

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ

Яковлев Денис Вікторович

УДК 32.019.51:070.15(0435)

**РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В КОНСТРУЮВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ
РЕАЛЬНОСТІ**

Спеціальність 23.00.02 – політичні інститути та процеси

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата політичних наук

Одеса - 2003

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Одеському національному університеті імені І.І.Мечникова Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник: кандидат філософських наук, професор
АНУФРІЄВ Лев Олександрович,
Одеський національний університет
ім. І.І.Мечникова,
завідувач кафедри політології

Офіційні опоненти: доктор політичних наук, доцент
ГОЛОВАТИЙ Микола Федорович,
Міжнародна академія управління персоналом (м.Київ),
віце-президент з науково-дослідної роботи

кандидат політичних наук, доцент
СВІРІН Михайло Геннадійович,
Одеський регіональний інститут державного управління Академії
державного управління при Президентові України,
доцент кафедри права та законотворчого процесу

Провідна установа: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень НАН України,
відділ теоретичних та прикладних проблем політології, м. Київ

Захист відбудеться “ 25 ” *квітня* 2003 р. о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 41.086.02 в Одеській національній юридичній академії за адресою: 65009, м.Одеса, вул.Піонерська, 2 ауд.312.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Одеської національної юридичної академії за адресою: 65009, м.Одеса, вул.Піонерська, 2.

Автореферат розісланий “24” *березня* 2003 р.

Вчений секретар спеціалізованої вченої ради

Дудченко В.В.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження обумовлюється суспільною потребою дати наукову оцінку політичній ролі засобів масової інформації. Сучасне українське суспільство характеризується зростаючим впливом комунікаційних процесів. Збирання, поширення, отримання і розуміння інформації відіграють значну роль в сучасній політиці. Використання комунікаційних каналів та інформаційних технологій стало невід'ємною частиною політичних кампаній. Україна переживає період трансформації політичного світогляду, становлення простору політичного діалогу, і тому необхідно розглянути ЗМІ як дійову особу в процесі конструювання політичної реальності, визначити вплив системи символічного творення та відтворення реальності за допомогою знаків та образів на систему владних відносин.

Політична реальність постійно відтворюється діями членів суспільства. Розвиток ЗМІ, особливо електронних, поява мережі глобальних інформаційних систем мають не лише технологічне і економічне значення. В сучасному світі ЗМІ виступають окремим політичним гравцем, бо отримують владу стверджувати, нав'язувати та відстоювати свою точку зору і примушують інших гравців діяти, виходячи з цього. Політична комунікація стає визначальним фактором розвитку всіх інститутів сучасного українського суспільства.

Засоби масової інформації в сучасному політичному процесі постають не лише як провідник інформації, але і як інстанція “називання” та інтерпретації подій. ЗМІ, завдяки своїм величезним можливостям впливу і охоплення аудиторії, створюють не лише думки про події. Вони роблять з події новину, і, поміщаючи дію в символічний простір, інтерпретуючи її, відтворюють подію.

Розробки теоретичних концепцій вивчення ЗМІ ведуться багатьма науками: від лінгвістики до економіки. При цьому практично всі школи і напрямки сучасної гуманітарної думки так чи інакше торкаються питань функціонування засобів масової інформації. В рамках політичної науки ЗМІ досліджувались представниками різних наукових шкіл і напрямків. Початок вивчення масової комунікації як соціального і політичного явища і процесу пов'язується у політичній науці з Максом Вебером. Серед перших дослідників ЗМІ треба виділити канадських вчених Гарольда Інїса та Маршала Маклуана. Роль ЗМІ в індустріальному суспільстві досліджувалась представниками франкфуртської школи Т.Адорно і Г.Маркузе. В працях О.Тоффлера демонструється роль ЗМІ в постіндустріальному, інформаційному суспільстві. Дослідження ЗМІ в рамках концепції постструктуралізму зробили П.Шампань та Ж. Бодрійяр. Французький вчений Мішель Фуко здійснив фундаментальне дослідження владних відносин і взаємовпливу масової інформації і влади. Американський дослідник Джон Томпсон проаналізував залежність між ЗМІ та еволюцією індустріальних суспільств.

В дослідженнях засобів масової інформації особлива увага приділяється функціям ЗМІ. Функціональний підхід у дослідженнях ЗМІ використовували американські вчені Г.Лассуелл, К.Райт, Д.Макквейл.

Окремо в сучасних розробках стоїть теорія “інформаційного суспільства”, яка спирається на теорію глобалізації і в межах якої досліджується роль масової комунікації. Тут слід відзначити роботи О.Вартанової, Е.Андрунас, М.Землянової, Г.Вебстера. Роль ЗМІ в політичному процесі розглядається в багатоаспектному дослідженні іспанського соціолога М. Кастельса. Німецький дослідник Юрген Габермас простежив роль засобів інформації в формуванні “громадянської сфери”. Німецький вчений Ніклас Луман описує політичну реальність в термінах системної теорії. Представники феноменологічної школи соціальних та політичних досліджень Дж. Г. Мід, А. Шюц, П. Бергер та Т. Лукман започаткували підхід, відповідно до якого політична реальність конструюється діями суб’єктів.

Діяльність ЗМІ в посткомуністичному просторі розглядається в дослідженнях російських авторів - І.І.Засурського, Ю.Качанова, В.П.Конецької та А.В.Соколова.

