

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Національний університет «Одеська юридична академія»

ВОЛЯНСЬКИЙ ВАДИМ ВАЛЕРІЙОВИЧ

УДК 321.7:004.032.6

МЕДІАПОЛІТИКА У ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ:  
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ  
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Спеціальність 23.00.02 – політичні інститути та процеси

АВТОРЕФЕРАТ  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата політичних наук

Одеса – 2012

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі політології Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України.

**Науковий керівник** доктор політичних наук, професор  
**СІЛЕНКО Алла Олексіївна**,  
Одеська національна академія зв'язку  
ім. О. С. Попова,  
проректор з навчальної та виховної роботи

**Офіційні опоненти:** доктор політичних наук, професор  
**ГОРБАТЕНКО Володимир Павлович**,  
Інститут держави і права імені В. М. Корецького  
НАН України,  
заступник директора;

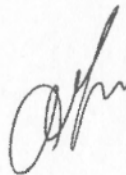
доктор політичних наук, професор  
**НАУМКІНА Світлана Михайлівна**,  
Державний заклад «Південноукраїнський  
національний педагогічний університет  
імені К. Д. Ушинського»,  
завідувач кафедри політичних наук.

Захист відбудеться 18 січня 2013 р. о 12.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д41.086.02 Національного університету «Одеська юридична академія» за адресою: 65009, м. Одеса, вул. Піонерська, 2, ауд. 312.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Національного університету «Одеська юридична академія» за адресою: 65009, м. Одеса, вул. Піонерська, 2.

Автореферат розісланий 17 грудня 2012 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради



**А.В. Пехник**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність дослідження.** В сучасній демократичній державі влада потребує підтримки громадян які, в якості виборців, делегують своїм вибором владні повноваження тій або іншій партії. Колективний характер політичних цілей передбачає використання спеціальних засобів шляхом трансляції бажаної інформації, які здатні забезпечити єдину спрямованість дій великої кількості людей і мобілізувати їх на масові дії. Саме мас-медіа є одним з таких засобів, який виконує функцію формування інформаційного аналогу суспільства. Більшість подій які сьогодні відбувається у світі, фіксуються та транслюються засобами масової інформації. В цій новій ситуації засоби масової інформації виступають в якості агентів владних повноважень та мають можливість приймати участь в раціональних і критичних дискусіях.

В цілому, роль засобів масової інформації зумовлена їх можливістю впливати на механізми прийняття рішень, однак на практиці, засоби масової інформації не завжди прагнуть відобразити інтереси суспільства та надають суспільству об'єктивну та достовірну інформацію. Цим зумовлена необхідність держави та суспільства впливати на їх інформаційну діяльність та через засоби масової інформації заявляти про власні пріоритети у висуненні та тлумаченні політичних проблем. У зв'язку з цим, для політичної науки стає актуальним дослідження сучасних тенденцій і перспектив розвитку медіаполітики в демократичному суспільстві.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження виконане в рамках наукової теми «Соціально-політичні та правові аспекти розвитку інформаційного суспільства в Україні» (2009 – 2014 рр.), що здійснюється кафедрою політології Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова, одним з виконавців якої є дисертант.

**Мета дисертаційного дослідження** – визначити основні напрямки розвитку медіаполітики у демократичному суспільстві та запропонувати відповідні конкретні соціально-політичні заходи, що сприяють такому розвитку.

Для досягнення даної мети були поставлені наступні дослідницькі завдання:

- провести аналітичний огляд монографічних та дисертаційних робіт, присвячених медіаполітиці;
- дослідити залежність моделей медіаполітики від політичного режиму;
- виявити сутність медіаполітики в наукових поняттях та категоріях;
- уточнити причини та фактори національних відмінностей у проведенні медіаполітики;

- проаналізувати роль ЗМІ як суб'єкта та об'єкта медіаполітики;
- дослідити особливості медіаполітики в Україні;
- визначити тенденції розвитку медіаполітики в регіонах України.

*Об'єкт дослідження* – інформаційні відносини як ключовий механізм формування політичного простору та забезпечення взаємодії між владою та суспільством.

*Предмет дослідження* – сучасні тенденції та перспективи розвитку медіаполітики у демократичному суспільстві.

