний шлях, все ж глобальні зрушення в економічному житті, закриття ідеологічних перешкод, швидкий технологічний прогрес значно зменшують часовий проміжок, який потрібний країнам, щоб створити таку політику, яка буде спроможною без будь-яких конфліктів піднятися на більш новий щабель у своїй еволюції, що є характерним для інформаційного суспільства (Почепцов Г., 2001, с.85).

Так як основою створення інформаційного соціуму є розвиток сучасних інформаційних технологій, а суспільна комунікація має глобальний характер, на інформаційні джерела вже не можуть суттєво впливати кордони між країнами, а спроби здійснити обмеження вільного розповсюдження інформації тільки завдає збитків тим, хто прагне до таких обмежень. Зростають також можливості до вільного доступу до інформації, її збору, оброблення, зберігання та передавання. Це, в свою чергу, сприяє інформаційному впливу на розвиток різних галузей діяльності людини. Поглиблюються суспільні децентралізаційні процеси; здійснюється перехід до більш нових форм зайнятості; формуються нові трудові ресурси. Все це здійснюється в результаті якісного зростання чисельності задіяних осіб в інформаційній промисловості, оскільки, в економіці постіндустріального суспільства індустрія за своїми показниками зайнятості та часткою в продукті національного виробництва дедалі більше значно програє сфері послуг, яка, в свою чергу, суттєво поєднується з різними методами оброблення інформаційних джерел (Бочан І., 2007, с.64).

Отже, при визначенні терміну «інформаційний соціум» можна спиратися на певні чинники. По-перше, це суспільство, яке має в своєму розпорядженні вагомні ресурси інформації. Здійснення виробництва, зберігання, поширення та передачі аудіовізуальних продуктів, а також практичної та розважальної інформації стає найзначнішою частиною в економіці; утворено цілу мережу інформаційної індустрії, яка скомпонована з комп'ютерної й телекомунікаційної промисловості, розробок, які мають аудіовізуальний зміст та програмне забезпечення, виробництва елементних баз для комп'ютерної та комунікативної техніки, побутової електроніки тощо. Члени суспільства володіють значними технічним й правовими можливостями черпати інформацію з найрізноманітніших джерел. По-друге, інформаційний

постіндустріальний соціум вважається наступним періодом соціально-економічної еволюції суспільства, на якому домінантою виробництва й споживання стають інформаційна продукція і послуги, які переважають за обсягом споживання товари, які створюються промисловістю та сільськогосподарським сектором (Тихомирова Є., 2001, с.68).

Сучасне інформаційне суспільство створює різні за формою глобальні процеси. Глобалізація є об'єктивним явищем модерного світу, яке не потрапляє в залежність від якихось особистих вподобань. Глобалізація є стрімким рухом людства до створення цілісного глобального суспільства. Саме економічні показники є основою цього руху. Планетна економіка поступово набуває глобальних форм. Економічна глобалізація означає, що державні кордони і різниця між діяльністю міжнародних фінансових ринків вже втратили свою питому вагу. Цьому посприяли в першу чергу такі процеси: фінансова глобалізація; підвищення значення транснаціональних корпорацій; збільшення частки експорту безпосередніх інвестицій з США, провідних західноєвропейських країн та країн східно-азійського регіону; світова спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами; глобалізаційні тенденції в сфері послуг економіки; удосконалення управлінських функцій в сфері глобалізації; реорганізація туристичної діяльності в галузь міжнародного масштабу; світова економічна інтеграція (Ходжсон Дж., 2001, с.65).

В умовах творення інформаційного соціуму специфічною рисою глобалізаційних процесів є той фактор, що політична влада країни поступово перестає контролювати зміст інформаційного простору. Даний процес має як позитивні, так і негативні сторони. Позитив полягає у збільшенні відкритості національних систем інформації. А негатив – у втраті контролю за змістом засобів масової інформації, наслідком якого є значні ускладнення у проведенні чіткої інформаційної політики.