Теоретичні основи вивчення ЗМІ пропонуються в роботах українського дослідника Г.Почепцова, а Р.Шпорлюк наводить фактичні параметри діяльності ЗМІ в Україні. Українські вчені Н.Костенко, С.Макєєв, А. Клепіков, М. Томенко аналізують політичну роль ЗМІ в українському суспільстві.

Дані наукові дослідження створюють простір для пошуку нових рішень в галузі вивчення засобів масової інформації і впливу ЗМІ на політичну діяльність. Але варто зазначити, що в сучасній політології недостатньо уваги приділяється політичній ролі ЗМІ, місцю ЗМІ в ідеологічному та владному просторі. Постійний розвиток засобів масової інформації в Україні потребує більшої уваги до політичної ролі цього явища.

Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконане в рамках комплексної науково-дослідницької теми кафедри політології Інституту соціальних наук Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова “Політична діяльність в демократичному суспільстві”.

Метою дисертаційної роботи є аналіз взаємодії системи засобів масової інформації та політичної системи для визначення ролі, яку відіграють засоби масової інформації в процесі конструювання політичної реальності. Згідно з поставленою метою сформульовані основні **завдання** дослідження:

- здійснити аналіз основних теоретичних розробок політологів, соціологів, філософів, футурологів з проблематики функціонування засобів масової інформації в політичній реальності;
- розкрити сутність процесу конструювання політичної реальності;
- встановити комунікативні підстави конструювання політичної реальності;
- розглянути інформацію як основу політичної влади ЗМІ;
- визначити місце ЗМІ в ідеологічному просторі;
- показати єдність свободи слова в ЗМІ та функціонування демократії як політичного режиму;

- проаналізувати посткомуністичні трансформації українських ЗМІ;
- з'ясувати роль ЗМІ в політичній реальності сучасної України;
- провести дослідження дій українських засобів масової інформації під час виборів до Верховної Ради України 2002 року;
- продемонструвати розвиток українських ЗМІ в контексті глобалізаційних змін;
- розробити практичні рекомендації щодо позиціонування ЗМІ в політичній реальності сучасної України;

Об'єктом дослідження є засоби масової інформації як соціально-політичний інститут.

Предметом дослідження є роль ЗМІ в конструюванні політичної реальності сучасної України.

Для досягнення поставленої мети дисертантом використовувалися філософські, соціологічні, загальнонаукові методи дослідження в політологічній інтерпретації. Метод аналізу та синтезу дозволив простежити зв'язок між комунікацією, діалогом та політичною владою ЗМІ. Порівняльний метод використовувався для дослідження посткомуністичної трансформації українських ЗМІ. За допомогою критико-конструктивного метода був здійснений аналіз сучасних інтерпретацій взаємовпливу ЗМІ та політичної реальності. Структурно-функціональний метод був використаний для розкриття функцій ЗМІ. Для визначення характерних рис глобалізаційних процесів використовувався описовий метод. У роботі були використані методи емпіричних досліджень. Порівнювались умови функціонування ЗМІ за радянських часів та сучасних українських ЗМІ. Для дослідження ролі українських ЗМІ в передвиборчій кампанії до Верховної Ради України в 2002 р. використовувалися методики якісного соціологічного дослідження, зокрема дискурс-аналіз української преси. Для розкриття ролі ЗМІ в політиці дисертантом використані загальнонаукові підходи, соціологічні та політологічні парадигми, такі як системний підхід, діяльний підхід, інформаційний підхід, семіотичний підхід, постструктуралістська парадигма в конструктивістській інтерпретації, феноменологічна парадигма тощо. Базуючись на аналізі основних сучасних теоретичних розробок зарубіжних і вітчизняних дослідників стосовно взаємовпливу ЗМІ і політичної системи, кожна з яких висвітлює лише окремі аспекти діяльності ЗМІ, дисертант реконструював комплексне бачення ролі ЗМІ в політиці.

Наукова новизна одержаних результатів зумовлюється тим, що в рамках цілісного дослідження ЗМІ інтерпретуються як ключова позиція в структурі політичної влади та в процесі конструювання політичної реальності. У межах проведеного автором дослідження отримано результати, які мають наукову новизну.

Аргументовано, що розвиток ЗМІ в Україні відбувається в посткомуністичній політичній системі та під впливом глобалізаційних процесів.

Показано, що в посткомуністичній Україні політична роль засобів масової інформації полягає в комунікативному формуванні демократичних інститутів.

Обґрунтовується роль масової комунікації в політиці. Засоби масової інформації розглядаються виключно як діючий суб'єкт, який за допомогою комунікативних актів конструює політичну реальність.

Ідентифіковано місце засобів масової інформації в структурі політичного діалогу. Визначається роль ЗМІ як посередника між різними політичними позиціями.

Вперше здійснено політологічний аналіз процесу конструювання сучасної політичної реальності і ролі українських ЗМІ в ньому.

Проаналізовано, що політична влада в сучасному світі має комунікативну основу і спирається на знання та масову інформацію.

Визначено, що розвиток ЗМІ в Україні відбувається в період трансформації політичної ідеології. ЗМІ презентовані в контексті сучасних ідеологічних концепцій.

