

ях парламентской формы правления, что в перспективе может скоординировать вектор реформирования государства в необходимом направлении. Отдельно рассмотрены угрозы и риски, связанные с реализацией стратегического курса развития Украины в условиях острого политического кризиса.

Ключевые слова: парламентская республика, стратегический курс развития государства, политическая партия, государственная политика.

DEVELOPMENT OF THE STRATEGIC COURSE OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF THE PARLIAMENTARY-PRESIDENTIAL GOVERNMENT

Nurmukhometova M. G.

In the presented research the analysis of specifics of formation of a strategic course of development of Ukraine is given. It is proved that realization of strategic tasks in the state directly depends on a form of political board. In the conditions of transformation of political system of the greatest relevance gather questions of pluralism of opinions. This principle can be realized only in the conditions of the parliamentary form of government that in the long term can coordinate a vector of reforming of the state in the necessary direction. Threats and risks connected with realization of a strategic course of development of Ukraine in the conditions of an acute political crisis are separately considered.

Key words: *parliamentary republic, strategic course of development of the state, political party, state policy.*



УДК 351.86(746.1)

Хайтам Ніамах Рахім, аспірант

МАС-МЕДІЙНІ ДИСКУРСИ ПОЛІТИЧНИХ ПОДІЙ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

У статті доводиться, що сьогодні медіа посідають центральне місце у питаннях інформування громадян про поточні проблеми. Вони слугують не тільки для передавання інформації, а й для формування суспільної думки та презентації особливих версій реальності. Через різні медіаформи, від традиційної преси до нових електронних джерел, які якісно різняться між собою, здійснюється значний вплив на масову свідомість завдяки масштабній присутності в інформаційному просторі.

Відтак медіа відіграють значну роль у артикуляції специфічних дискурсів і визначенні меж, у яких розуміється реальність, що стосується соціальних груп.

Ключові слова: *медіадискурс, медіапрезентація, політизація дискурсу, етноцентричний дискурс, дискурси домінування та демонізації, іслам, мусульмани.*

Актуальність проблеми. В умовах глобалізації роль та значення медіа різко зростають. Сьогодні вони перетворилися на розгалужену систему культурно-інформаційних монополій, які постають однією з головних опор будь-якої держави [1, с. 30]. У процесі розвитку масових комунікацій їхні економічні, ідеологічні, політичні та інші складники постійно переплітаються і впливають на зміст і форму соціокультурного життя. Як результат такого впливу медіа на суспільство об'єктивно сформувалася технологія фрагментації; під впливом пристосування до потреб масової публіки відбулося «культурне збідніння», комодифікація інформації, впровадження психології консьюмеризму в галузь ідеального, творчого, що привело до створення «культурного медіапродукту» [2, с. 28]. Майже аксіоматичним стало твердження про те, що медіа підвищує поінформованість широких верств населення. Однак недостатня якість зростаючої кількості повідомлень має загрозу відвернути увагу людей від активної участі у соціальних процесах і перетворити їх на нейтральних або спотворено ангажованих спостерігачів. З іншого боку, існує небезпека надмірної політизації інформації, її свідомого або несвідомого викривлення. Усе це спонукає переосмислити характер, спрямованість і тенденції у розвитку сучасних медіа.

Уже на початку 1970-х рр. у країнах Заходу були започатковані дослідження соціологічних та культурних значень медіа як єдиного дослідницького комплексу з концентрацією уваги на управлінських, ідеологічних і культурних аспектах маскомунікаційного впливу на людину і суспільство [3]. Майже через півтора десятиліття американський дослідник М. Шадсон визначив три напрями в дослідженнях мас-медіа: неовеберіанський аналіз раціональності у «виробництві культури» (фокусування уваги на питаннях організації роботи мас-медіа й забезпечення рівня професіоналізму й збуту, необхідного в умовах конкуренції); неомарксистський підхід (вивчення символічного значення повідомлень масової комунікації відповідно до традиційної культури Франкфуртської школи і ролі культурного апарату як ідеологічного засобу підтримки політичної гегемонії); неодюркгейміанські дослідження «публічного сприйняття» (колективні уявлення, що формуються за допомогою мас-медіа, розглядаються як спосіб об'єднання людей через утвердження у них почуття солідарності [4, с. 46].

