

ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ ЯК ІНДИКАТОР СУСПІЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

У статті аналізується процес становлення та розвитку політичного дискурсу ЗМІ в нашій країні; визначаються роль та місце мас-медіа у політиці; обґрунтовуються основні характеристики сучасного політичного дискурсу ЗМІ в Україні.

Ключові слова: політичний дискурс, мас-медіа, медіатизація політики, символічний простір, інформація.

Актуальність дослідження впливу політичного дискурсу на суспільні процеси у нашій країні обумовлена, з одного боку, посттоталітарними трансформаціями політичного та медіа-простору України, а з іншого – процесами становлення глобального інформаційного суспільства у світовому масштабі. Політичний дискурс, у тому числі виражений у ЗМІ та сформований за їхнього посередництва, стає важливим чинником суспільного і культурного життя нашої країни.

Розвиток політичного дискурсу ЗМІ призводить не лише до впливу політики й політиків на ЗМІ, а й спричиняє зворотний процес медіатизації політики, коли реальна політика переводиться у символічний простір, який формується ЗМІ. Він стає універсальним за своїм характером, бо вирішує в українському політизованому суспільстві завдання створення, передачі й обміну політичною інформацією, структурує соціальний та культурний простір та надає їм нового змісту.

Уявлення про політичний простір сьогодні формуються ЗМІ в контексті візуалізації культурної сфери, домінування мас-медійних дискурсів (і не лише політичного) у житті суспільства в цілому та окремої людини. Як зазначає український автор С. Онуфрив, «в організації та функціонуванні світового інформаційного дискурсу... політична чи економічна подія тільки тоді має для нас певне значення, коли про неї розповідають ЗМІ. І справді, сьогодні у будь-якій країні жодна суспільна структура не може повноцінно існувати без комунікаційної підтримки... ЗМІ є різновидом суспільно-політичної діяльності, а мас-медійні тексти, з огляду на багатоманітність їхньої тематики, мають більше чи менше політичне спрямування, оскільки інформаційно забезпечують практично всі політичні процеси у державі. Якщо у більшості мас-медіа політична тема не є домінуючою, то принаймні дуже важливою» [3, с. 12]

Мета цієї статті – розглянути взаємний вплив комунікативних технологій та політичного дискурсу ЗМІ. Мета обумовила такі завдання:

- дослідити процес становлення та розвитку політичного дискурсу ЗМІ в нашій країні;
- проаналізувати теоретичні підходи до визначення ролі та місця мас-медіа у політиці;
- визначити характеристики сучасного політичного дискурсу ЗМІ в Україні.

Процеси становлення та розвитку політичної системи суспільства, що відбуваються в Україні, можна охарактеризувати як демократизацію політичної сфери, яка активно впливає на засоби масової інформації, поступово змінюючи розуміння їхньої суспільної ролі та політичних функцій. У свою чергу, ці неоднозначні зміни в українській політичній системі віддзеркалюються також у суперечливому характері впливу ЗМІ на процеси демократизації.

Процес утворення національної системи ЗМІ, що почався після здобуття незалежності України, супроводжувався переходом державних ЗМІ у нові форми власності: приватну та комунальну. Процес роздержавлення ЗМІ мав свої позитивні й негативні наслідки. Поступово утворилось конкурентне середовище національних, мультирегіональних та регіональних ЗМІ, що, безумовно, сприяло альтернативності та плюралізму інформування громадян про політичні події. Але процес утворення системи суспільних ЗМІ залишився на рівні декларацій різних політичних парламентських сил, а потужна, з технічної точки зору, система державної телерадіокомпанії практично уникнула реформування. Можна стверджувати, що з часом, десь наприкінці 90-х років минулого століття, в нашій країні утворилась авторитарна модель відносин між владою та представниками ЗМІ, основні ознаки якої у такому: 1) провідні ЗМІ суспільно-політичного спрямування належать державі, або перебувають під впливом невеликої кількості фінансово-промислових груп, які є залежними від влади; 2) влада продовжує використовувати протекціоністські заходи щодо підтримки власних або лояльних до неї ЗМІ; 3) держава здійснює адміністративний тиск та пряме втручання у діяльність ЗМІ; 4) більшість ЗМІ заангажовані, не надають повної та об'єктивної інформації про політиків та значущі політичні події, не забезпечують комунікаційного діалогу між населенням та владою, а є інструментом маргіналізації та управління масами в руках можновладців; 5) такі функції, як кореляція, артикуляція, соціалізація, критики та контролю, що визначають демократичний характер ЗМІ, спотворені на користь функціям обслуговування, реклами та розважання; 6) наявна нерівність можливостей доступу до інформації між різними групами населення [див. детал.: 3, 13].