*Методи дослідження.* Структурно-функціональний метод застосовувався для розгляду медіаполітики як скоординованої взаємодії елементів, що становлять її складну структуру і зумовлюють виконання нею своїх специфічних функцій.

Системний метод дозволив розглядати медіаполітику як певну саморегульовану соціальну цілісність, як постійно взаємодіє зі зовнішнім середовищем. Завдяки даному методу була отримана можливість фіксувати на «вході» та «виході» якісні особливості поведінки громадян при вираженні ними вимог до влади, а також при виконанні її рішень. Системний підхід дозволяє побачити цілісний характер зв'язків і відносин різноманітних ЗМІ у єдиному інформаційно-комунікативному просторі.

Інституціональний підхід дав можливість виявити інститути, які формують медіаполітику: держава, інститути громадянського суспільства, політичні фактори, традиційні та мережеві засоби масової інформації.

Політико-культурні методи допомогли дослідити суб'єктивні орієнтації елітарних і масових суб'єктів на політичні об'єкти, які згідно з ними модифікували форми своєї поведінки, характер діяльності політичних інститутів та інші параметри функціонування влади.

За допомогою кібернетичних методів медіаполітика проаналізована скрізь призму інформаційних потоків, побудованих на принципі зворотного зв'язку, й мережі цілеспрямованих комунікативних дій і механізмів, які забезпечують відносини між тими хто управляє, та тими ким управляють на усіх рівнях взаємин усередині суспільства та зі зовнішнім середовищем.

Соціологічні методи застосовувалися для пояснення політичних дій суб'єктів медіаполітики (політиків, власників медіаресурсів тощо) з точки зору різних параметрів їх суспільного становища – соціальних ролей, статусу тощо.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що дана дисертаційна робота є одним з перших у вітчизняній політичній науці системних досліджень медіаполітики у демократичному суспільстві. У ході проведеного дослідження отримані наукові результати, які відрізняються науковою новизною.

***вперше:***

– обґрунтовано, що українська політика являє собою театралізацію, засновану на економічному інтересі. В ній переважають ігрові моменти та лицедійство, що особливо проявляється в ролі ЗМІ у політичному процесі, в маніпулятивному характері демократії, у зміні масової свідомості та колективної поведінки, особливо електорату, типовими рисами якого є соціально-політичні суб'єктивні та неадекватні сучасним реаліям уподобання, пасивна реакція на більшість життєвих проблем, відсутність активного соціального протесту;

– аргументовано, що різко підвищується роль технологій шоу-бізнесу у формуванні політичних комунікацій, а інформаційний простір влади набуває яскраво вираженого крос культурного та транснаціонального характеру. Засоби масової інформації все більше орієнтуються на застосування технологій шоу-бізнесу, на аспект розважальності в політичному інформуванні, який знижує якість громадських дебатів і витісняє аналітичну пресу на узбіччя масового інтересу. Посилюється і маніпулятивний потенціал ЗМІ. В таких умовах політична та культурна форми впливу на владу є практично непомітними. У результаті, демократична форма організації влади вже не здатна забезпечувати взаємини правлячих кіл і населення. Інформаційні відносини перетворюються у визначальний механізм формування політичної влади;

– показано, що одна з особливостей сучасної демократії, як процесу, полягає в тому, що, хоча ЗМІ належить інформаційна (символічна) влада не юридично, а переважно по праву ініціативи, рівень їх впливу на суспільну свідомість є настільки великим, що самою державою нерідко маніпулюють сили, здатні використовувати ЗМІ задля власної мети. Держава не завжди може контролювати сучасні процеси, і тоді функцію управління цією реальністю виконують ті, хто може запропонувати більш досконалу комунікативну структуру, кращі та більш ефективні технології роботи з суспільною свідомістю.

