УДК 32.019.51

## КОНФЛИКТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МАСС-МЕДИЙНОГО ПОЛЯ УКРАИНЫ

Збрицкая Л.Г.

В статье рассматриваются масс-медиа Украины, их роль в демократическом строительстве украинского государства и их конфликтный потенциал.

**Ключевые слова**: масс-медиа, демократия, конфликт.

Политический конфликт давно уже вошел в жизнь современного украинского общества, он не только занял свое место, но фактически превратился в основу политической деятельности. В связи с тем, что современные средства массовой информации выполняют в первую очередь функции «установления повестки дня», организации и упорядочения социального пространства, отражение реально существующих конфликтных ситуаций в политике начинает приобретать в массмедиа особое значение.

Объектом исследования являются украинские масс-медиа в плоскости их взаимодействия с акторами политического поля Украины. **Предметом** выступает конфликтный потенциал современного масс-медийного поля Украины. **Целью** статьи служит выявление информационной компоненты в политических конфликтах современной Украины.

Для выполнения поставленной цели необходимым представляется решение ряда задач:

определение роли СМИ в процессе демократизации современной Украины;

анализ степени политизированности и ангажированности современных украинских СМИ;

поиск возможностей решений конфликтных ситуаций политического поля Украины с помощью масс-медиа.

Основной тезис о средствах массовой информации как организаторе или менеджере социального пространства Украины основан на теории «agenda-setting» американских исследователей коммуникационного поля политики Д. Шоу и М. Маккомбса. Согласно ей СМИ формируют актуальную «повестку дня» задавая акценты и направления общественной деятельности, а также, используя механизмы доверия аудитории, транслируют общие поведенческие паттерны [15].

Указанная теория относится к категории теорий «умеренного воздействия», не утверждавших (как это делал, например, наиболее известный представитель теорий «неограниченного воздействия» Г. Лассуэлл), что СМИ подобны «инъекционной игле», имеющей абсолютную власть над индивидом [13]. Однако теория «установления повестки дня» предполагает значительно большее влияние, чем то, о

котором говорили сторонники теорий «минимальных эффектов», такие как П. Лазарсфельд, Б. Берельсон и другие [14].

Сущность теории «agenda-setting» заключается в том, что СМИ оказывают влияние не на то, что должен думать индивид, а на то, о чем в данный момент он должен думать: какой набор тем является в данный момент значимым для общества, какие эмоциональные и смысловые акценты он (индивид) должен расставить. Эта деятельность СМИ приобретает первоочередное значение в процессе демократических трансформации и в период политического становления нации.

Обратимся к концепции либерального плюрализма, важным тезисом которой является условие наличия независимых масс-медиа как необходимого элемента современной демократии [3]. Известный исследователь коммуникативных процессов общества и сторонник идей либеральной демократии У. Липпман, исходя из того, что главным «оружием» масс-медиа является символ, пишет: «традиционный демократический взгляд на жизнь связан не с экстремальными ситуациями и опасностями, а со спокойствием и гармонией. И поэтому там, где массы людей должны взаимодействовать в условиях непредсказуемой и взрывоопасной среды, необходимо обеспечить единство и гибкость на фоне отсутствия реального согласия. Это и делает символ. Он затемняет персональные намерения, нейтрализует дискриминацию и экранирует личные цели. Он сковывает личность и в то же время чрезвычайно обостряет намерения группы и сплачивает ее ... Символ мобилизует массу и демобилизует личность. Он является инструментом, с помощью которого за короткое время масса выходит из состояния инерции... Благодаря этому ее можно вести по извилистому пути, порожденному сложностью ситуации» [4, с. 232].

Символика современных украинских медиа крайне насыщенна. Этот тезис исследований подтверждают данные многолетних центра Разумкова демонстрирующие, что единственным способным обеспечить стабильность в сфере доверия граждан наравне со СМИ общественным институтом является церковь [17]. подтверждаются исследованием, проведенным «Демократические инициативы» еще в 2007 году. По его результатам, институтами, пользующимися доверием граждан, являются (в иерархии доверия): церковь, вооруженные силы и СМИ. Все политические институты (включая Президента Украины, Правительство, Верховную Раду и т.д.) получили отрицательный индекс доверия в интервале от -13% до -46% [10].