Однак ці підходи останнім часом опинилися в очевидній небезпеці. Сьогодні ми можемо констатувати, що відбувається потужна й цілеспрямована

політизація мас-медіа. Останні займають унікальні можливості щодо впливу на суспільну думку, створення та модифікацію іміджу окремих соціальних груп, інтерпретації їхньої поведінки. При цьому об'єктами масштабних маніпуляцій можуть ставати колективні ідентичності [5]. Як зазначають експерти, медіа мають можливість політизувати питання, репрезентуючи їх у спосіб, який не мають інші інститути суспільства. Вони працюють на велику аудиторію, вплив на яку не піддається сумніву [6, с. 51]. Деякі люди усвідомлюють факт впливу медіа на суспільство, однак вважають, що особисто вони не підпадають під нього [7, с. 173]. Але, як правило, все відбувається з точністю до навпаки [8, с. 29].

Аналіз останніх джерел і публікацій. Питання політизації медіа досліджувалися такими відомими фахівцями, як С. Кідвай, Б. Кландерманс, Л. Пінтак, Д. Поттер, Е. Пул, Б. Сімон та багато інших. Теорію дискурсів засобів масової інформації, особливо стосовно мусульмансько-арабського світу, активно вивчали С. Амелі, Н. Деніел, С. Маранді, З. Сардар, Е. Сейд, Р. Траст, С. Холл та деякі інші вчені. При цьому слід зазначити, що проблематика робіт, пов'язаних з мас-медіа, весь час поширюється, зростає аналітична цінність узагальнюючих матеріалів.

Формулювання цілей статті. У статті будуть проаналізовані актуальні мас-медійні дискурси сучасності, зокрема щодо арабо-мусульманського світу.

Виклад основного матеріалу. У теоріях медіапрезентацій очевидно проглядається зв'язок з реальністю, композицією політичної системи, які враховують не тільки культурологічні думки, але й беруть до уваги структури влади, владні відношення між суспільними акторами, особливо з огляду на відношення між більшістю та представниками меншин. У науковій літературі в багатьох випадках пріоритет належить питанню непорозуміння, яке виникає при спробах побудувати діалог на взаємовигідній основі. Однією з суттєвих причин цього явища є погані (або недостовірні) комунікації, небажання або нездатність їх правильної організації. Водночас виникає логічне запитання: якщо ми повсякчас стикаємося з хибними репрезентаціями, то конче необхідно зрозуміти причини цього явища. Насамперед виникає перша очевидна відповідь — це наша нездатність описати реальність, наше внесення до об'єктивності сприйняття певних суб'єктивних моментів або щось інше.

Загальновідомо, що наші конструкції реальності значною мірою залежать від попереднього сприйняття. Сучасні оцінки проходять крізь канали першого ефекту, отриманого від попередніх, інших ефектів. І це не фіксоване враження про все, що відбувається у світі або нашій свідомості. Багато змістовних специфічних оцінок залежить від особливостей аудиторії та авторів.

Для того щоб зрозуміти специфіку медіапарепрезентацій, необхідно неупереджено подивитися на структуру дискурсу. Дискурсивний підхід до репрезентації передбачає її у формі взаємодіючого кола значень. Традиційно значення є надання об'єктам «out there» світу внутрішнього сенсу та почуттів індивідів.

Відповідно до розуміння структуралістів значення — це, насамперед, ефект значущості, і не світу та людей, а мови. Іншими словами, ми те, що і як ми говоримо, як і світ є те, що і як ми говоримо про нього [9, с. 93]. З іншого боку, на думку С. Холла, термін «дискурс» зазвичай використовується як лінгвістичний концепт, який пов'язує написане, образне, мову або навіть соціокультурний контекст [10, с. 44]. А відомий дослідник Н. Фокаулт розуміє під дискурсом групу тверджень, які забезпечують можливість мови говорити про шлях репрезентації знання на якусь специфічну тему в особливий історичний момент. Таким чином, дискурс постає як продукція знання певного історичного періоду і культури посередництвом мови.