Продемонстровано, що технологічний розвиток електронних ЗМІ та мережі Інтернет призводить до створення “інформаційних магістралей”, які інтенсивно розповсюджують стандартизовану політичну інформацію.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що представлена робота демонструє політичну роль засобів масової інформації в формуванні вільного діалогічного простору, а тому може бути використана в процесі практичного конструювання політичної реальності політиками, працівниками ЗМІ та політологами. Дослідження функціонування ЗМІ в Україні може бути використане при розробці національної програми інформаційної безпеки України. Результати дослідження мають практичне значення при формуванні інформаційної політики комітетом Верховної Ради України з питань свободи слова та інформації та Національною Радою України з питань телебачення і радіомовлення. Їх можна використовувати в законотворчій діяльності та в роботі органів державної влади та місцевого самоврядування. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані у науково-дослідній роботі, у навчальному процесі вищої школи при викладанні курсів з політології та журналістики.

Апробація дисертаційного дослідження відбувалася в процесі обговорень на засіданнях кафедри політології Інституту соціальних наук Одеського Національного Університету ім. І. І. Мечникова, в міжнародній літній політологічній школі “Політологія посткомунізму” (Київ, 1998 р.), на щорічних звітних наукових конференціях професорсько-викладацького складу і аспірантів Одеського Національного Університету. Матеріали дисертаційного дослідження використовувались при розробці спецкурсів “ЗМІ в політичному житті суспільства” та “Електоральна поведінка і політичні технології” для студентів, які навчаються за спеціальністю “політологія”. Основні положення дисертаційного дослідження викладено у виступах на регіональній науково-практичній конференції молодих політологів “Демократична Україна: сьогодні і в майбутньому” (Одеса, 1998 р.) і на Міжнародній науково-практичній конференції “Соціальна політика і механізми інтеграції українського суспільства” (Одеса, 2002 р.).

Основні положення дисертації викладено у 5 наукових **публікаціях**, серед яких 4 опубліковані у фахових виданнях відповідно до переліку, затвердженого ВАК України.

Структуру дисертації складають вступ, три розділи, які об'єднують 9 підрозділів, висновки та список використаних джерел.

Загальний **обсяг дисертації** - 166 сторінок. Список використаних джерел включає 368 найменувань (26 сторінок).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У першому розділі **“ЗМІ як суб’єкт конструювання політичної реальності у теоретичних дослідженнях”** розкривається ступінь розробленості теми, аналізуються питання теорії і практики конструювання політичної реальності, визначається роль масової комунікації в сучасній політиці.

У підрозділі 1.1 *“Конструювання політичної реальності: сутність процесу”* автор аналізує механізми творення та відтворення світу політики, який в феноменологічній парадигмі інтерпретується як політична реальність. Дії людей по відношенню один до одного відбуваються у соціальному просторі, який має свою структуру та правила. Політики, журналісти, вчені вступають у відносини комунікації зі свого місця реальності, де оперують знанням, вираженим в загальновизнаних символах (теорія символічного інтеракціонізму). Політична дія несе в собі прагнення до влади. Влада є невід’ємною складовою всіх відносин у політиці і означає можливість нав’язування “картини світу”, символічне панування, отримання і використання комунікативного насилля для служіння колективному, суспільному благу. Політична реальність існує як відносини, що відтворюються (історичний аспект) та творяться (інноваційний аспект). Історично існує певна сукупність правил, норм та цінностей, які підтримуються та забезпечують стабільність зовнішньополітичного та внутрішньополітичного існування. Це правила політичної гри, які є “фоном” і рамками для дій політиків. Політична реальність змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, і тоді виникають нові умови політичного існування, нові правила політичної гри. Будь-яка інновація в політичній реальності виникає за умови змін в комунікативній системі. З’являються нові ідеї, аргументи, нова парадигма, яка впливає на події та формує їх. Вперше теза про конструювання реальності була висунута в межах феноменологічної парадигми П. Бергером і Т. Лукманом у праці *“Соціальне конструювання реальності: трактат з соціології знання”*. Російський вчений О.Зінов’єв у монографії *“Комунізм як реальність”* досліджує реальність комунізму як ідеологічну схему і як тип суспільства. Досліджувати реальність, на його думку, - це значить розглядати як ідеологію, так і реальні ситуації, що відбуваються у реальному часі та просторі. Право говорити, презентувати свою точку зору політики отримують, тільки знаходячись у певній точці реальності, тобто займаючи певну політичну позицію. Теоретичний ланцюжок дослідження політичної реальності в дисертації виглядає так: “реальність” - “політичні позиції” - “політичні

відносини”. Відносини в політичній реальності виникають завдяки відмінностям у трактуванні суспільного блага і існують у формі комунікативної взаємодії.

