

УДК 316.774:82-94

СОЦІАЛЬНИЙ ПРОСТІР ДЕРЖАВОТВОРЧОГО ДИСКУРСУ ЗМІ

Людмила Чернявська

Запорізький національний університет,
вул. Жуковського, 66, 69600, Запоріжжя, Україна, e-mail: chernyavska75@mail.ru

В статті розглядається поняття соціального простору в системі масових інформаційних явищ і процесів, діяльності соціальних інститутів, що виробляють і поширюють масову інформацію.

Ключові слова: соціальний простір, інформаційний простір, масові комунікації.

Будь-яка держава нація об'єднана певною ідеєю, має консолідуєчий стрижень, таким стрижнем є національна ідея. Кожна суспільна формація утворює певну ідеологію, на основі якої розробляються важливі для життєдіяльності суспільства завдання, програми, законодавча база тощо. Україна після розпаду СРСР обрала шлях незалежності, тому першими кроками молодій державі стали спроби вироблення пріоритетів нового шляху — незалежна держава, демократичні перетворення, впровадження ринкових інструментів господарювання. Концепція національної ідеї державотворення передбачає основні концепти громадянського суспільства — влада закону, культура та етика підприємництва, ідея державотворення.

Двохсотлітня історія України без державності, а, отже, збереження й плекання національної культури, ментальності, мови не наблизило Україну після оголошення незалежності до пошуку консолідуєчої ідеї націєтворення. Більш того, як із сумною іронією відзначив Т.Балда, “історичні пошуки національної ідеї стають на порядку денному, як правило, у зв'язку із загостренням державотворчих питань (у Німеччині під час подолання політичної роздробленості, в Італії — при вирішенні питання суспільної єдності, національного визволення), — в Україні питання пошуку — традиційне” [1, с.194]. Державотворчий дискурс українських ЗМІ перебуває в контексті соціального простору масових комунікацій. Аналізуючи український контекст та зміни в українських медіа, С.Квіт відзначає, що глибина змін залежить від виду ЗМК та регіону [8]. Це підтверджує потребу врахування такого поняття як “соціальний простір”, що формує певний контекст масових комунікацій.

Метою дослідження є окреслення соціального простору в системі інформаційних процесів суспільства, базового суб'єкта комунікації, котрий має здійснювати місію адекватного сприйняття світу та участь у державотворчих процесах.

Соціальний простір в термінологічній системі соціології був предметом обговорення радянських вчених в 70-ті роки ХХ століття. Так, Г.Зборовский, визначаючи соціальний простір як “форму суспільного буття, в якій локалізується діяльність людини за певним сферами з точки зору місця їх вияву” [6, с.14]. Проте прикладом соціального простору автор наводить місто як особливу структуру соціальної комунікації. Поряд з тим локалізація соціального простору настановує дослідника до визначення простору, в якому діє індивід, соціальна група тощо, на основі функціонального підходу: виробничий, родинний, побутовий простори, а також простір вільного часу.

Зарубіжні дослідження, що здійснювались приблизно в той же час, протягом ХХ століття запропонували більш вдалий підхід до розгляду цього питання. П.Сорокін розробляє поняття соціального простору й кваліфікує соціальні позиції людей системно як умовні точки соціального простору і запроваджує диференціацію в середині груп відповідно до тих позицій, які вони посідають. Французький соціолог П.Бурдьє запропонував поняття соціального простору як розподілу в фізичному просторі різноманітних благ та індивідуальних агентів і груп. Якщо соціальні класи потребують творення (створення), то соціальні поля визначаються об’єктивними даними розподілу різних видів капіталу (економічний, інтелектуальний, символічний тощо) та його прибутків.

Соціальний простір є сферою соціальної комунікації, яка може бути окреслена в системі символічної влади: “Символічна влада є владою творення речей за допомогою слів. В цьому розумінні символічна влада є владою утвердження або прояву можливості утвердити або виявити те, що вже існує” [3, с.83]. Отже, П.Бурдьє відносить міф, мову, мистецтво, науку до інструментів пізнання і конструювання світу предметів. Значна роль в цьому процесі, на нашу думку, має бути відведена масовій комунікації.

Виходячи з позиції, яку озвучив С.Квіт, що журналістика є герменевтикою в суспільстві, окреслимо інформаційні потоки, що пов’язані з державотворчими процесами і циркулюють в масовій комунікації.