Найчастіше проводять прямі трансляції з місць подій такі глобальні інформаційні агентства, як CNN, BBC, Reuter. Вони створили міжнародні мережі новин, і фінансують відповідний медіа-простір. Більшість зарубіжних країн критикують діяльність цих транснаціональних медіа-концернів, тому що в недалекому майбутньому ринок глобальних мас-медіа все більше буде ними контролюватися. Проте, можна спрогнозувати ще одну проблему, суть якої полягає в тому, що в найближчі роки будуть розвиватися локальні агентства новин, які будуть задовольняти місцеві запити будь-якого регіону тієї чи іншої країни в інформації, при цьому враховуватимуться специфічні особливості й склад аудиторії. Ймовірність такого напряму у розвитку подій можна підтвердити тим фактором, що зараз переважна більшість із регіональних медіа-компаній володіють аналогічним світовим медіа-концерном технічним обладнанням (Паригін В., 1999, с.172).

Проблема національної ідентичності є однією із найважливіших проблем в період, коли створюються загальнонаціональні глобальні об'єднання та утворення. Цю проблему варто розглядати разом із поняттям суспільної інтеграції в умовах глобалізації інформаційного суспільства

Сьогодні поняття інтеграції широко увійшло у вжиток у різні галузі міжнародного економічного та суспільно-політичного життя: інтеграція в Європейському Співтоваристві (ЄС) – вступ до нього нових асоційованих членів; інтеграція в міжнародну економічну спілку тощо.

Деякі засоби масової інформації орієнтуються на масштабну міжнародну комунікацію, що є одним із проявів глобалізації інформаційного простору.

Тут досить нагальною є проблема національної ідентичності. Саме ЗМІ сприяють цій проблемі у країнах, які намагаються стати на шлях міжнародної глобалізації.

Ставлячи питання про суть національної ідентичності, варто з'ясувати розуміння понять ідентичності й нації.

Ідентичність є поняттям багатозначним, процесом, в якому співвідноситься об'єкт з іншими об'єктами. Це поняття визначають як прояв загальних або, навпаки, особливих прикмет, рис, самоототожнення індивіда з іншою особистістю, групою, зразком, взірцем, з певними націями (Бочан І., 2007, с.63).

У визначенні нації вирізняються два основні критерії. Перший критерій – це співвідношення поняття нації та етнічної спільноти, тобто етносу з єдиною мовою і самосвідомістю. У цьому випадку поняття нації виступає синонімом до поняття народу. Інший критерій – це тлумачення поняття нації через політичне об'єднання громадян певної країни, тобто політичну націю.

Національна ідентичність – це основна ідея, яка проявляється через національний образ світу й національну історію. Ця ідея надихає суспільство в певну історичну добу і вона сприймається більшою частиною людей. Головними питаннями, на які ідентичність дає відповідь є: про сутність свого народу, нації, її місця, ролі й завданнях у світовій історії й ідеальних формах її існування. Можна констатувати, що національна ідентичність постійно змінюється, в залежності від історичного розвитку суспільства. Вона є показником зростання національної самосвідомості. Також можна вести мову про те, що ідентичність – це відносно стала система поглядів, які в той же час з плином історії динамічно розвиваються (Robertson R., 2000). Чим глибшим є проникнення глобалізаційних процесів у культури різних націй, тим активніше людська цивілізація намагається уберегти свою культуру, мову, релігію. Тобто під час глобальних перетворень відбувається загострення проблем національної ідентичності, які пов'язані з прагненням етносів до самобутності й до самовизначення в сьогоденні, тобто з намаганням захистити й вберегти свою ідентичність.

Висновки. Таким чином, глобалізаційні процеси, які відбуваються в інформаційному суспільстві спонукають об'єднуватися народи, нації під егідою однієї із загальноновизнаних держав. Досить часто в таких умовах унікальність деяких народів знецінюється, ось чому значними процесами, які заслуговують на увагу як з боку самого людства, так і з боку політичних інститутів країн, є процеси суспільної інтеграції та національної ідентичності. І провідна роль у формуванні саме цих процесів належить засобам масової інформації.