І хоча можна говорити, що після подій 2004 року ситуація із рівнем свободи слова у ЗМІ покращилась, тим не менше і владі, і суспільству, і представникам ЗМІ необхідно здійснити цілий комплекс заходів задля створення демократичних відносин між політичною системою та ЗМІ.

Серед заходів, необхідних задля зміни ситуації та створенні умов для формування демократичної моделі взаємодії політичної та медіа-систем, яка відповідає потребам і політичній культурі суспільства і має сприяти його консолідації та демократизації, можна виділити такі: «1) запровадити у життя демократичні механізми регуляції та саморегуляції мас-медіа; 2) завершити роздержавлення ЗМІ шляхом створення громадського телебачення та радіомовлення, забезпечити суспільну підтримку вільної незалежної преси; 3) здійснити демонополізацію мас-медіа, засобів їхньої доставки, трансляції та технічного забезпечення; 4) сприяти прискореному розвитку мережі Інтернет» [2, с. 7].

Формування політичного дискурсу ЗМІ, логіка його становлення і розвитку у нашій країні обумовлена, з одного боку, вимогами політичного простору, тиском владних інституцій та економічних груп і кланів, а з іншого – суспільними функціями, які виконують ЗМІ і без яких ця інституція стає одним із багатьох політичних гравців. До таких внутрішньо притаманних функцій ЗМІ належить функція впливу на масову аудиторію, або цільову групу. Дійсно, ЗМІ здатні інтерпретувати, трансформувати та представляти політичні події та факти таким чином, щоб нав'язати власне бачення аудиторії. У нашій країні цю функцію не завжди виконують безпосередньо журналісти, автори статей у пресі та сюжетів на телебаченні, а в якості замовника можуть виступати власники, редактори чи політичні гравці. І тут потрібно враховувати, що найбільший вплив має інформація, справжня мета поширення якої прихована від аудиторії та не усвідомлюється нею.

Інша функція, яку виконують ЗМІ у суспільстві та яка є продовженням та доповненням попередньої функції ЗМІ, – це функція посередника, медіатора між владою та суспільством.

Експансія друкованих та електронних ЗМІ посилила інтерес до них як з боку громадян, так і з боку влади. Сьогодні важко уявити собі політичного діяча, який би не намагався якомога активніше та повніше використати можливості ЗМІ. Це, у свою чергу обумовлює розвиток технологій, які використовуються для інформаційного супроводу політичних кампаній. Серед них останнім часом набули особливої популярності комунікативні технології – PR, пропаганда та реклама, що довели свою ефективність у сприянні діалогу влади та суспільства у демократичних країнах. На жаль, у нашій країні разом із позитивним боком комунікативних технологій знаходить місце і намагання їхнього використання з метою маніпуляції громадською думкою, компрометації опонентів, ведення інформаційної війни.

Найвне бажання з боку представників журналістського цеху та вимоги з боку громадськості до втілення демократичних норм та професійних й етичних стандартів у діяльності ЗМІ та використання комунікативних технологій у політичному дискурсі ЗМІ у нашій країні обумовлює потребу у порівняльному аналізі їхнього функціонування в тоталітарному, посттоталітарному та демократичному суспільствах. Саме особливості та відмінності політичного дискурсу ЗМІ у посткомуністичному та демократичному суспільствах ставали об'єктом досліджень українських науковців Є. Бистрицького, О. Білого, А. Клепікова, Н. Костенко, А. Маколкіна, С. Макеєва, С. Онуфріва, Г. Почепцова, К. Сержима, М. Свіріна, Д. Яковлева та ін.

У цих та інших дослідженнях відзначаються безумовні позитиви та здобутки українських ЗМІ порівняно із радянською моделлю діяльності ЗМІ. Можна стверджувати, що саме ЗМІ на першому етапі становлення української держави, в постколоніальній та посттоталітарній політичній системі сприяли кардинальним змінам у громадській думці. У той час ЗМІ виступали важливим і, головне, самостійним фактором політичних демократичних змін, стаючи «державою-словом» та замінюючи собою відсутні або ще не сформовані політичні структури, громадянське суспільство. Саме таку роль виконували засоби масової інформації в Україні в період відновлення української державності кінця 80-х – початку 90-х років ХХ ст.

