

Тетяна ТРЕТЯК,
мол. наук. співроб.

Артур ФЕДОРЧУК,
наук. співроб.

Дослідження політичного впливу газетної періодики на суспільство

Стаття присвячена висвітленню значної ролі ЗМІ в суспільних процесах, аналізу технологій, методик та методів, зокрема контент-аналізу і контент-моніторингу, опрацюванню політичної інформації, що з'являється в пресі.

Засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють визначну роль у процесах, що відбуваються в Україні останні роки. Медіа-простір віддзеркалює все різноманіття думок і поглядів, існуючих у суспільстві, та одночасно бере участь в їх формуванні та кристалізації, відіграючи досить помітну роль у політичному та соціальному житті суспільства.

Сьогодні дослідження інформаційного простору та інформаційних потоків, що породжують ЗМІ, зокрема, набувають особливого значення. Необхідність всебічного вивчення політичного впливу ЗМІ на суспільство з'явилася відтоді, як в Україні розпочався процес формування нової генерації політиків. Інформація про процес становлення та еволюцію поглядів національної політичної еліти, про динаміку ставлення до неї населення різних регіонів, партійних та позапартійних об'єднань, соціальних груп тощо сьогодні дуже потрібна аналітичним службам, які вивчають розвиток політичних процесів в Україні. Одним з основних джерел інформації для дослідників традиційно слугувала і слугує вітчизняна преса. Преса – це справжній барометр політичної погоди. Демократизація суспільно-політичного життя в Україні актуалізує проблему

відкритості комунікативного простору держави, що є предметом наукових досліджень політологів та об'єктом пильної уваги громадських організацій як в Україні, так і за її межами. Зрозуміло, що це обумовлює потребу вдосконалення технологій та методик опрацювання політичної інформації, що з'являється в пресі та віддзеркалює, з одного боку, зв'язки складових політичної системи та основних інститутів державної влади й громадянського суспільства – з іншого.

Відстеження цієї інформації зазвичай здійснюється на основі контент-моніторингу документних потоків, що породжують вітчизняні ЗМІ. Це обумовлено складним спектром зв'язків між різними суб'єктами політичного життя та становить основний масив змістових ознак ЗМІ. У більшості випадків саме ЗМІ стають джерелом та об'єктом дослідження у сфері вивчення суспільно-політичних процесів.

Політичні «функції» ЗМІ

ЗМІ мають ряд характеристик, які роблять їх вагомим силою у сфері політики та культури – важливою складовою того середовища, у рамках якого діють і прагнуть досягнути поставлені цілі інші соціальні сили та інституції, у тому числі органи державної влади. ЗМІ спроможні постачати широкій аудиторії інформацію про світ, що лежить поза межами прямого досвіду аудиторії. І це допомагає громадськості структурувати своє бачення політичного світу. ЗМІ впливають на політичне життя не лише за умов свідомого обговорювання певних політичних інтересів у редакційних матеріалах або політичній рекламі. Вони справляють політичний вплив і через використання певної схеми опрацювання новин, через свій доступ до масової аудиторії, через свою спроможність виступати як канал поширення інформації, наданої іншими учасниками політичного процесу, та через свою спроможність замовчувати або відповідним чином добирати та інтерпретувати політично важливі події. У процесі політичної боротьби ЗМІ є одночасно джерелом знань, учасником, зброєю, мішенню та ареною

боротьби. Така багатогранність ролі є однією з численних причин того, чому ефективність роботи ЗМІ так важко оцінити. Можливо лише окреслити на різних рівнях узагальнення певні аспекти зв'язку ЗМІ з тим чи іншим сприйняттям політики окремими представниками аудиторії, з іншими політичними інституціями, наприклад політичними партіями й соціальними рухами, та з політичною культурою всього суспільства.