***уточнено, що:***

– з розвитком демократії та переходом суспільства до постдемократичної організації влади та інформаційного простору з'являються нові тенденції у відносинах держави та ЗМІ. Характерні для цього етапу процеси інтенсифікації інформаційного обігу, збільшення швидкості збільшення інформації та багатства інформаційних послуг, звуження публічних відносин держави та суспільства змінюють можливості й самих ЗМІ, й держави. Такого роду факти та тенденції нерідко призводять до незбалансованої подачі інформації, підриву демократичних цінностей, демобілізації електорату, зростанню відчуження громадян від політики;

– власники ресурсів, що дозволяють їм отримати доступ до засобів масової інформації, висловлюють свої інтереси через журналістів, що означає ймовірність спотворення інформації, стосовно реальних подій в суспільстві. Таким чином, ЗМІ постають як специфічний посередник, який не обирається за допомогою демократичних процедур. А отже, виникає реальне протиріччя між свободою, з одного боку, вибору інвесторів та власників медіа холдингів, різними групами тиску, що володіють можливостями впливу на ЗМІ, та відсутністю свободи вибору у громадян, які одержують інформацію через ангажовані мас-медіа, – з іншого;

– прагнення по-новому концептуалізувати сутність змін, що відбуваються у суспільстві, детерміновано «віртуалізацією суспільства»: віртуальною може ставати практично будь-яка сфера соціального життя суспільства – політика, економіка, культура. Політика, в рамках концепції віртуалізації, «кіберпротезується» у боротьбі іміджів політиків та діяльності PR-агентств. Віртуалізуються базові інститути політики – практично кожна партія та державний інститут мають сьогодні свій сайт в Інтернеті, а вибори мають тенденцію до перетворення в «мережеве підприємство». Таким чином, актуалізується питання подолання соціальної анемії, що вимагає підвищення ролі позитивних дій з формування нової якості соціальних комунікацій і комунікативних практик, метою яких є досягнення ефективної злагоди у суспільстві;

– уявлення про існування в світі вільних і незалежних ЗМІ, є міфом. Вони не можуть відсторонитися від держави і не можуть не мати певних відносин із бізнесом. За кожним так званим «незалежним» засобом масової інформації стоять певні політичні або комерційні сили. Альтернативні підходи зберігаються завдяки тому, що жодна політична або комерційна сила не може встановити монополію в медіапросторі;

*отримало подальший розвиток:*

– поняття «медіаполітики». З точки зору політології, медіаполітика – це процес, у результаті якого держава, політичні партії, громадяни та інші політичні актори прагнуть впливати на ЗМІ з метою підпорядкування їх діяльності своїм інтересам, а саме – управляти соціально-політичними наслідками поширення новітніх технологій ЗМІ.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що положення і висновки дисертації дають основу для подальшого теоретичного дослідження проблем розвитку медіаполітики в Україні. Робота може бути використана при підготовці загальних і спеціальних курсів у вищих навчальних закладах, написанні підручників і навчальних посібників з політології.

Окремі положення роботи та рекомендації можуть бути використані органами державної влади у практичній діяльності, пов'язаній з питаннями формування та розвитку медіаполітики.

**Особистий внесок здобувача.** Особистий внесок здобувача у процесі написання статті у співавторстві з А. О. Сіленко полягала в постановці та вирішенні одного із двох завдань (визначення передумов зміцнення політичної ролі медіа в українських умовах), інтерпретації отриманих результатів.

**Апробація результатів дисертаційного дослідження.** Дисертацію виконано й обговорено на кафедрі політології Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова. Основні положення, висновки та пропозиції роботи було апробовано на Міжнародній науковій конференції «Сьомі юридичні читання: Культура і право на початку XXI століття» (м. Київ, 19-20 травня 2011 р.), VIII Всеукраїнській науковій конференції студентів та молодих вчених «Молодь: освіта, наука, духовність» (м. Київ, 13 квітня 2011 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції «Роль та місце ОВС у розбудові демократичної правової держави» (м. Одеса, 21 квітня 2011 р.), Міжнародній науково-практичній інтердисциплінарній конференції «Етнос, мова та культура: минуле, сьогодення, майбутнє» (м. Рівне, 18-19 березня 2011 р.), VII Всеукраїнській науково-практичній конференції «Проблеми сучасного управління: економічні, екологічні, політико-правові, історичні, ментальні аспекти» (м. Одеса, 17 листопада 2011 р.); 66-тій науково-технічній конференції професорсько-викладацького складу, науковців, аспірантів та студентів ОНАЗ ім. О. С. Попова (м. Одеса, грудень 2011 року), науково-практичній конференції «Політико-правові проблеми сучасного державного управління» (м. Одеса, квітень 2012 року); Міжвузівській науково-практичній конференції «Компаративістський аналіз виборчого законодавства світу» (м. Одеса, жовтень 2012 року), науковому симпозіумі «Теоретико-практичні проблеми впровадження паритетної демократії в Україні» (м. Одеса, 8-9 червня 2012 р.), наукових семінарах кафедри політології ОНАЗ ім. О. С. Попова (2011-2012 рр.)