Сьогодні зазвичай виділяють три основних підходи щодо репрезентації. Перший з них — «рефлексивний». Його іноді вважають певною мірою редуцціоністським розумінням репрезентації. Відповідні значення, а також смисли, які необхідно донести до того, хто їх сприймає, лежать в об'єкті, персоні, ідеї або події реального світу і функція мови — виступати як дзеркало, що відображає істинне значення того, що існує.

Другий — «інтенціональний підхід», насамперед, фокусується на змісті того, що автор вкладає в ньому крізь унікальне розуміння смислу посередництвом мови. При цьому великого значення набуває інтонація, асоціативні зв'язки тощо. Незважаючи на несприйняття цього підходу, важко не погодитися, що мова — це приватна справа кожної особистості.

Третій підхід — конструкціоністський, або пояснюючий. Це означає, що ніхто не може зафіксувати істинного значення того чи іншого явища (процесу) у мові. Ми використовуємо систему мови або якусь іншу систему для того, щоб представити наші концепції. Таким чином, для того щоб щось зрозуміти, треба знайти домінантні дискурси [11, с. 11].

Очевидно, що ядро сучасних репрезентацій складає дискурсивна інтерпретація, яка є незворотною. При цьому ідеологічна репрезентація є одним із найбільш загальних сучасних трендів дискурсів, особливо коли розгляду підлягають релігійні, етнічні питання та проблеми влади.

У світі, що глобалізується, ідеологічна репрезентація, по суті, виступає домінуючим дискурсом, що ставить у «привілейований стан» певні ідеї, цінності, культури і навіть цивілізації, маргіналізуючи та змінюючи інші, навіть виправдовуючи та легітимізуючи насильство проти них. Останнім

яскравим прикладом цього є російська агресія в Криму під приводом захисту прав російськомовного населення.

Слід також зауважити, що ідеологічна репрезентація не завжди виступає проектом або ефектом соціальної інженерії, але завжди йде слідом за впливами політичних систем та ідеології політичних еліт. При цьому слідом зазначити, що ідеологічна репрезентація може проявлятися у трьох основних взаємопов'язаних структурних дискурсах:

1. Етноцентричний дискурс, коли центральне місце займає «свої», «група» або «нація». Зокрема, ми, європейці (американці, росіяни тощо), на противагу решті людей. Етноцентризм проводить чітке розмежування між «ми» і «вони», що знаходило відображення у гаслах XVIII ст. «або ви з нами, або загиньте» та XXI ст. «хто не з нами, той проти нас».

2. Дискурс домінування, який, головним чином, стосується влади й ефективності її впливів. Репрезентація «ми» та «вони» набуває вигляду суттєвої переваги «ми» над слабкістю та хибністю інших соціальних груп. Це своєрідна постійна «перемога» більшості над меншістю з огляду не на кількість учасників соціальних процесів, а на ступінь дієвості їх владних проєктів, можливостей їх реалізації.

3. І, зрештою, найбільш брудний й агресивний дискурс демонізації, що ґрунтується на безчесті, лицемірстві та фантазіях. Тут усе може відбуватися відповідно до примх замовника. Цей дискурс руйнує реальність майже абсолютно й тотально.

Релігієфобія та етнофобія в цілому та ісламофобія зокрема представляють очевидні результати цілеспрямованого й свідомого перетворення певних соціальних груп на ворогів. Іноді в ісламофобії водночас демонізуються релігія та етнічність. Це, зокрема, сьогодні загальна практика західних медіа стосовно пакистанців, іракців або іранців.

Водночас існує загальна домінантна репрезентація мусульман, яка описує їх та їхню релігію у дуже неакуратній і принизливій манері. На думку А. Ахмеда, західні медіа вже тривалий час систематично й послідовно приписують мусульманам негативні риси, якості та впливи. Орієнталістські уявлення про мусульман, які яскраво представлені у творах Е. Сейда [12], як політичних анархістів та домашніх тиранів, розповсюджуються в різноманітних медіа і з часом перетворюються на усталені стереотипи. Часто-густо всі новини, пов'язані з мусульманськими центрами, інтерпретуються як негативні події [13, с. 9].