Важливо об'єктивно оцінювати вплив ЗМІ на політику й суспільство, не перебільшуючи його, але й не нехтуючи ним. Вплив ЗМІ виявляється здебільшого не як результат їхньої наполегливої пропагандистської роботи, а як побічний продукт прийнятого в ЗМІ способу опрацювання та подання новин масовій аудиторії. Прямий вплив пропагандистських кампаній, навіть якщо їх проводять цілеспрямовано, у будь-якому разі виявляється обмеженим. У будь-якому випадку ЗМІ дійсно впливають на сприйняття публікою політичного світу, що, у свою чергу, призводить до зміни її уподобань та поведінки. Таким чином, ЗМІ та уявлення публіки, що їх вони допомагають сформувати, є невід'ємною частиною політичного середовища, у рамках якого органи державної влади здійснюють добір пріоритетів і розподіл ресурсів. Вплив ЗМІ на визначення порядку денного призводить до зміни спрямування політики й перебудови системи пріоритетів, наголошування одних питань і нехтування іншими.

З іншого боку, силу впливу ЗМІ не варто й переоцінювати. Аудиторія зовсім не є зібранням пасивних суб'єктів. Спроможність ЗМІ впливати на формування пріоритетів і спрямовувати увагу публіки виявляється істотно обмеженою, якщо аудиторія цікавиться громадським життям, має тверді політичні переконання й доступ до альтернативних джерел інформації. І, навпаки, якщо аудиторія взагалі не цікавиться політичними проблемами, спроможність ЗМІ спрямовувати увагу також виявляється недостатньою. ЗМІ не спроможні зробити центром уваги абсолютно

штучну й неіснуючу проблему або повністю замовчувати ту, яка реально непокоїть людей.

Інформаційні потоки соціально-політичної тематики

Вирішення проблеми дослідження впливу ЗМІ на соціально-політичне життя країни потребує знань про особливості процесів створення, руху та кумуляції інформації в суспільстві, що відбуваються через функціонування інформаційних потоків (ІП).

Безумовно, однією з головних особливостей нашого часу є постійне зростання темпів виробництва інформації. Разом з тим, кількісний прогрес у галузі виробництва інформації веде, на думку більшості науковців, до зниження якості загального рівня інформованості суспільства. Ситуація різкого збільшення обсягів інформації породила ряд проблем: слабка структурованість інформації; поява зайвої інформації; невідповідність формально релевантної інформації дійсним проблемам споживачів інформації; багаторазове дублювання інформації в різних джерелах тощо. Унаслідок перелічених причин, традиційні інформаційно-пошукові системи поступово втрачають свою актуальність. Охоплення та узагальнення великих та динамічних інформаційних масивів, що безупинно генеруються ЗМІ, потребує якісно нових підходів.

Завдання систематичного відстеження тенденцій і процесів в інформаційному середовищі, що постійно оновлюється, найбільш повно може бути розв'язано лише з використанням моніторингу змісту ІП. Цей перспективний напрям у спеціальній літературі розглядається науковцями як контент-моніторинг (КМ). Найважливішою теоретичною основою КМ є контент-аналіз. КМ використовують у тому випадку, якщо метою аналізу є одержання якісних і кількісних зрізів інформації протягом невизначеного заздалегідь проміжку часу. На думку багатьох експертів з ІП, поява КМ зумовлена насамперед завданням систематичного моніторингу тенденцій і процесів у динамічно оновлюваному інформаційному середовищі.

Контент-моніторинг матеріалів преси політичного спрямування

Досліджуючи вітчизняні політичні процеси, ми бачимо, що саме газети дають найбільш повний масив інформації про події в країні. За оперативністю подачі матеріалів та масштабністю впливу на населення газетним виданням поки що немає рівних серед документальних засобів комунікації. Але досягнути оком весь різнобарвний та швидкоплинний потік сучасних подій, які відображаються в пресі, не під силу будь-яким аналітичним колективам, що займаються аналізом та прогнозуванням суспільно-політичного життя. При цьому обмежитися тільки анотаціями або рефератами статей з преси аналітики справедливо вважають не можливим, бо при складанні повноцінного аналітичного огляду або прогнозу розвитку суспільно-політичної ситуації краще мати справу з повнотекстовою інформацією.