Указанные показатели недоверия демонстрируют конфликтный потенциал украинского общества, который сохранился по сей день и является серьезной проблемой для устойчивого демократического строительства. Наличие этого угрожающего потенциала подтверждают уже упомянутые данные социологических опросов центра Разумкова. Начиная с оценки населением общей ситуации в стране и до определения гражданами состояния прозрачности деятельности власти и обеспечения прав и свобод граждан, с 2007 года наблюдаются тренды резкого роста негативных оценок (порядка 30-40%!), утверждающих, что ситуация изменилась в худшую сторону.

В связи с этим, рассмотрим подробнее походы к активности СМИ в нестабильной политической ситуации. Ж. Бодрийяр пишет в «Реквиеме по массмедиа», что заполнявшая раньше газетные хроники конфликтуализация событий,

обретает новый смысл, а именно: благодаря масс-медиа в происшествиях кристаллизуются новые формы политики.

Применяя это положение к современным политическим реалиям, можно сделать вывод, что в данное время существуют большие возможности для воздействия и манипуляции украинским обществом со стороны представителей государственных структур и олигархических групп, контролирующих масс-медиа. В условиях политического и экономического кризиса украинского государства эти «игры» на внутреннем и внешнем медиа-поле могут привести к явлениям, которые крайне сложно контролировать. Кто и какими средствами влияет на работу одного из самых авторитетных институтов в стране?

По мнению медиа-эксперта «Телекритики» А. Беримца, в Украине можно выделить три категории медиа-собственников. Во-первых, это предприниматели, «для которых медиа являются единственным или основным объектом приложения своих финансовых и интеллектуальных ресурсов» [5]. Следующая категория - это «предприниматели, основной бизнес и доход которых сосредоточены в других сферах экономики» [5]. Для таких собственников медиа-ресурсы - это в первую очередь социальный статус, поддержка бизнеса и т.д. Они более чем представители первой категории подвержены угрозе политического влияния или сотрудничества, хотя и первые ее полностью не лишены. Последняя категория - это «иностранные медиа-группы, являющиеся стратегическими инвесторами» [5].

Практически все рейтинговые медиа-ресурсы являются частью различных медиа-холдингов. Эта ситуация является следствием множественной роли СМИ: масс-медиа выступают одновременно как социальный, политический и как экономический актор. Также СМИ находятся в состоянии двойной зависимости: от публики, которая является покупателем медиа-продукта, задавая, соответственно, определенные требования, и от собственника, который непосредственно обеспечивает производство этого медиа-продукта.

Двойная зависимость обеспечивает значительную степень политизированности украинских СМИ, что имеет свои проявления. Одно из них - это многочисленные политические шоу, которые по данным GfK-Ukrain обладали немалым рейтингом, от 1, 62 («Майдан. Народное ток-шоу») до 22, 19 («Свобода на Интере») в феврале 2009 года [1].

Еще одним примером конфликтного и слабо продуманного участия украинских СМИ в глобальных политических процессах могут служить информационные войны, обострившиеся с августа 2008 по январь 2009 годов.

Исследование «Украинских медиа в информационных спецоперациях в период войны в Грузии», проведенное аналитической группой кампании рго.mova, в период с 8 по 13 августа 2008 года включительно, демонстрирует множество примеров нарушений и манипуляций [16]. Состоящий из двух основных частей анализ, включает в рассмотрение подачу российско-грузинского конфликта в рамках трансляции его на восьми телеканалах (отобранных по принципу рейтинговости и уникальности) и в трех ведущий украинских Интернет-медиа. Анализ вещания телеканалов осуществлялся качественным методом, что обусловило некоторую спорность его выводов. Использование слова «война» оценивается авторами в качестве более предпочтительного в сравнении со словом «конфликт». Хотя первое,

очевидно, содержит больше негативных эмоциональных коннотаций, связанных с фактами истории.

Стоит отметить, что исследователи противоречат сами себе, сообщая, что «найперші повідомлення, що лунають в українському телеефірі - це аргументи Росії щодо миттєвого втручання у протистояння між Грузією та Південною Осетією. За рахунок суперфраз Дмітрія Медведєва усі телеканали подають позицію Росії прямою мовою ...» [16]. Однако, анализируя каждый отдельный день, они констатируют, что в утренних и дневных новостных передачах всех каналов первого дня информация была посвящена нападению на Цхинвали (без упоминания России).