Особливо це стало помітним після терористичних актів у США 11 вересня 2001 р. та початком так званої антитерористичної війни на теренах Афганістану та Іраку. Саме в цей час у новинах західних медіа почали домінувати ворожість, яка викривляє реальність та руйнує істину. При цьому

головна деградація стандартів західних медіа та журналістики в цілому полягає в русі до окремих звукових моментів, обривків, опису швидких подій та уваги до екстремістського ісламу, який представлений доволі малою часткою мусульман на тлі понад 1 млрд осіб.

Відомий британський дослідник Б. Вітейкер підкреслює, що сьогодні існує принаймні чотири стереотипи, які циркулюють у британських медіа. Серед них нетерпимість, жіночобія, насильство або жорстокість та чужість до інших [14]. До цього слід додати синергетичний ефект старих кліше. Так, як справедливо зауважує Т. Аббас, сьогодні ісламофобія підживлюється не тільки стереотипами, але й упередженостями, пов'язаними з колоніалізмом, міграцією та расизмом [15, с. 65]. Зокрема, релігійні коріння ісламу описуються в термінах небезпеки та ірраціональності. На думку В. Конте, стосовно ісламу використовуються ті самі форми й образи, які існували десять, двадцять та навіть тридцять років назад [16].

Особливо слід звернути увагу на те, що систематичні повтори роблять інформацію майже аксіоматичною для сприйняття пересічних громадян. Деякі іміджі та стереотипи так глибоко укорінені у мас-медіа, що ісламофобія вже сприймається як природний процес. Це яскраво видно у практиці американських та європейських медіа. Зокрема, Дж. Хензелл-Томас знаходить спільне у стратегії та структурі дискурсів, які можна знайти в текстах стосовно ісламу. Воно складається з повторів, гіпербол, висміювань, метафор, звинувачень, некоректних припущень [17]. Цей новий «расизм» має хитру та тонку природу — він виявляється у повсякденних текстах та звичних розмовах. Мусульмани показуються як внутрішні вороги, ненадійні партнери, які у будь-який момент можуть виступити як «п'ята колона», тощо.

Західному суспільству тривалий час нав'язується думка, що мусульмани виявляють нещирість у їх сприйнятті демократії, плюралізму та розуміння прав людини. Уряд та політики також використовують дискурси, які потенційно породжують страх та антипатію щодо мусульман.

Необхідно також зазначити, що дуже часто некоректно використовуються певні слова. Зокрема під джихадом розуміється зовсім інше, ніж те, що мають на увазі мусульмани. А дискусія навколо хіджабу є іншим ілюстративним прикладом обмеженості мови й дискурсу, що веде читача до попередньо визначених висновків, скоріше ніж до істинних дебатів. І таких прикладів можна навести безліч. До цього слід додати також те, що в епоху глобалізації відбуваються суттєві трансформації у змісті та формах культури. Так, М. Атчикова виокремлює такі основні ознаки традиційної культури: пріоритет змістового значення культурних текстів; пріоритет свідомого над підсвідомим; дистанція об'єкта культури від глядача. У той же час сучасна культура набуває таких рис: пріоритет візуального над словесним; відмова

від усталених форм; введення змістових значень, що взяті із повсякденного життя; відмова від пріоритету раціоналізму й дидактизму, пріоритету змісту в культурі; пріоритет підсвідомого над національним; пріоритет упливу занурення глядача; виявлення споживчих якостей у культурному продукті, що викликає бажання його придбати [18, с. 25].