При аналізі змісту комунікації важливо знати не тільки кількісні показники згадування на сторінках преси тієї чи іншої події, особи, важливо й те, в якому контексті про це йдеться, як інформація інтерпретується газетою. У зв'язку з вищезазначеним, постало питання вдосконалення засобів обробки та відображення такої інформації, підвищення її наочності й доступності. Для задоволення цих потреб при створенні інформаційно-аналітичних систем у відділі організації та використання документного фонду Фонду президентів України Національної бібліотеки України імені В. Вернадського була запропонована технологія, яка передбачає екстракцію інформації з публікацій у вигляді ключових цитат з подальшим її занесенням до баз даних.

Найбільш прийнятним для проведення такої процедури виявилося застосування КА, оскільки об'єктом дослідження цього методу є саме текст публікацій. Треба відзначити, що цікавою особливістю КА є і те, що цю методологію до останнього часу пов'язували з визначеною сферою людської діяльності, а саме з соціологією та політологією. КА в рамках дослідження ІІ є дещо

новим напрямом, що передбачає аналіз значного масиву текстових документів – результатів моніторингу інформаційного простору.

Створення інформаційно-аналітичних систем (ІАС) ґрунтується на таких принципах КА як:

- опрацювання великих масивів документальної інформації;
- виокремлення з них змістовних фрагментів;
- сортування цих фрагментів і збирання їх в однотипні за змістом підгрупи;
- аналітична обробка матеріалів, створення аналітичних продуктів у відповідності до запитів замовника.

Застосування методики КА при створенні ІАС спричинено насамперед необхідністю отримання об'єктивних результатів відбору матеріалів, незалежних від вражень чи почуттів людини. Об'єктивність при цьому досягається тим, що особисті враження дослідника замінюються об'єктивною процедурою формалізації і квантифікації тексту. Зміст розчленовується на окремі фрагменти, присвячені різним аспектам висвітлення певної проблеми, які в системі сортуються й аналізуються. При виконанні цієї процедури велике значення має наявність детально розробленого класифікатора, тобто схеми, за якою аналітик збирає матеріал до БД.

Як найпридатніші для формального опису документів при створенні ІАС за ключовими фрагментами публікацій були обрані класифікатори фасетно-ієрархічного типу. На основі розробленого класифікатора за допомогою фасетної формули здійснюється формальний опис конкретного фрагмента тексту, а сукупність фасетних формул усіх виділених фрагментів забезпечує формальний опис усього документа в контексті досліджуваної проблеми.

Серед переваг цієї методики при формуванні БД передусім слід підкреслити зведення інформаційного шуму до мінімуму. По-друге, при збереженні оригінального тексту у вигляді його ключових фрагментів сформовані БД, доволі компактні та зручні в роботі.

Політичний вплив ЗМІ на прикладі газет Львівщини

Ринок засобів масової інформації – не лише один з тих, що найдинамічніше розвиваються. Він ще й один з тих, де за останніх два-три роки сталися істотні, якщо не сказати радикальні, зміни в структурі власників та в політичних перевагах власників інформаційних ресурсів. ЗМІ в Україні залишаються засобом не лише інформування, але й формування громадської думки на користь тих або інших політичних сил.

Найменш дослідженим залишився сегмент регіональних ЗМІ, хоча саме вони, за великим рахунком, і формують громадську думку на більшій частині країни. Існує точка зору про те, що засоби масової інформації Львівщини є більш вільними та демократичними, ніж в інших регіонах України. На Львівщині вже в 1992 р. обласна рада відпустила зі свого підпорядкування газету «За вільну Україну!». На початку 1998 р. подібне сталося з газетою «Високий Замок». У більшості випадків львівські журналісти розуміють вислів «преса – четверта влада» як спроможність преси критикувати як владу, так і опозицію, а завданням ЗМІ вважають формування політичної культури і серед політиків, і серед виборців. В останні роки газетний ринок Львова піддався пертурбаціям найбільша. Насамперед потрібно сказати про закриття цілого ряду колись дуже впливових видань і заполітизовування одного з лідерів – газети «Високий Замок».