Характер подачи материалов в СМИ свидетельствует: 1) о превалировании информационных источников Российской Федерации с вечера первого дня, которыми активно пользовались украинские каналы; 2) об отсутствии собственной позиции у представителей украинской элиты и СМИ в первые дни и эксплуатация данной темы для позиционирования своих внутриукраинских интересов в два последние дня; недостатка объективных оценок и аналитических комментариев, учитывающих мнение международных экспертов и геополитической обстановки. Аналитики отметили, что информация подавалась в соответствии с политическими интересами собственников каналов.

Ряд ошибок и неточностей работы СМИ продемонстрировало количественное украинских Интернет-медиа («УНІАН», «Корреспондент» исследование было продемонстрировано «Подробности»). Ими также неравномерное использование источников информации о рассматриваемом конфликте, среди которых доля российских составила ежедневно от 29% («УНІАН») до 86% («Подробности»). При этом доля украинских составила от 3% («Корреспондент») до 32% («Подробности»). В то же время доля западных составила от 0% («Подробности», «Корреспондент») до 33% («Корреспондент»). Сочетание данных соотношений с ситуацией использования только двух типов источников (российские (86%) и украинские (14%) - «Подробности») и данных без обозначения источника (до 11% «YHIAH») являются очевидным непрофессионализма украинских Интернет-медиа. А все данное исследование позволяет судить о необъективности и односторонности украинских медиа в целом [16].

Данные выводы подтверждают и исследования «Телекритики», проведенные с декабря 2008 по январь 2009 годов. В статье «Сюжети із запахом газу» авторы продемонстрировали результаты мониторинга теленовостей и деловых программ украинских телеканалов за период 15.12.08 - 4.01.09. Данный период является временем «газового конфликта» России и Украины.

Результаты представленного исследования также несколько спорны. Главные его выводы - намеренное «вредительское» стремление украинских телеканалов презентовать позицию представителей Российской Федерации и такое же спланированное «нападение» на премьер-министра Украины Ю. Тимошенко. Второй момент легко объяснить тем, что среди анализируемых каналов («Інтер», «Украина», «ІСТV», «5 канал») ни один не входит в сферу влияния Ю. Тимошенко и БЮТ [8].

Согласно предложенного превалирование материалам исследования, российских источников (аналогично случаю «российско-грузинского конфликта») было обусловлено более профессиональной работой российской стороны: наличия большого количества материала, слаженной позиции, ярких высказываний политических лидеров. Подтверждением этому может служить функционирования с 2008 года российского сайта www.gazpromukrainefacts.com, в рамках которого информация, касающаяся конфликта, подробно раскрывается на английском языке, осуществляя презентацию его для стран Запада и в первую очередь западных журналистов.

Проведенный обзор украинской еженедельной прессы свидетельствует об определенной неслаженности в работе украинских журналистов. Из четырех наиболее рейтинговых и тиражируемых печатных СМИ только одно - «Аргументы и Факты» - в Украине вышли в период «конфликта» (01.01.09 - номер был преимущественно праздничным). Основная работа была возобновлена 14-го («АиФ»), 16-го (газета «2000»), и 17-го («Зеркало недели» и «Корреспондент»). Все статьи о «проблеме газа» оказались посвящены события 1-2 недельной давности. Несвоевременность компенсировалась количеством: 10 статей связанных с вопросами газа и отопления в газете «2000», 13 - в «Зеркале недели». В позиции СМИ четко прослеживается идеологическая направленность:

антироссийская (Уильям Тейлор: «Европейцы могли бы договариваться об условиях транзита напрямую с украинцами»; в «Зеркале недели» вышли статьи с такими заголовками: «Газовый Мюнхен, или Стоит ли Европе кормить крокодила?», «Россия стремится «изменить статус украинской ГТС»);

пророссийская («Голубая удавка на европейской шее» - в «Аи $\Phi$ », «На газовом фронте без перемен» - в газете «2000»).

**Выводы**. Посредством экономической и политической зависимости СМИ представляют собой поле презентации различных противоречивых политических взглядов. Это приводит к конфликтуализации масс-медийного поля Украины, что является серьезной проблемой демократического строительства нашего государства.