Сьогодні, в період суспільної трансформації, українські мас-медіа мають виступати за консолідацію суспільства і відстоювати засади загальнолюдських та національних цінностей, політичного плюралізму й інтересів держави. Натомість нині представники правлячої еліти за допомогою ЗМІ формують потрібну картину політичного життя, яку пересічні громадяни сприймають не як чийось точку зору, а як набір фактів, як істину, правдиву і єдину.

Можна погодитись з думкою С. Онуфріва, який вважає, що «Політичний дискурс сучасних ЗМІ України виконує особливу роль у забезпеченні свободи слова у державі, у становленні національного інформаційного простору. При аналізі політичного дискурсу можна розглядати його вузьке і широке розуміння. Часом так позначають лише публічні виступи політиків. Ширше розуміння поняття політичного дискурсу охоплює усі мовні висловлювання, у яких йдеться про політику та які продукуються з позицій влади. Тобто це будь-які тексти ЗМІ, присвячені політичному життю країни [3, с. 14]

І хоча для представників різних теорій дискурсу не існує високих і низьких комунікативних жанрів і/або високих і низьких дискурсивних практик, проте для країни, яка перебуває у процесі переходу до формування демократичних відносин між суспільством, владою та ЗМІ, дуже важливим є вивчення демократичного політичного дискурсу, звернення до досвіду демократичних країн зі створення системи суспільних ЗМІ. Дискурсивна теорія виходить з того, що не існує «ідеологічно стерильних» або ідеологічно не обтяжених текстів, саме тому відхід українських ЗМІ від колоніальних, антиколоніальних та авторитарних політичних дискурсів є необхідною передумовою демократичного розвитку країни. Так само й

теорія дискурсу будується на «презумпції винуватості» будь-якого політичного тексту і будь-якого висловлювання політичного діяча, відносячи його до заздалегідь сконструйованої інтелектуальної матриці. У цьому сенсі досліднику залишається тільки підібрати ефективний і переконливий ілюстративний матеріал для підтвердження цієї тези. Слід відзначити, що така попередня дослідницька робота зі створення певної моделі розподілу дискурсів за політичними й ідеологічними категоріями і типами є дуже важливою, бо зведення дискурсивного аналізу масової комунікації лише до аналізу «прикладів» з політичного життя тієї чи іншої країни породжує безліч протиріч. Так, концентруючись на аналізі новин чи інших політичних текстів, дослідники дискурсу практично ігнорують реальний процес їхнього виробництва і не цікавляться діяльністю журналістів. Вони виходять з того, що творці послань, на відміну від одержувачів, абсолютно пасивні, що вони повністю підконтрольні владному блоку і займаються лише відтворенням ідеологічного дискурсу в сфері своєї компетенції. Ця теза, характерна для деяких зарубіжних дослідників, у свою чергу, теж продукує парадокси: наприклад, деякі автори стверджують, що «погана» («жовта») преса набагато краще «якісної», бо остання створює у аудиторії ілюзію об'єктивності та неупередженості, у той час як перша від самого початку припускає скептичне ставлення до своїх тверджень.

Критичний аналіз дискурсивних практик сучасних ЗМІ неминує породжує запитання: чи можливий альтернативний дискурс і, відповідно, альтернативні організаційні структури, здатні його конструювати.

Не можна сказати, що існуючі дослідження не усвідомлюють проблем, пов'язаних з впровадженням у ЗМІ альтернативного дискурсу. Так, Р. Фаулер, критикуючи існуючі журналістські практики, визнає, що, якщо журналіст спробує вийти за межі домінантного дискурсу та сконструює іншу дискурсивну практику, читачі її просто не приймуть: новий стиль буде відкинутий як такий, «що не відповідає темі», а аргументи визнані непереконливими. Більш того, він розуміє, що від співробітників, орієнтованих на отримання прибутку приватних ЗМІ, і не слід чекати таких рішучих, зухвалих і високоусвідомлених кроків [цит. за: 5, 46]. На відміну від Р. Фаулера, інші дослідники виходять з того, що для появи альтернативного дискурсу необхідні альтернативні ЗМІ, не пов'язані ні з державою, ні з ринком і які б мали горизонтальну структуру, що дозволяє забезпечити активну участь в діяльності медіа членів аудиторії [див. детал.: 5, с. 46-50].