У підрозділі 1.2 *“Комунікативні підстави конструювання політичної реальності”* автор розглядає комунікацію як основу процесу конструювання політичної реальності. Політична взаємодія розгортається в комунікативному просторі, а процес конструювання політичної реальності починається з процесу інтерпретації подій. Використовуючи феноменологічну парадигму (П. Бергер, Т. Лукман, А. Щюц) та теорію символічного інтеракціонізму (Дж. Мід, Г. Блумер), ми отримуємо можливість говорити не тільки про те, як об’єктивна реальність визначає наші дії, а й про те, як агенти політичного поля змінюють своїми комунікативними діями політичну реальність і умови своєї політичної дії. Передумова політичної дії - орієнтація на передбачуваний смисл дії іншої людини, а політична реальність розуміється як загальне визначення ситуації, що досягається через комунікацію і приймається більшістю учасників політичного процесу. Люди чинять дії, вступають у політичну гру не тому, що вони поводять себе функціонально по відношенню до структурних умов, а тому, що вони надають цим умовам значення і тим самим створюють, конструюють ці умови. Суб’єкт політичного діє, вибирає, впорядковує і структурує речі, наділяючи їх певним значенням. Результатом взаємного обліку значення речей, які учасники взаємодії демонструють один одному, є загальне комунікативне визначення ситуації, а суспільство являє собою безперервний процес взаємного узгодження дій своїх членів.

Значення політичного простору закладене не у самому світі політичного, а в його визначеннях, які дійові особи постійно і взаємно демонструють один одному, самі об’єкти є продуктами дій суб’єктів політичного простору. Політичне життя людей являє собою комунікативний процес, в якому значення об’єктів створюється, підтверджується, змінюється і заперечується, – саме так автор розуміє термін “конструювання”.

У підрозділі 1.3 *“Інститут ЗМІ як чинник конструювання політичної реальності”* автор наголошує на першорядній ролі ЗМІ в процесі комунікативного конструювання політичної реальності. Завдяки впливу на величезну аудиторію засоби масової комунікації стали новою категорією впливу в політичних процесах. Засоби масової інформації в цьому сенсі - не просто сукупність технічних засобів для поширення змісту інформації, це нав’язування моделей. ЗМІ посилюють демонстративну природу будь-якої політичної дії, завдяки ЗМІ створюється цілісна система інтерпретації, з якої не може вислизнути жодна подія і в якій зникає будь-яка випадковість. Політична наука має в своєму арсеналі багато досліджень простору ЗМІ. Ці дослідження змінювались та еволюціонували протягом часу. В сучасній ситуації мультипарадигмального стану політології необхідно простежити еволюцію досліджень інституту ЗМІ та ролі, яку відіграють засоби масової інформації в політиці. Працюючи в рамках чотирьох загальнотеоретичних підходів: інформаційного, семіотичного, системного і діяльного, теоретики масової комунікації кооперують дослідження в цій сфері як в історичній, так і в теоретичній перспективі. Це тим більше важливо

тому, що вчені також залучені до процесу культурного виробництва, одночасно виробляють та споживають комунікаційні продукти сучасного суспільства.

Розглянувши основні положення теорій західних вчених Ю.Габермаса, Г.Ініса, М.МакЛуана, Ж.Бодрійяра, Дж.Томпсона, Г.Маркузе, Т.Парсонса, М.Кастельса, П.Шампаня, росіян А.В.Соколова, Л.Землянової, В.Конецької, І. М.Засурського та українських авторів Н.Костенко, С.Макеєва, М.Томенко та інших ми можемо стверджувати наступне. Предметом політологічного вивчення ЗМІ виступають організаційно оформлені учасники комунікаційного впливу, агенти політичного поля, незалежно від того, виступають вони як комунікант чи реципієнт в даному просторово-часовому відрізку політичного буття.

Політика в процесі комунікації є плюралістичною сферою відкритого обговорення важливих для суспільства питань і тем. ЗМІ в сучасному політичному процесі виконують ідеологічну функцію - вони являють собою трибуну для висловлення різних точок зору. Завдання ЗМІ - не підтримувати будь-яку сторону в політичному протистоянні, а турбуватись про те, щоб підтримати саме поле дискусій і суперечок, дати висловитися всім, хто має право голосу і є політично коректним. Ю.Габермас і Дж.Томпсон наголошують на тісному взаємозв'язку громадянської сфери, простору, вільного від безпосереднього впливу держави, і простору політичних дискусій, що знаходять відображення в текстах і образах ЗМІ.

У другому розділі **“ЗМІ в структурі владних відносин”** дисертант аналізує масову інформацію як основу політичної влади ЗМІ, що дозволяє засобам масової інформації виступати в якості посередника в політичному діалозі.

У підрозділі 2.1 *“Політична влада ЗМІ”* здійснено аналіз зміни поля політичної влади, яка змістилася від інститутів примусу до сфери високотехнологічних комунікацій та засобів масової інформації. Традиційне розуміння влади представлене у позитивістській парадигмі. Згідно з нею основу влади складають державні інститути, які утворюють у демократичному суспільстві три гілки влади: законодавчу (“першу”), виконавчу (“другу”), судову (“третю”). Широко розвинуте розуміння влади у біхевіористській парадигмі. Влада постає як неформальний вплив - “влада грошей” і “влада громадської думки”, “авторитет знання” і “авторитет вождя”, “сила слова” і “сила прикладу”. Інформаційна хвиля розвитку суспільства характеризується відношеннями влади, що засновані на знанні, інформації та використанні комунікаційних каналів, в першу чергу - ЗМІ. У тоталітарних та посттоталітарних державах влада ЗМІ часто ставиться під сумнів. Проте у демократичних державах “дифузний тиск” ЗМІ дорівнює, а часом і переважає над дією політичної й економічної влади. Основа влади ЗМІ - інформація, знання, образи, які тиражуються й розповсюджуються. Засоби масової інформації відкривають “зони мовчання”, аналізують, інтерпретують, і - головне - створюють політичні події. Влада ЗМІ полягає у виробництві-відтворенні політичної реальності через комунікації. Влада сама стає засобом комунікації, який конструє політичну реальність, відношення влади переміщуються у сферу комунікації. Засоби масової інформації являють собою інститут, що

має владу конструювати політичну реальність без застосування насильства чи економічного тиску, виключно комунікативними засобами.