Таким чином, маніпулювання суспільною свідомістю стає значно простішим і може мати значні негативні наслідки. Особливо очевидною ця загроза постає для тих держав, де контроль над медіа здійснюється цілеспрямовано й системно.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Подальші дослідження передбачається здійснити у напрямках виявлення основних змістовних та формальних викривлень подій, що відбуваються в країнах Близького Сходу, в західних медіа.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кириллова Н. Б. Медиакультура: От модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд. – М. : Акад. Проект, 2006. – 448 с.
2. Зражевська Н. І. Феномен медиакультури у сфері соціальних комунікацій : дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Н. І. Зражевська ; Черкас. нац. ун-т імені Богдана Хмельницького. – Черкаси, 2012. – 427 с.
3. Терин В. П. Массовая коммуникация и социологические исследования в США / В. П. Терин // Вопр. философии. – 1970. – № 12. – С. 12–32.
4. Schudson M. The Menu of Media Research / M. Schudson // Media, Audience and Social Structure / ed. by S. J. Ball-Rokeach, G. C. Cantor. – Newbury Park, 1986. – 312 p.
5. Thompson John B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media / John B. Thompson. – Stanford, California : Stanford University Press, 1995. – 248 p.
6. Couldry N. The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age / Nick Couldry. – New York : Routledge, 2002. – 252 p.
7. Valdivia A. N. Latino/as in the Media / Angharad Valdivia. – Cambridge : Polity, 2010. – 216 p.
8. Hefzallah I. M. The New Educational Technologies and Learning / Ibrahim Michail Hefzallah. – Springfield : Charles C Thomas Publisher, 2004. – 312 p.
9. O'Sullivan T. Concepts in Communication and Cultural Studies, Second Edition / T. O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery, J. Fiske. – London : Routledge, 1997. – 354 p.
10. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices / S. Hall. – London : Sage, 1997. – 403 p.
11. Ameli S. R. The British Muslims' Expectations of the Government / Saied R. Ameli, Syed Mohammed Marandi, Sameera Ahmed, Seyfeddin Kara, and Arzu Merali. – Islamic Human Rights Commission, Wembley, 2007. – 119 p.

12. Said E. *Covering Islam. How the Media and the Experts Determine How we see the Rest of the World* / Edward Said. – New York : Vintage, 1996. – 272 p.
13. Ahmed A. F. *Post Modernism and Islam: Predicament and Promise* / A. F. Ahmed. – New York : Routledge, 1992. – 294 p.
14. Whitaker B. «Islam and the British Press After September 11» / B. Whitaker. – 2002 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.al-bab.com/media/articles/bw020620.htm>.
15. Abbas T. «Images of Islam» / T. Abbas // *Index on Censorship*. – September/October 2000 – Vol. 29 (5). – P. 64–68.
16. Conte W. (2001) *British Media Portrayals of Muslims. In the Wake of the September 11 Attacks* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://web.mit.edu/cms/reconstructions/communications/ukmuslims.html>.
17. Henzell-Thomas J. *The Language of Islamophobia* / J. Henzell-Thomas // Paper presented at the Exploring Islamophobia' Conference, University of Westminster, 29 September 2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.masud.co.uk/ISLAM/misc/phobia.htm>.
18. Атчикова М. С. Средства массовой коммуникации в системе современной информационной культуры : дис. ... канд. философ. наук : 24.00.01 / М. С. Атчикова. – Ростов-н/Д, 2002. – 196 с.

МАСС-МЕДИЙНЫЕ ДИСКУРСЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Хайтам Ниамах Рахим

В статье обосновывается, что сегодня медиа занимают центральное место в вопросах информирования граждан о текущих проблемах. Они служат не только для передачи информации, а и для формирования общественного мнения и презентации особых версий реальности. Через различные медиаформы, от традиционной прессы до новых электронных источников, которые качественно различаются между собой, осуществляется значительное влияние на массовое сознание благодаря масштабности присутствия в информационном пространстве. Поэтому медиа играют значительную роль в артикуляции специфических дискурсов и определении границ, в которых понимается реальность, относящаяся к социальным группам.

Ключевые слова: *медиадискурс, медиапрезентация, политизация дискурса, этноцентрический дискурс, дискурс доминирования и демонизации, ислам, мусульмане.*

MASS-MEDIA DISCOURSES OF THE POLITICAL EVENTS: THEORETICAL ANALYSIS

Haitham Niamah Rahim

The article confirms, that media today occupies a pivotal position in society and its ubiquitous presence signifies the enormous potential it has for informing people about

everyday issues. The media is seen not only as transferring information and ideas but also as shaping opinions and presenting particular versions of reality. Though different media forms, ranging from traditional press to new electronic sources, are qualitatively different from one another, their overall impact is evident through their widespread presence and the reliance placed on them as authentic purveyors of news and information. Furthermore, the media holds a central position in articulating particular discourses and defining frameworks within which we come to understand issues relating to social groups.

Key words: *media discourse, media representation, politicized of discourse, Ethnocentric discourse, Domination discourse, Demonisation discourse, Islam, Muslims.*