Перспективи подальших розвідок. Подальший напрямок дослідження та його перспективи полягають в аналізі витоків впливу різноманітних засобів масової інформації на суспільне життя та процеси, які відбуваються в сьогоденні.

Список використаних джерел

1. Базилевич В. Інтелектуальна власність: Підручник. Київ: Знання, 2006. 431 с.
2. Бочан І. Глобальна економіка: Підручник. Київ: Знання, 2007. 403 с.
3. Наслідки глобалізації для розбудови України : *Персонал № 4/2007* [Електронний ресурс]. Режим доступу: // www.personal.in.ua/article.php?id=4.
4. Парыгин Б. Анатомия общения: Учеб. пособие. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В., 1999. 301 с.
5. Почепцов Г. Теория коммуникации. Киев: Ваклер, 2001. 656 с.
6. Robertson R. Globalization : Social Theory and Global Culture. London: SAGE Publications Ltd, 2000. doi: 10.4135/9781446280447.
7. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знаниями, или История будущего. Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. Под ред. В.Иноземцева. Москва: Academia, 1999. С. 347.
8. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.
9. Ходжсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания стоимости. *Вопросы экономики*. 2001. №8. С. 32–45.

References

(Транслітерація)

1. Bazylevych V. Intelktualjna vlasnistj: Pidruchnyk. Kyjiv: Znannja, 2006. 431 s (ukr).
2. Bochan I. Ghlobaljna ekonomika: Pidruchnyk. Kyjiv: Znannja, 2007. 403 s (ukr).
3. Naslidky ghlobalizaciji dlja rozbudovy Ukrajiny : *Personal №4/2007* [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: // www.personal.in.ua/article.php?id=4 (ukr).
4. Parygin B. Anatomija obshhenija: Ucheb. posobie. Sankt-Peterburg: Izd-vo Mihajlova V., 1999. 301 s (rus).

5. Pochepcov G. Teorija komunikacii. Kiev: Vakler, 2001. 656 s (rus).
6. Robertson R. Globalization : Social Theory and Global Culture. London: SAGE Publications Ltd, 2000. doi: 10.4135/9781446280447 (eng).
7. Sakajja T. Stoimost', sozdavaemaja znanijami, ili Istorija budushhego. Novaja postindustrial'naja volna na Zapade: Antologija. Pod red. V. Inozemceva. Moskva: Asademia, 1999. S. 347 (rus).
8. Tykhomyrova Je. Zv'jazky z ghromadsjkistju. Kyjiv: NMCVO, 2001. 560 s (ukr).
9. Hodzhson Dzh. Social'no-jekonomicheskie posledstvija progressa znanij i narastanija stoimosti. *Voprosy jekonomiki*. 2001. №8. S. 32–45 (rus).

*Статтю рекомендовано до друку
доктором філологічних наук, професором,
професором кафедри української і зарубіжної літератури
та методики навчання
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічного університету
імені Григорія Сковороди
Корпанюком Миколою Павловичем*

*Стаття надійшла до редакції
25 травня 2018 року*

Леонид Козубенко

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры украинской и зарубежной литературы и методики
обучения, ГВУЗа «Переяслав-Хмельницкий государственный
педагогический университет имени Григория Сковороды»,
ул. Сухомлинского, 30 08401, г. Переяслав-Хмельницкий, Украина,
leonidkozubenko@gmail.com

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССАХ ОБЩЕСТВЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Leonid Kozubenko

Ph. D in Pedagogics, Associate Professor, Associate Professor of Ukrainian
and Foreign Literature and Teaching Methods Department SHEE
«Pereiaslav-Khmelnytskyi Hryhorii Skovoroda State Pedagogical
University»,
30, Sukhomlynskyi Str., Pereiaslav-Khmelnytskyi, Ukraine, 08401
leonidkozubenko@gmail.com

THE ROLE OF MASS COMMUNICATION IN PROCESSES OF SOCIAL INTEGRATION AND NATIONAL IDENTITY