У підрозділі 2.2 *“Діяльність ЗМІ в ідеологічному контексті”* розглянуто ідеологічні концепції, що домінують у політичній реальності України і в рамках яких розгортається сучасний дискурс ЗМІ. Так, проаналізована діяльність ЗМІ в контексті концепції ринкових реформ (ідеологія “ринкового фундаменталізму”) і трансформаційної парадигми. У порівнянні із радянською системою пропаганди, нова українська система ЗМІ відрізняється різноманітністю точок зору, в основі якої - конфлікт інтересів власників чи співзасновників засобів масової інформації, проте “публічної сфери”, сфери громадянського діалогу, в якій суспільство могло б визначити своє майбутнє через відкрите і раціональне обговорення різних проблем, як не було, так і немає. Для “ринкової” моделі діяльності ЗМІ характерним є бажання отримати комерційну вигоду від продажу інформації, а для моделі, заснованої на “державницькій” ідеології, головне - лобіювання інтересів держави в інформаційному просторі. Діяльність ЗМІ в ідеологічному контексті можна розглядати в рамках “чотирьох теорій ЗМІ”, згідно з якою система ЗМІ може бути авторитарною, патерналістською, комерційною і демократичною. Авторитарною є така система ЗМІ, в якій основним завданням комунікації є передача інструкцій, ідей та підходів правлячої групи. Патерналістська система - це авторитарна модель, в якій, проте, у правлячої групи зберігається відповідальність перед суспільством. Третя система ЗМІ - комерційна. Хоча комерційна система відрізняється від авторитарної чи патерналістської більшим ступенем внутрішньої свободи, можна говорити все, що завгодно, за умови, що ви можете дозволити собі говорити, і говорити з прибутком. Демократична теорія ЗМІ наголошує, що істинне завдання ЗМІ - описувати картину реальності, завдяки якій у людей з'являється можливість приймати свідомі рішення. І чим краще ЗМІ будуть справлятися з цією роллю, тим більшим буде їх власний вплив.

У підрозділі 2.3 *“Інтегруюча роль ЗМІ в політичному діалозі”* автор розглядає діалог як єдиний вихід з політичного конфлікту і аналізує роль ЗМІ в політичному діалозі. До політичного діалогу, ініційованого засобами масової інформації, висувається ряд вимог. Діалог - це свого роду “переговори з підсумковою домовленістю”, шлях від розходжень через обговорення до зближення позицій і рух до єдиного рішення. Дух діалогу - конструктивний пошук рішення в ході дискусії, полеміки, співставлення підходів й аргументів, ідей та рішень. При цьому ділянок діалогу безліч: це діалог між громадсько-політичними силами, між ними і владою, між владою і громадянами; і скрізь вирішальну роль відіграють ЗМІ. Вони ведуть діалог і між собою, і з владою, і з громадсько-політичними силами, і з різними соціальними інститутами, і з громадянами. Характеристики “спільних інтересів” у політичній реальності мають виникати в ході пошуку точок дотику, через співставлення поглядів, у результаті боротьби ідей як позитивний підсумок діалогу, висновки з обговорення, але ніяк не повинні бути заданими наперед. Діалог у політичній реальності виступає засобом виявлення істинного стану речей у ході обговорення між зацікавленими сторонами.

У політичному діалозі з приводу реальності переможцями можуть бути всі, а переможених бути не повинно. Незважаючи на те, що у процесі діалогічного пошуку йде боротьба (одні ідеї відкидаються, другі - приймаються, а треті - трансформуються), але це боротьба особливого роду. У виграші виявляються всі, якщо дивитися на виграш, як на придатне для усіх вирішення проблеми суспільного життя, яка хвилює всіх учасників. У політичному діалозі зацікавлені всі, хто діє у політичній реальності. Засоби масової інформації, конструюючи політичної реальність, виявляють позиції політиків і презентують політичну аргументацію в структурі діалогу. Основа діалогу - це знання, інформація про політичну реальність. ЗМІ виконують функції загального інформування учасників і попередню комунікаційну підготовку та взаємне представлення кола політиків, зацікавлених у вирішенні проблеми та їх позицій. Засоби масової інформації займають в політичній реальності позицію представника громадськості, медіатора, який зацікавлений у найкращому для “пересічного громадянина” вирішенні політичної проблеми будь-якого масштабу. У цілому для політичного діалогу характерні такі етапи: визначення сторонами своєї позиції; домовленість про надання темі, що обговорюється, однакового значення; сторони діалогу повинні однаково трактувати основні терміни. На кожному з етапів без ЗМІ як “медіаторів”, що працюють на громадськість, політичний діалог неможливий. Роль ЗМІ полягає у структуруванні і визначенні поля громадських дискусій і суперечок, поле ЗМІ - це поле вільного раціонального висловлювання думок (сумнівів). Діалог, переговори мають проходити не за правилами влади, а за правилами раціонального політичного дискурсу. Питання, що задає влада під час референдуму, як і альтернативи, створювані державою під час виборів, практично передбачають відповіді суспільства. Влада грає за правилами, які сама для себе встановлює. Єдиний вихід - змінити направленість ініціатив. Рух інформації має ініціюватися представниками спільнот, підхоплюватися ЗМІ й актуалізуватися в публічних дискусіях. Комунікативна влада ЗМІ створює систему доказів, яку в демократичній правовій державі адміністративна влада навряд чи зможе насмілитися ігнорувати.