Теорія дискурсу припускає, що горизонтальні, неієрархічні і не орієнтовані на отримання прибутку організації в буквальному сенсі говорять іншою мовою, аніж бюрократичні структури, зайняті підтриманням ідеологічного домінування, і тому можуть виконувати функцію детериторіалізації і дестабілізації домінантного дискурсу, деконструкції його форм, що склалися, і децентрування ідентичностей, що виникли в його рамках. Виступаючи в якості «дискурсивного перехрестя», на якому зможуть зустрічатися і співпрацювати члени самих різних груп, альтернативні ЗМІ «будуть сприяти зміні ідентичності цих груп і формуванню спільного фронту демократичних змін, або, якщо використовувати термінологію Лакло і Муффа, здійснювати гегемонізацію радикального демократичного дискурсу шляхом конденсації окремих демократичних вимог в єдиний популістський запит» [цит. за: 5, с. 47].

З точки зору теоретиків дискурсу, провал усіх спроб створити альтернативні засоби комунікації свідчить лише про те, що владний блок успішно веде позиційну війну, перешкоджаючи підризу своєї ідеологічної гегемонії. З початку 1990-х років у дослідників, які займаються дискурсивним аналізом масової комунікації, з'явився новий привілейований об'єкт дослідження – Інтернет, який, здавалося б, втілює у життя всі їхні бажання і очікування. Теза про те, що Інтернет в силу своєї нелінійної, неієрархічної структури з переходом від однієї теми до іншої і принциповою гетерогенністю є носієм альтернативних дискурсивних практик і в силу цього дозволяє користувачам успішно вести «позиційний війну» з лінійними, ієрархічними домінантними дискурсами, вже не є достовірною. Звичайно, українським ЗМІ ще тільки належить пройти цей шлях боротьби за альтернативність домінуючому дискурсу потужної демократичної системи, можна стверджувати, що перед тим, як боротись із цим владним дискурсом, доведеться ще його створити, для чого необхідно відмовитись від авторитарного та колоніального дискурсу.

Але, очевидно, що необхідно не лише відмовитись від авторитарних правил гри на ринку ЗМІ, але й сформувати нові, демократичні правила, які мають сприяти зростанню постколоніальної свідомості. У постколоніальних студіях виділяються три типи колоніалізму, такі як політичний, економічний, культурний. Політичний колоніалізм передбачав заходи політичного тиску на колонізованих – не допустити появу сепаратистських настроїв. Економічне поневолення виявилось системою заходів економічного визиску колоній – привласненні і використанні для економічного зміцнення імперії природних ресурсів колонії. Найглибше проникнув у свідомість – відтак найбільше її руйнував і знесоблював колонізованих – культурний колоніалізм. Внаслідок політичної, економічної й загальної залежності колонізований не може проектувати свої негативні якості назовні, відповідно змушений обернути їх проти самого себе. Як наслідок, колонізовані втрачають впевненість в собі, поступово засвоюють систему цінностей колонізаторів, починають зневажати себе. І врешті-решт стають зневаженою меншістю на своїй власній землі. Це явище характерне не лише для колоніальних суспільств Африки, Південно-Східної Азії, Південної й Північної Америки, а й для країн пострадянського простору і насамперед України [див. детал.: 3, с. 14-15].

Повертаючись, вже у контексті розглянутих постколоніалізму та антиколоніалізму, до функцій політичного дискурсу ЗМІ, слід визначити ще одну важливу функцію, яку мають виконувати сучасні українські ЗМІ – функцію сприяння переходу від колоніального дискурсу – спочатку до антиколоніального, потім до постколоніального і, зрештою, до демократичного політичного дискурсу. Сучасний політичний дискурс ЗМІ у цьому сенсі має відігравати роль каталізатора суспільних демократичних змін, створюючи

нові дискурсивні простори, «задаючи ті семіотичні характеристики мовлення, які допомагають формувати як антитоталітарні, так і посттоталітарні тексти засобів масової інформації. Одне із найважливіших трансформаційних завдань – подолання тоталітарної спадщини в новоствореному суспільстві, перетворення тоталітарного дискурсу у посттоталітарний» [3, с. 16].

Становлення демократичного політичного дискурсу ЗМІ у нашій країні, відмова від авторитарної спадщини неможлива без вивчення природи авторитарного радянського політичного дискурсу та його співставлення із сучасним українським політичним дискурсом. Так, «тоталітарна журналістика як інструмент політики правлячої партії не могла адекватно відображати дійсний перебіг подій, а послідовно і наполегливо «переконувала» власний народ у правильності обраного комуністичного шляху. У тоталітарній журналістиці були втрачені такі якості, як правдивість, чесність, гуманізм... Посттоталітарний статус українського політичного дискурсу підтверджує ще один рудимент авторитарної, тоталітарної журналістики – велика кількість державних засобів масової інформації в Україні, що свідчить про безпосередній політичний, економічний вплив (чи, радше, тиск!) державної влади на мас-медіа» [4, с. 19].