Дослідниця А.Євграфова окреслила ряд завдань, які постають перед дослідником феномену національної ідеї в Україні: “по-перше, потрібно чітко окреслити саме поняття національної ідеї. По-друге, є необхідність хоча б з науковою метою диференціювати те поняття, тобто “розкласти” його на відповідні складові. По-третє, вивчити, осмислити й оцінити внесок учених, які так чи інакше займалися цією проблемою. По-четверте, проаналізувати продукт сучасних ЗМІ, щоб зробити аргументовані висновки щодо реального їх впливу на формування й утвердження національної ідеї як такої” [5, с.5]. Ці завдання нам видаються слушними й сьогодні, адже запропоновані науковцями варіанти не вичерпали проблеми української національної ідеї, її визначення, складових, перспективи тощо. Слід окреслити характерні риси національної ідеї:

— вона має бути інтегративним чинником суспільного життя країни, тому виконує в суспільстві функції гармонізації, національної самосвідомості, а також містити в собі формулу успіху, підкріплену певними культурологічними знаками-символами, архетипами;

— вона є стрижнем держави-нації із функцією визначення стратегії розвитку, фундаментом національної ідентичності;

— вона має бути спрямована на незалежність держави та її соборність (єдність як територіальну, так і духовну).

Всі ці елементи об'єднані у визначенні, яке наводить А.Євграфова: “Українська національна ідея — теоретичний вираз своєї самобутності та індивідуальності, власної самоцінності, права на самовизначення та самостійний розвиток, на національну незалежність” [5, с.5].

Основним “ініціатором” державотворення в будь-якому суспільстві є еліта. Проте еліта у державі за своїм визначенням неоднорідна:

— будь-яка держава підтримує існування офіційної еліти, вищих та середніх ешелонів влади та підтримуючих владу;

— у стабільній державі функціонує також суттєво незалежна від офіціозу духовна еліта, яка у кризові моменти починає трансформуватися в контреліту — опозиційно протиставлену офіційній еліті силу.

С.Квіт слушно зауважує, що “віднайдення нової європейської ідентичності для українських інтелектуалів буде рівнозначно будівництву нової України” [9, с. 66]. Отже, наповнення інтелектуального поля в Україні потребує осмислення з позицій соціального простору.

Характеризуючи культурологічну ситуацію в Україні часів Радянського Союзу, О.Гуцуляк вказує на наявність прощарку людей, що оберігали національну культуру, чинили спротив тоталітарній дійсності: “Функцію носіїв феномена “обережительство” в умовах радянської дійсності поклала на себе українська інтелігенція, переважно селянського походження, для якої селянин як носій національної самоідентичності і звитяжного духу не є істотою нижчою від представника партійно-державної номенклатури чи зденационалізованого “трудящого”. Український інтелігент, після розчарування у соціалістичній реальності, знайшов для себе як інтелектуала ідеальну нішу “всевидючого ока” і носія месіанської ролі “обережителя” духовності”. Звідси постала потреба у своїх авторитетах, у своїх “священних текстах” [4, с. 84-85]. Такими текстами, на думку автора, стали художні та публіцистичні твори О.Гончара, В.Симоненка, Г.Тютюнника, В.Земляка, В.Стуса, Л.Костенко, Є.Гуцала, Б.Харчука, П.Загребельного, В.Шевчука та інших. Сюди ж слід залучити й діяльність українських діячів діаспори, зокрема, фундаторами української національної ідеї Т.Балда називає Є.Маланюка, Т.Осьмачку, В.Барку, О.Лятуринську, Яра Славутича, Ю.Шевельова та багатьох інших, чия діяльність була пов'язана із газетою “Свобода”, що була одним із речників українського національного духу у США. Саме ці тексти мають становити Книгу національного буття, бо є втіленням філософської інтерпретації (або герменевтики) ідеї нації, втіленням національної свідомості.

Іншим мірилом державної політики є ставлення до людини, адже держава повинна дбати про людину “як найвищу суспільну цінність”. Як зазначає М.Пірен, “джерелом найбільшого багатства у світі є людина з її знаннями, тобто психологічно і фізично здорова людина зі знаннями, освітою, культурою” [10, с. 5]. Тому напрямок виховання людини, яка ідентифікує себе із певною нацією-державою, мовою, традиціями, культурою може стати частиною утворення, яке іменує себе народом. Головними дійовими особами в розвитку держави є вчителі, науковці, висококваліфіковані державні службовці, інженери. Отже, “саме вони і нація-держава можуть забезпечити Україні успішну мобілізацію того, що є найважливішим, динамічне економічне, політичне, духовне й культурне піднесення та відродження” [10, с.7]. Отже, визначаючи авторів обговорення проблеми національної ідеї в ЗМІ, відзначимо наявність “публіцистичного” автора.

Маємо на увазі окреслення автора світоглядної публіцистики М.Титаренко — “публіцист, дописувач, оглядач, аналітик (часто — позаштатний дописувач), письменник, мислитель, світоч”.