У третьому розділі “Розвиток ЗМІ в сучасній Україні” розглядаються внутрішні та зовнішні чинники становлення українських ЗМІ, досліджується дискурс ЗМІ у передвиборчій кампанії 2002 року.

У підрозділі 3.1 “Посткомуністична трансформація ЗМІ в Україні” аналізується місце та роль засобів масової інформації в полі виробництва культурних символів, що були фоном для політичних трансформацій останніх 11 років. Вдаючись до аналізу особливостей посткомуністичного суспільства, що трансформується, потрібно насамперед зважати на унікальність цього історичного феномена, зумовлену одночасністю, з одного боку, процесів подолання комуністичної спадщини в економіці, політиці, ідеології і, з другого - побудови нової “постімперської” державності. У кінці 80-х - початку 90-х років стався остаточний крах комуністичної реальності. У той момент усе, що нам залишилося від СРСР, - це подоба держави, системи науки, освіти, армії, засобів масової інформації, якими ми їх знали раніше. В той же час з’являлися нові інституції, запозичені у Заходу. Це

комерційні структури, банки, органи місцевого самоврядування, приватні мас-медіа. Проте якісно позиція ЗМІ не змінилася. Українські мас-медіа так і не стали акторами у полі політики. Змінилися позиції регіональних еліт, і засоби масової інформації, так і не набувши власного голосу, стали відлунням кланових інтересів. Тому вони орієнтовані як на переконуючу дію, на знищення і розігрування смислу, так і на активне співробітництво з владою, працюючи на замовлення і здійснюючи маніпулювання інформацією. “Тектонічні” зміни посткомуністичної доби знаходяться в площині суспільного “погляду” на світ, у ставленні до політичної реальності. Це сфера цілком символічна, і роль ЗМІ в пропагуванні символів та смислів нової доби - принципова. Для дискурсу посткомуністичних ЗМІ характерне включення в сучасний інформаційний потік звернень до знаків і символів епохи, що відійшла. Не менше значення має політична позиція засобів масової інформації під час виборів. В Україні, де, на відміну від комуністичних часів, вибори не бувають “безальтернативними”, саме ЗМІ відводиться роль посередника, “тлумача” між політиками та громадськістю.

У підрозділі 3.2 *“Дискурс ЗМІ у передвиборчій кампанії 2002 року”* здійснюється аналіз основних питань виборчої кампанії до Верховної Ради України, що педалювалися в засобах масової інформації. Характерними темами були такі: тема застосування адміністративних ресурсів влади (це пояснюється, окрім іншого, і тим, що в кампанії брав участь блок “За Єдину Україну”, у складі якого були деякі вищі посадові особи); позиція регіональних ЗМІ, які залежать від регіональної влади; тема теледебатів, які вперше пройшли на загальнонаціональних і на мультирегіональних каналах; вибори до Верховної Ради розглядалися як перший тур виборів Президента України, які відбудуться в 2004 році; засобами масової інформації аргументовано відзначалася відсутність відмінностей в економічних програмах блоків “За Єдину Україну” та “Наша Україна”; передвиборчий політичний дискурс українських ЗМІ розгортався не стільки навколо програмних положень, скільки довкола використання комунікативних технологій. Преса, радіо і телебачення дискутували проблему використання PR (public relations - “зв’язки з громадськістю”) і передвиборчих технологій. Ще один сюжет, традиційно популярний у передвиборчі місяці, - це етичний аспект інформаційного забезпечення виборів. Мова йде, перш за все, про етику журналістську й етику політехнологів. Серед позитивних моментів передвиборчої кампанії слід відзначити створення Всеукраїнського громадського моніторингового комітету, який здійснював громадський контроль за ходом виборчої кампанії, інформування громадськості України і міжнародної спільноти про відповідність проведення виборчої кампанії 2002 р. до норм національного законодавства і міжнародного права. Продуктивно працювала Громадська комісія із журналістської етики, яка ініціювала розробку етичного кодексу українських журналістів. Розуміючи необхідність розробки етичного стандарту поведінки журналістів, Товариство професіональних журналістів прийняло “Кодекс професійної етики”. Українські ЗМІ можуть орієнтуватися у своїй роботі і на прийняту Міжнародною федерацією журналістів Декларацію принципів поведінки журналістів.