Перешкодами для розвитку українських ЗМІ виступають: політична та ідеологічна неструктурованість суспільства, регіональна відмінність, брак інформації. Але ЗМІ мають насамперед здійснювати ще одну важливу в умовах демократії функцію – бути вартовим суспільних інтересів, контролювати діяльність різних гілок влади, ставлячи за допомогою громадськості актуальні питання державного будівництва, стежачи за їхнім виконанням, тобто беручи активну участь в управлінні політичними процесами. Інакше ЗМІ, як це було за тоталітарного режиму, стануть лише знаряддям впровадження політики правлячої верхівки.

Серед найвпливовіших міфів у постколоніальній Україні все ще залишається комуністичний міф, балансом для якого є міф національний. Проаналізувавши сучасний політичний дискурс засобів масової інформації України, можна побачити, що політичний дискурс засобів масової інформації України є інтерпретаційним, оскільки відображає і цінності медіа-видань, і інтереси тих, хто їх утримує. Особливість сучасного політичного становища України, і, відповідно, політичного дискурсу засобів масової інформації полягає у тому, що наша держава перебуває як у постколоніальній, так і посттоталітарній ситуації. У цьому плані можна виділити два види політичного дискурсу ЗМІ України: постколоніальний та посттоталітарний.

Як зазначає Д. Яковлев, «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 би визначити своє майбутнє через відкрите і раціональне обговорення різних проблем, як не було, так і немає» [7, с. 145].

У цьому випадку ЗМІ виступають транслятором дискурсу влади, а політичний дискурс ЗМІ – репрезентацією дискурсу влади та її політики, а не окремим феноменом суспільного життя. До проблем, що заважають демократичному розвитку ЗМІ в Україні, можна віднести також їх економічну залежність, низьку цехову солідарність журналістів, недостатній розвиток друкованих ЗМІ (завдання преси – не лише інформувати, а й аналізувати), розгляд політичних питань у форматі телевізійних шоу, відсутність ефективної державної політики в інформаційній сфері тощо. Особливо небезпечним для політичного дискурсу ЗМІ у нашій країні є пряма залежність їх політичної позиції від фінансово-економічних груп, що зменшує рівень довіри аудиторії до ЗМІ, які вже не сприймаються в якості об'єктивного джерела формування громадської думки. На думку О. Гриценко, «Саме в цій клановості і полягає принципова відмінність українського інформаційного простору від західних демократичних суспільств, де газети і телеканали залежать перш за все від споживачів інформації, які платять за неї адекватну ціну і самою своєю чисельністю визначають рекламну привабливість ЗМК» [1, с. 6]. Це не дозволяє їм виконувати притаманну роль у становленні демократичних інституцій, громадянського суспільства. Внаслідок цього в Україні спостерігаються труднощі у перетворенні ЗМК на якісно новий соціально-політичний інститут, який має не тільки інформувати читацьку аудиторію, а й консолідувати суспільство. Крім того, суперечливим і неоднозначним фактом сучасного життя стала неконтрольована монополізація і комерціалізація ЗМІ; залежність журналістів не тільки від медіаолігархів, але й від владних структур (особливо на регіональному і місцевому рівнях)».

Ці кризові явища значною мірою зумовлені тим, що лібералізація та приватизація не забезпечили ні фактичної рівності громадян в отриманні інформації, ні реальної свободи слова. Незважаючи на ці проблеми, провідна роль у забезпеченні суспільства політичною інформацією належить саме мас-медіа, які «забезпечують можливість комунікації між політиками, політичними рухами та органами державної влади, а також здійснення громадянами політичного вибору» [1, с. 7].

На думку Ю. Хлестун, «Аналіз сучасного українського політичного дискурсу в динаміці його розвитку за роки незалежності України свідчить, що якщо на початку 1990-х років перевага надавалася емоційній аргументації, то з часом українські політики почали звертатись і до інших її типів, а саме: логічної, що передбачає звертання до вже існуючих цінностей адресата; діалектичної, що відображає зміни ціннісних переваг, тобто переструктурування ціннісної ієрархії адресата; породжувальної, що стимулює оновлення системи цінностей, тобто заміну у свідомості адресата старих елементів-категорій новими [6, с. 5].