Протягом року після виборів 2006 р. з ринку зникли газети «Поступ», «За вільну Україну!», «Молода Галичина», «Аргумент-газета» і «Аргумент-влада». Перша виявилася непотрібною А. Садовому, що переміг на виборах міського голови та вирішив зосередитися на телебаченні й Інтернеті, в якому на той час він повністю програвав інформаційні війни опонентам. «За вільну Україну!» і «Молода Галичина» стали жертвами повного провалу СДПУ(о), яка володіла виданнями до 2005 р. Партія згорнула свою діяльність у регіоні, а фінансисти – колишні керівники місцевих податкової і митниці С. Меведчук і Т. Козак – перебралися до

Києва. Потім «Молоду Галичину» просто закрили, а «За вільну Україну!» за безцінь купив П. Димінський. Олігарх хотів змінити формат газети і зробити з неї впливове аналітичне видання. Проте спочатку почалися конфлікти з колективом, потім змінилася періодичність газети – з тижневика вона стала щомісячником, а незабаром узагалі припинила виходити. За однією з версій, П. Димінському не вдалося знайти менеджера, який погодився б працювати на його умовах, за іншою – президента «Карпат» насправді цікавила лише будівля в центрі міста, яку займала редакція.

Що стосується діючих видань, то на ринку залишилася «Україна і час», яка займає невелику його нішу і на сьогодні належить депутатові від Партії регіонів і власникові ринку «Південний» П. Писарчуку. Газета «Ратуша», хоча і є власністю міськради, постійно потерпає від недофінансування. Це обумовлено позицією головного редактора М. Савельєва, який постійно критикує мера А. Садового. «Львівська газета» – усе ще власність Р. Шлапака, президента компанії «Інтермаркет» і депутата міськради від «Нашої України». Після ряду конфліктів усередині колективу і з власником наповнення видання змінилося, і сьогодні воно повністю лояльне до міської і обласної влади і до «Нашої України». Найбільше україномовне видання в країні і лідер львівського газетного ринку «Експрес» є власністю головного редактора І. Починка, залишаючись виключно бізнес-проектом. А ось «Високий Замок», який свого часу боровся з «Експресом» за першість, перетворюється на рупор Ю. Тимошенко. Адже шеф-редактор і власник значної частки акцій «Високого Замку» став народним депутатом від БЮТ. Водночас власник контрольного пакета «Високого Замку» – норвезький холдинг Orkla Media – зневірившись досягти відчутного фінансового результату, дедалі менше втручається в справи видання.

Змінила власника і має всі шанси стати серйозним гравцем на ринку раніше малотиражна «Суботня пошта». Її власник і головний редактор Р. Курбанов продав видання компанії «Роял» україн-

сько-чеському СП, яке володіє величезною мережею ігрових автоматів. Можна передбачити, що головною метою нового інвестора, який уже істотно поліпшив матеріальну базу видання і прагне вивести його на вищий якісний рівень, є тиск на А. Садового, затятого противника розвитку грального бізнесу у Львові.

Серед нових газет, що з'явилися у Львові, слід зазначити два відверто політичних проекти – «Новий погляд», підконтрольний УНП, і «Інформатор» П. Писарчука. Правда, якщо перша газета стабільно виходить уже більше року і помалу займає місце на ринку завдяки опозиційності до міської влади, друга робить лише перші кроки, і прогнозувати її майбутнє поки ще рано.

Значний удар кризи випробувало мало не найголовніше видання Львова – «Львівська газета». Нинішній власник газети – депутат Львівської міської ради Р. Шлапак, який володіє мережею львівських супермаркетів «Арсен» і «Барвінок», – опинився перед значними фінансовими труднощами. Не обійшла криза і найбільше видання Західної України – газету «Експрес». Спочатку труднощі в газеті виникли через проблеми з папером. Нещодавно куплена іноземна друкарська машина не змогла друкувати на папері, який вимушена купувати редакція. Отже, через збої в роботі почалися затримки з виходом випусків газети. Потім у редакції пішли на ще кардинальніші кроки з економії. У вимушені відпустки пішли менеджери видання, було скорочено обсяги деяких випусків газети.