У підрозділі 3.3 *“Глобалізація як зовнішній чинник розвитку ЗМІ в Україні”* наголос ставиться на ролі зовнішніх факторів впливу на українські засоби масової інформації. Глобалізаційні процеси, що розвиваються на теренах Західної цивілізації, мають в основі розквіт демократичних цінностей, розвиток комунікації та ЗМІ (включно з Інтернет), поступово охоплюють й Україну. Глобалізація - це економічна, політична, культурна система, що прийшла на зміну системі відносин холодної війни. Глобалізація є об’єктивним процесом, породженим початком інформативної технічної революції, вона стала можливою після подолання бінарного протистояння світової капіталістичної та комуністичної систем. Глобалізацію можна розглядати як комунікативний феномен. Це процес не лише економічної, а й культурної інтеграції. В сучасному світі вже не можна побудувати загорожу від інформації. ЗМІ відіграють значну роль в економічних, політичних процесах, які ініціює глобалізація. Але, головне, - це конструювання уявного простору, єдиного і спільного для різних націй, держав, політичних, ідеологічних, економічних та культурних систем. Як і інші “мегаконцепції” людського розвитку, глобалізація охоплює весь простір людської комунікації. Технологічний аспект глобалізації, що зараз домінує в світі, призведе до змін в просторі комунікаційної уяви, сприйняття та інтерпретації світу, світогляду.

У **висновках** дисертації підбито основні підсумки дослідження, сформульовано практичні рекомендації щодо використання одержаних результатів.

У сучасному світі серед усіх засобів комунікації домінуюча роль належить засобам масової комунікації. Влада ЗМІ - це влада інформувати, пізнавати й повідомляти, критикувати й підтримувати, створювати знання про світ, який нас оточує.

Основою для комунікацій в політичній реальності виступають відмінності у розумінні “суспільного блага” і шляхів його досягнення. У результаті комунікативного протиставлення виникають конфлікти, єдиний політичний вихід з яких у сучасному світі лежить в галузі масової комунікації і реалізується у формі політичного діалогу. Завдяки відмінностям виникає політична комунікація як діалог з приводу розподілу владних ресурсів. Відмінності між позиціями роблять можливими комунікативні форми конструювання політичної реальності, а роль ЗМІ полягає в підтримці політичного діалогу між позиціями.

Доступ до інформації та інформаційних технологій є основою передвиборчої кампанії в Україні. Засоби масової інформації дозволяють контролювати цілі сегменти політичної реальності і здійснювати політичну владу. Влада ЗМІ полягає у трансформації політичної реальності через комунікації.

Становлення національної системи ЗМІ відбувається під дією внутрішніх і зовнішніх факторів. Внутрішній аспект - це політичні, економічні й культурні трансформації в Україні останнього десятиріччя. Зовнішній аспект - це процеси глобалізації, на фоні яких відбувається розвиток українських ЗМІ. Процеси глобалізації істотно впливають не лише на інститут ЗМІ, але і на процес формування національної (громадянської) ідентичності, і на всю сферу політичної культури України.

Сучасні засоби масової інформації являють собою моделі реальності, альтернативні “картини світу”. ЗМІ в політичній реальності задають простір вибору між альтернативами, полюсами суспільного розвитку. Політична влада ЗМІ полягає у можливості створювати явища силою слова (й образу), представляти моделі й альтернативи політичного розвитку - тобто задавати комунікативні координати для політичної дії. Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності полягає у виявленні позицій політиків і презентації політичної аргументації в структурі діалогу.

Влада ЗМІ може бути спрямована на руйнування демократичних інститутів і процесів, а може бути використана для підтримки демократії.

Засоби масової інформації - це унікальний канал звернення до найширшої аудиторії, засіб постійного контакту між партнерами по діалогу та їх прибічників і противників. Це поле політичного діалогу, де можливі різні маневри, зміни позицій, зміни у стратегії і тактиці, використання величезного багатства засобів кодування і передачі інформації. Засоби масової інформації постають не лише як ініціатор діалогу, але і як дійова особа діалогічного конструювання політичної реальності. Дії ЗМІ спрямовані не на перемогу однієї із сторін, а на досягнення загального позитивного результату. У сучасному суспільстві ЗМІ - це простір демократичного дискурсу, який створює фундаментальні умови вербального і практичного конструювання політичної реальності через комунікативну взаємодію.

Політика - це не замкнута сфера, саме комунікаційні канали забезпечують циркуляцію символів і значень в суспільстві, ініціюють постановку проблемних питань, перетворюючи проблеми повсякденного життя в політичні теми і навпаки. Створення “громадських” ЗМІ, пояснення і прийняття деонтологічних основ журналістської діяльності дозволить журналістам зайняти в політичній реальності місце “медіаторів” і виконувати лише їм притаманну роль ініціаторів і каталізаторів політичного діалогу.

Список опублікованих праць за темою дисертації:

1. Яковлев Д.В. Идеология средств массовой коммуникации // Актуальні проблеми політики: Зб. наук. пр. - Одеса: Астропринт, 2000. - Вип. 9. - С. 189-191.
2. Яковлев Д.В. СМИ: современная ситуация // Актуальні проблеми політики: Зб. наук. пр. - Одеса: Юридическая литература, 2000. - Вип. 10 -11. - С. 608 - 610.
3. Яковлев Д.В. Политический процесс в правовом государстве: роль СМИ // Правова держава: Зб. наук. пр. - Одеса: Астропринт, 2000. - №2. - С. 116-123.
4. Яковлев Д.В. Социологические интерпретации политической реальности // Правова держава: Зб. наук. пр. - Одеса: Астропринт, 2001. - №.3 - С. 199-203.