Основою медіаполітичної системи, яку ситуативно утворили великі медіа-холдинги, стала інтегрована комунікаційна модель, що включає рекламу, пропаганду та паблік рілейшнз. Вони створюють своєрідне

«силове поле» суспільства, де і політичні структури, і вказана модель володіють певними атрибутами громадської влади. Звідси не лише функціональна, але й дисфункціональна їхня роль як таких, що активно спрощують та стереотипізують образи політичного світу у громадській думці та сприйнятті політики із боку масової аудиторії у цілому.

Дослідження інтеграційних процесів, що об'єднують складові медіаполітичної системи – медіа, рекламу та публік рілейшнз, дозволяють дійти висновку про конвергенційний її характер, коли сутність інформаційних відносин у політиці стає ідентичною у різних каналах масової комунікації. Саме такий підхід дозволяє виявити те підґрунтя, на якому комунікація поєднується із соціальним конструктивізмом та політичною реальністю суспільства. Такий спосіб сприйняття та розуміння масової комунікації дозволяє розглядати її як спосіб регуляції соціальної діяльності суспільства та активного впливу на його політичні інститути.

Таким чином, посилення впливовості та ролі сфери ЗМІ в українському суспільстві, суттєві корективи в системі відносин засобів масової інформації, держави і громадян, з одного боку, і подальше входження України у світовий інформаційний простір та активізація зовнішніх впливів – з іншого, визначають низку проблем, що стосуються зокрема питань ефективності державного управління цією сферою, узгодження позицій і повноважень у ній державного, приватного та суспільного секторів, безпеки національного інформаційного простору.

Властивий сучасному українському інформаційному просторові демократизм виявляється не лише у вільному вираженні поглядів, а й у дискурсивному акумулюванні громадського інтелекту, зорієнтованості ЗМК та їхньої аудиторії на розвиток політичних ідей, що обговорюються [6, с. 6]. Навіть наявність декількох комунікативних центрів у такій системі веде не до плюралізму, а до плюральності з надмірною ставкою на ідеологічне спонування та тяжіння до монопольного інформування суспільства.

Інша ситуація характерна для демократичних країн, в яких плюралізм не вичерпується позиціями владних інституцій та лідерів, а політичний дискурс ЗМІ виконує важливі функції забезпечення свободи слова, незалежного спостереження за діями влади та виступає джерелом об'єктивної, неупередженої інформації.

Отже, політичний дискурс засобів масової інформації України – це своєрідне типологічно, семантично та структурно складне явище в світовому інформаційному просторі. Він є каталізатором та індикатором суспільних процесів та віддзеркалює стан громадської свідомості суспільства, що трансформується.

Література

1. Гриценко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра політ. наук: 23.00.03 / О. М. Гриценко; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2003. – 31 с.
2. Костирев А. Г. Роль засобів масової інформації в процесі демократичного розвитку суспільства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: 23.00.02 / А. Г. Костирев; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 17 с.
3. Онуфрив С. Т. Політичний дискурс ЗМІ України у світовому інформаційному просторі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.01.08 / С. Т. Онуфрив; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2005. – 20 с.
4. Сергиенко Н. Маленькие секреты украинских избирательных технологий / Н. Сергиенко // Персонал. – 2001. – № 6. – С. 15-19.
5. Трахтенберг А. Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания / А. Д. Трахтенберг // Политические исследования. – 2006. – № 4. – С. 44-52.
6. Хлистул Г. Ю. Етика засобів масової інформації в сучасних політичних процесах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: 23.00.03 / Г. Ю. Хлистул; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2005. – 20 с.
7. Яковлев Д. В. Комунікативні чинники формування демократичної політики / Д. В. Яковлев // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2007. – Вип. 9. – С. 167–175.

В статтє анализируеться процесс становления и развития политического дискурса СМИ в нашей стране; определяются роль и место масс-медиа в политике; обосновываются основные характеристики современного политического дискурса СМИ в Украине.

Ключевые слова: *политический дискурс, масс-медиа, медиатизация политики, символическое пространство, информация.*

In article process of formation and development of a political discourse of mass-media in our country is analyzed; the role and a place of mass media in the politician are defined; the basic characteristics of a modern political discourse of mass-media in Ukraine are proved.

Key words: *a political discourse, mass media, media politicians, symbolical space, the information.*

Наумкіна Світлана Михайлівна – завідувач кафедри політичних наук Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського, доктор політичних наук, професор.

Стоцький Володимир Володимирович – кандидат політичних наук.

Рецензент: проф. Бебик В. М.