Економлять і центральні видання, які раніше мали свої представництва у Львові. Зокрема, перестав виходити регіональний випуск «Газети 24». Про проблеми газета повідомила на сайті, відзначивши, що віднині видання виходитиме лише тричі на тиждень. Крім того, очікується, що газету покине половина співробітників. Схожа ситуація в «Газеті по-українськи», яка мала представництво у Львові, а тепер зменшила кількість виходів у світ, випускаючи подвійні номери.

Більш-менш вдало переживають кризу інші великі видання Львівщини. Зокрема, газета «Високий Замок» скоротила на де-

кілька сторінок обсяг лише одного, суботнього номера. Очевидно, успішно запобігти проблемам допомагає і те, що директор з питань стратегії «Високого Замку» С. Курпіль є нинішнім народним депутатом від БЮТ, а газета послідовно відстоює на своїх сторінках політичну позицію блоку. Зате останнім часом стало важко знайти в кіосках Львова партійний вісник обласного БЮТ – газету «Наша Батьківщина». Залишається на плаву і комунальна газета «Ратуша», яка також відчула наслідки кризи. Опозиційне до команди міського голови Львова А. Садового видання торік «з боями» вибивало в міськради гроші на своє існування. Тоді міська рада погодилася дати гроші лише після того, як головний редактор газети М. Савельєв оголосив у приймальні А. Садового голодовку. Проте криза зробила свою справу, і протягнути на цих засобах «Ратуші» до кінця року не вдалося. А тому газета знову просить гроші, щоб виплатити зарплати співробітникам і продовжити свій вихід.

Контент-аналіз у дослідженнях газетної преси

Для політологів, які спеціалізуються на дослідженні відкритих масивів політичної комунікації, важливо визначити основні принципи неупередженості процесу дослідження матеріалів преси, до чого аналітика можуть наблизити кліометричні методи опрацювання інформації. Найбільш відомим, розвинутим та відповідним до завдань політичних досліджень кліометричним методом є контент-аналіз (КА). Необхідність застосування КА до відкритих публікацій впливає з усвідомлення, що політичні процеси піддаються як якісним так і кількісним вимірам. В арсеналі дослідників політики саме КА виявився досить ефективним завдяки усталеній методиці застосування. Звичайно, у процесі його використання науковці не тільки опрацьовують отримані результати, а й прагнуть вдосконалювати методику та впорядковувати понятійний зміст, конкретизувати сутність цього методу.

За час свого існування КА виборів гідне місце серед сучасних методів дослідження засобів масової інформації. Він закріпився

як науковий метод дослідження документів, який характеризується принципами об'єктивності, детального й повного розгляду об'єкта дослідження, суворого дотримання процедури. Його надзвичайно великі можливості пояснюються органічною пов'язаністю якісної і кількісної сторони дослідження. Високі вимоги до КА роблять висновки таких досліджень надійнішими і достовірнішими, ніж при користуванні якісними методами. КА застосовують переважно при наявності великого за обсягом і несистематизованого матеріалу, коли його безпосереднє використання ускладнено. У західних країнах КА розвивається вже протягом майже 100 років і вважається провідним методом вивчення ЗМІ. Сьогодні популярність КА пояснюється, разом з високою ефективністю самого методу, широким використанням комп'ютерної техніки та спеціальних програмних систем. Об'єднання засобів і методів, їхній природний добір шляхом багатократної оцінки отриманих результатів дають змогу виділяти і підтверджувати знання, виявляти фактичну силу і корисність даного інструментарію.