5. Яковлев Д.В. Масс-медиа и реальность: опыт политической трансформации // Філософія, культура, життя: Зб. наук. пр. - Дніпропетровськ: Наука і світ, 1999. - Вип. 6. - С. 223 - 227.

АНОТАЦІЯ

Яковлев Д.В. Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності. - Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 - політичні інститути та процеси. Одеська національна юридична академія, Одеса, 2003.

Дисертація присвячена дослідженню ролі засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності. Аналізуються засоби масової інформації як ключова позиція в структурі політичної влади, визначається роль ЗМІ в комунікативному формуванні демократичних інститутів, комплексно досліджуються внутрішні та зовнішні фактори розвитку ЗМІ в Україні. Засоби масової інформації розглядаються виключно як діючий суб'єкт, який за допомогою комунікацій конструює політичну реальність.

Зроблено політологічний аналіз процесу конструювання реальності і ролі ЗМІ в ньому, розглянуто комунікативний аспект політичної влади.

Засоби масової інформації презентовані в контексті ідеологічних концепцій та ідентифіковані як посередник в суспільному діалозі.

Запропоновано практичні рекомендації щодо розвитку ЗМІ в Україні.

Ключові слова: ЗМІ, політична реальність, політичний діалог, конструювання політичної реальності, комунікація, дискурс ЗМІ.

АННОТАЦИЯ

Яковлев Д.В. Роль средств массовой информации в конструировании политической реальности. - Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 - политические институты и процессы. - Одесская национальная юридическая академия, Одесса, 2003.

В диссертации на основе данных теоретических и прикладных исследований дана политологическая оценка роли средств массовой информации в конструировании политической реальности. Проведён комплексный анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на становление и развитие института СМИ в Украине. СМИ выступают в качестве посредника в политическом диалоге, выполняя в политической реальности функции создания, интерпретации и передачи информации для массовой аудитории. Размещая событие в символическом пространстве

коммуникации, средства массовой информации воссоздают, реконструируют политический факт. Рассматривая СМИ как действующее лицо в конструировании политической реальности, автор считает, что СМИ - это инстанция интерпретации, обладающая властью утверждать, навязывать и отстаивать политическую позицию.

В Украине политический процесс характеризуется возрастающим влиянием коммуникационных процессов. Изготовление, распространение, получение и интерпретация политической информации играют большую роль в современной политике. Политическая коммуникация в средствах массовой информации становится определяющим фактором развития всех институтов общества.

В диссертационном исследовании раскрыта сущность конструирования политической реальности, установлены коммуникативные основания этого процесса, анализируется функционирование украинских СМИ в политической реальности посткоммунизма. Политическая информация рассматривается в качестве основы властеотношений СМИ, общества и государства. Демонстрируется позиция СМИ в идеологическом пространстве. Автор отмечает взаимосвязь между существованием свободы слова в СМИ и функционированием демократии как политического режима. Проведено исследование дискурса украинских СМИ во время выборов в Верховную Раду Украины 2002 года. В результате исследования определены доминирующие сюжеты предвыборного дискурса СМИ, среди которых тема использования административного ресурса (одновременно с дискуссиями по уточнению этого понятия), позиции региональных СМИ, отсутствие принципиальных отличий в предвыборных программах блоков “Наша Украина” и “За Единую Украину”, использование коммуникативных предвыборных технологий.

Анализируя роль средств массовой информации в конструировании политической реальности, автор отмечает, что СМИ должны занимать позицию посредника в общественно-политическом диалоге, выступая в качестве инстанции интерпретации других политических позиций. Политическая задача СМИ, по мнению автора, - это забота о поддержании самого поля дискуссий и споров. Политика рассматривается в качестве плюралистической сферы открытого обсуждения общественно важных тем, а основная задача средств массовой информации - это предоставить трибуну для презентации и интерпретации различных точек зрения.

Позиция украинских СМИ формируется под влиянием политической реальности посткоммунизма и феномена глобализации. Средства массовой информации в Украине действуют в системе отношений власть - общество, роль журналистов - быть посредниками в политическом диалоге.

Создание “общественных” СМИ, обеспечение свободы слова и свободы интерпретации, прояснение деонтологических оснований журналистской деятельности позволит средствам массовой информации выполнять присущую им функцию инициаторов и катализаторов политического диалога.

Ключевые слова: СМИ, политическая реальность, политический диалог, конструирование политической реальности, коммуникация, дискурс СМИ.

SUMMARY

Yakovlev D.V. Mass media's role in the forming of political reality.- *Manuscript.*

The thesis for receiving a pre-doctor's scientific degree of political sciences by speciality 23.00.02 - political institutes and processes. Odessa Law Academy, Odessa, 2003.

The thesis is dedicated to researching the mass media's role in the forming of political reality. The mass media is analyzed as the vital position in the structure of political power, its role is determined in communicative forming of democratic institutes. There is also a complex search of inner and external factors of mass media's development in Ukraine. The mass media is regarded as an active subject which forms political reality with the help of communications.

This thesis shows a political analysis of the process of forming reality and the role of mass media in this process. It also shows the communicative aspect of political power.

The mass media is represented in a context of ideological conception and is identified as the intermediary in a common dialogue.

There are practical recommendations concerning mass media's development in Ukraine.

Key words: mass media; political reality; political dialogue; forming of political reality; communications; mass media discourse.