У матеріалі-роздумі “Що вважати національною ідеєю?” автори С.Біляцький та Н.Ярова зазначають, що “головною національною цінністю України, головним її ресурсом є інтелект нації. Вже у найближчі десятиліття на першому плані історичної сцени опиняться ті країни, ті народи, які не забезпечать собі високий рівень освіченості, духовності, майстерності і усіх її проявах, виховують у собі нестримну потребу творчого пошуку” [2, с. 180]. Ця філософсько-публіцистична рефлексія двох економістів опублікована в спеціалізованому науковому журналі “Соціальна психологія” покликана звернути увагу науковців, висловлюючись образно “публіцистів суспільства”, на проблеми становлення в Україні поняття національної ідеї: “У будь-якому суспільстві (точніше — у будь-якій культурі) існує певна угода, своєрідний консенсус. Його ще називають національною ідеєю. ... Коли програмові цілі суспільства формулюються в моральних поняттях, а не в конкретних цифрах, то це не дозволяє затиснути людські волі в єдиний кулак, але зате відкриває простір для творчості індивідів та їх самодіяльних об’єднань” [2, с. 181]. Автори підкреслюють “статус” національної ідеї, як основа духовного, ідейного об’єднання, вона не може підмінятися поняттями, що презентують економічну позицію країни, як “добробут”, “продуктивність праці” тощо.

Говорячи про потребу формування національної ідентичності та державної ідеології як стрижня існування незалежної держави, В.Злишков констатує той факт, що українське телебачення не лише не сприяє консолідації української нації, але й активно впроваджує модно-масові зразки глобалізаційної ідеї нівеляції національного, а це суперечить національним інтересам України. Українське телебачення не є “українським” за своєю суттю (згадаймо й продюковані концепти “Наше кіно”, під вівіскою яких виходять романтизовані фільми про російських бандюків чи сльозливі російські історії кохання, більшість з них є класичними прикладами екранного насильства): ані змістом, ані формою (відсутність української мови, реалій українського життя).

Державотворчі процеси здійснюються в Україні без наявності панівної української культури, яка б здійснювала комунікативну функцію об’єднання (медіум комунікації), навпаки домінуюча культура в країні є культурою розподілу, дистанціювання, тому процес накопичення символічної влади відбувається шляхом творення домінуючого дискурсу, який має здійснювати ідеологічну функцію структурованого та структуруючого медіума. Отже, поле ідеологічного виробництва на сьогодні не є сформованим і продовжується підготовка професійних творців схем осмислення й відображення соціального світу. Такими професіоналами є політичні діячі, журналісти, чиновники та ін., що мають запропонувати суспільству форс-ідею (ідею-силу). Отже, соціальний простір, в структуру якого входять ментальні структури та форми мислення потребує подальших розробок, зокрема, в аспекті державотворчих процесів, які здійснюються через ЗМІ.

1. Балда Т. Публіцистика — авангард духу // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. — 2004. — Вип. 25. — С. 149-154.

2. Біляцький С., Ярова Н. Що вважати національною ідеєю? // Соціальна психологія. — К., 2004. — № 4. — С. 179-181.
3. Бурдые П. Социология социального пространства. — СПб.: Алетей; М.: Ин-т эксперимент. социологии, 2005. — 288 с.
4. Гуцуляк О. Українська національна ідея і пошук Книги національного буття // Соціальна психологія. — К., 2008. — № 3. — С. 84-94.
5. Євграфова А. Українська національна ідея як соціальний феномен у сучасній публіцистиці // Вісник Сумського державного університету. Серія філологічні науки. — Суми, 2006. — № 3. — С. 5-9.
6. Зборовский Г. Пространство и время как формы социального бытия. — Свердловск, 1974. — 345 с.
7. Зливков В. Українське телебачення і криза національної ідентичності // Соціальна психологія. — К., 2004 — № 4. — С. 71-80.
8. Квіт С. Основи герменевтики. — К.: Вид. дім “КМ Академія”, 2003. — 192 с.
9. Квіт С. “Активний читач” і проблема (по)розуміння // Визвольний шлях. — 2005. — № 11. — С. 48-71.
10. Пірен М. Чи є “вибрана верства” України символом української політичної нації? // Соціальна психологія. — К., 2004. — № 5. — С. 3-11.

SOCIAL MEDIA DISCOURSE OF STATE BUILDING SPACE

Liudmyla Cherniavska

Zaporizhia National University,
Zhukovsky Str., 66, 69600, Zaporizhia, Ukraine
E-mail: chernyavska75@mail.ru

Concept of social space in the system of the mass informative phenomenon and process, to activity of social institutes, what were produced and diffuse mass informatio was considered in the article.

Key words: social space, informative space, mass communication.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО ГОСУДАРСТВЕННО-СОЗИДАТЕЛЬНОГО ДИСКУРСА СМІ

Людмила Чернявская

Запорожский национальный университет,
ул. Жуковского, 66, 69600, Запорожье, Украина
E-mail: chernyavska75@mail.ru

В статье рассматривается понятие социального пространства в системе массовых информационных явлений и процессов, деятельности социальных институтов, которые производят и распространяют массовую информацию.

Ключевые слова: социальное пространство, ноосфера, информационное пространство, массовые коммуникации.

Стаття надійшла до редколегії 09.09.2011

Прийнята до друку 26.09.2011