Зупинимось докладніше на використанні методу КА в дослідженнях газетної преси. Науковці відзначають, що якість проведення КА найбільш істотно впливає на ефективність у дослідженні саме газетних матеріалів. Зрозуміло, що нотатки, кореспонденції, репортажі, звіти, інтерв'ю, статті (передові, редакційні, пропагандистські тощо), нариси, фейлетони відрізняються не тільки певними літературно-стилістичними особливостями, а й переважанням різних шарів інформації. Разом з тим вивчення споріднених явищ та процесів на різних рівнях публіцистичних жанрів дає змогу виявити внутрішній взаємозв'язок між первинною і вторинною інформацією, що міститься в публікаціях, і зробити більш виважені та обґрунтовані висновки.

Різноманітність матеріалів газетної преси робить актуальним їхній аналіз з точки зору наявності в них неприхованої і латентної інформації. Перший тип інформації переважає передусім в аналітичних жанрах: нотатці, кореспонденції, звіті, які найбільш наси-

чені фактами. Другий – у синтетичних, у першу чергу у статтях, інтерв'ю. Адже статті викликають інтерес саме наявністю в них латентної інформації – мотивів і мети публікації, концепції автора і газети. Зрозуміло, що реалізація цих завдань неможлива без застосування до газетних публікацій методу КА, що надає можливість розкривати якісні ознаки не лише окремих джерел, а й їхніх тематично споріднених сукупностей.

Наукова доцільність використання цього методу обумовлюється ще й тим, що він дає можливість отримати й відповідним чином проаналізувати не окремі факти, а оптимальну їх сукупність. На відміну від досліджень, що базуються на вивченні окремих матеріалів, кожний з яких може дати дослідникові лише фрагментарний науковий факт, аналітико-синтетична обробка великих масивів інформації обумовлює якісно новий етап у комплексному дослідженні публікацій. Ключовим питанням її є оцінка достовірності, повноти і, таким чином, об'єктивної наукової цінності інформації. У зв'язку з цим актуалізується проблема відображення явища і рівень об'єктивності відображення його в публікації. Розв'язання цього завдання залежить і від з'ясування рівня повноти інформації, і від ступеня проникнення в сутнісну глибину явища автором публікації. Відтак, головною ознакою повноти матеріалів преси вважається, при аналізі газетних публікацій, відображення істотних рис описаних подій. Проте під час досліджень політичних процесів за допомогою преси методом КА політологам часто доводиться вирішувати питання, пов'язані із з'ясуванням мотивації авторів матеріалів. Відповідно, важливим є і суб'єктивне трактування фактів, їх інтерпретація, оскільки це дає змогу з'ясувати позицію редакції й авторів, які виступають у пресі, дає можливість визначити основні напрями ідейної боротьби конкретної епохи.

Доволі важливим питанням, яке не можна обминути при висвітленні сутності КА, є методика попередньої підготовки масивів газетних публікацій для аналітико-синтетичної обробки. Ідеться передусім про механізм здійснення вибірки. Адже практично зав-

жди в пошуковій роботі дослідникові доводиться відбирати з величезного масиву інформації публікації, що мають аналізуватися. Саме на цьому етапі необхідно відібрати оптимальну кількість матеріалів, на основі аналізу яких можна робити висновок про політичний об'єкт у цілому.

Проте основним питанням, вирішення якого гарантує максимальний результат КА, є забезпечення бездоганного з позицій формальної логіки системного словника. Його побудова закладає інформаційно-пошукові підвалини формалізованої оцінки інформаційної насиченості публікацій. КА є одним з методів якісно-кількісного вивчення змісту текстів, тобто у зведенні всіх текстів досліджуваної проблеми до набору певних елементів, які в подальшому підлягають підрахунку та аналізу. Тексти в таких дослідженнях – об'єкт аналізу, тому що на підставі змін, які відображені в них, можна робити висновки про тенденції розвитку суспільства або функціонування відповідних соціальних інститутів. Застосування механізму КА до матеріалів газетної преси в галузі дослідження політичних процесів в Україні має перспективи лише за умов дотримання формалізованих процедур опрацювання об'єктів аналізу та унеможливлення суб'єктивних нашарувань у процесі оцінювання матеріалів преси.