Вариантами решения данной проблемы могут выступать несколько каналов работы. Первый канал — «Государство/СМИ» — предполагает проработку механизмов взаимодействия данных институтов: облегчение и ускорение передачи информации от представителей государственных органов всех уровней в средства массовой информации и, более того, целенаправленную активную работу государственных органов в этом направлении; обеспечение возможностей для реального независимого вещания, в частности, посредством работы с Комитетом по журналистской этике, способствующей повышению качества работы журналистов и т.д.

Второй канал – «СМИ/СМИ» – предполагает работу журналистов над повышением качества выпускаемых материалов, обеспечиваемую совместно выработанным комплексом правил и процедур взаимодействия, исполнение которых должно контролироваться непосредственно работниками СМИ, что позволяет избежать цензуры и контроля, возникающих при осуществлении этих функций государственными органами.

Третий канал – «Государство/граждане» – предполагает выработку через иные (не масс-медийные) институты социализации (образования, культуры) навыков постоянного самообразования, критического мышления, самостоятельной оценки получаемой информации. Речь идет о развитии канала взаимодействия, реализуемого через систему e-government.

Комплексная работа по трем указанным направлениям будет в значительной степени способствовать стабилизации общественных отношений Украины и деконфликтуализации современного украинского общества.

## Список литературы

- 1. Бердинских К. Злые языки / Кристина Бердинских // Корреспондент. 2009. №8. С.14-16
- 2. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа / Жан Бодрийяр // Поэтика и политика: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии РАН. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя. 1999. С. 193–226.
- 3. Крос К. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: Перспективи конкуренції / К. Крос, Р. Гакет. Київ: Основи, 2000. 142с.
- 4. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2004. 384 с.
- Беримец А. Инвесторы печатного слова [Электронный ресурс] / Александр Беримец. Режим доступа: http://www.telekritika.ua/drukovani-zmi-vlasnist/2008-03-17/37161
- 6. Гранина В. Политический медиа-ресурс Ч.1. Партия Регионов [Электронный ресурс] / В. Гранина. Режим доступа: http://www.vovremya.info/art/1189609950.html.
- 7. Гранина В. Политический медиа-ресурс Ч.2. «НУ-НС» и прочие [Электронный ресурс] / В. Гранина. Режим доступа: http://www.vovremya.info/art/1189677746.html
- 8. Довженко О. Сюжеты із запахом газу [Електронний ресурс] / О. Довженко. Режим доступа : http://www.telekritika.ua/corruption/2009-01-12/43071
- 9. Зеленый В. Медиа-империализм [Электронный ресурс] / В. Зеленый. Режим доступа : http://vovremya.info/art/9431.html.
- 10. Наибольшим уровнем доверия среди СМИ в Украине пользуется TV [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.ukraine.ru/article/5.12.2002
- 11. Телевизионный рынок [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.kommersant.ua/doc.html?docId=1098087,
- 12. Передел собственников телеканалов в Украине [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://kriza.com.ua/company-business/company-business-analytics/1306-new-tv
- Lasswell H. Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide / H. Lasswell. – Princeton, Princeton University Press, 1946. – vii, 435 p.
- Lazarsfeld P. The People's Choice / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. New York: Free Press, 1944. – 187 p.
- 15. McCombs M.E., Shaw D.L. The Agenda-Setting Function of Mass Media / M.E. McCombs, D.L. Shaw // Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36. P. 176–187.
- 16. Pro Mova / [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.pro-mova.com
- 17. Центр Разумкова / [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.uceps.org

**Збрицька Л.Г. Конфліктний потенціал мас-медійного поля України** // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. – 2012. – Т. 24 (65). – № 4. – С. 237-243.

У статті розглядаються розглядують мас-медіа України, їх роль в демократичному будівництві української держави і їх конфліктний потенціал загалом.

Ключові слова: мас-медіа, демократія, конфлікт.

**Zbritskaya L.G. Conflict potential of mass-media field in Ukraine** // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Philosophy. Culturology. Political sciences. Sociology. − 2012. – Vol. 24 (65). – № 4. – P. 237-243.

The article examines mass-media of the Ukraine, its role in democratic construction of the Ukrainian state and their conflict potential all in all.

Keywords: mass-media, democracy, conflict.

Статья поступила в редакцию 18.09.2012