**Публікації.** Основні результати проведеного дослідження викладені у 7 наукових статтях, 3 з яких опубліковано у фахових виданнях з політології.

**Структура дисертації** зумовлена метою і завданнями, які були поставлені в процесі науково-теоретичної розробки обраної теми. Дисертація складається зі вступу, 3 розділів, перший з яких містить три підрозділи, другий і третій – по два підрозділи, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації становить 173 сторінки (без списку використаних джерел). Список використаних джерел містить 270 найменувань (28 сторінок).

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У Вступі подається загальна характеристика роботи, обґрунтовується актуальність теми дослідження, визначаються предмет, об'єкт, мета і завдання дослідження, його методологія, структура та обсяг, розкриваються наукова новизна, практичне значення одержаних результатів, надаються відомості про апробацію результатів дослідження та їх публікації.

У першому розділі «Основні теоретико-методологічні підходи до дослідження медіаполітики» проаналізовано основні наукові поняття і категорії, наукові здобутки вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем медіаполітики, простежено залежність моделей медіаполітики від політичного режиму.

У підрозділі 1.1. «Сутність медіаполітики у наукових поняттях і категоріях» аналізуються такі поняття, як «медіа», «медіатизація політики», «медіакратія», «медіапростір», «політика» та інші.

Зазначається, що з середини ХІХ ст. поняття «медіа» починає застосовуватися в сучасному розумінні – як поширення повідомлень за допомогою особливих засобів зв'язку. Відмічено, що «медіатизація» – це процес створення, розповсюдження та вдосконалення засобів збору, зберігання і розповсюдження інформації. Обґрунтовано, що медіапростір є частиною соціального простору, що відтворюється за допомогою Інтернету, радіо, телебачення та інших технічних засобів і помітно відрізняється від емпіричної реальності.

Показано, що наслідком сучасних принципів змін інформаційного простору стала його здатність якісно трансформувати і саму сферу політики, і форми організації влади, які все частіше починають визначати як медіакратію.

Доведено, що, з точки зору політології, медіаполітику слід розглядати як процес, у результаті якого держава, політичні партії, громадяни й інші політичні актори прагнуть впливати на ЗМІ з метою підпорядкування їх діяльності своїм інтересам, а саме – управляти соціально-політичними наслідками поширення новітніх технологій ЗМІ.

У підрозділі 1.2. «Наукові здобутки вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем медіаполітики» зазначається, що вивчення ефектів медіавпливу відображено в роботах зарубіжних вчених Г. Лассвелла, П. Лазерфельда, Б. Берельсона, У. Шрамма, Г. Маклюєна, Д. Гербнера і Д. Маккуейла, які розуміють ефект медіавпливу як сукупність усіх кількісних і якісних змін, що відбуваються у свідомості та поведінці людини у передкомунікативній, комунікативній та посткомунікативній фазах її контакту з засобами масової інформації.



Відносини ЗМІ та держави відображені у наукових дослідженнях відомих західних фахівців Р. Сиберта, Т. Петерсона, В. Шрами, Д. Норда, Д. Меррілла, В. Хечтена та ін., українських дослідників – В. Бебіка, О. Ваганової, В. Горбатенка, О. Грищенко, О. Дубаса, О. Заславської, Б. Калініченко, В. Коляденка, О. Костирева, В. Недбая, А. Сіленко, Р. Хлистун, Д. Яковлєва та ін. Питання відносин між розвитком ЗМІ та організацією владно-управлінських відносин у суспільстві досліджуються в працях Э. Грінберга, Ч. Гудсела, Г. Інніса, Дж. Кіна, Б. Пейджа, Дж. Рифкин, Дж. Томсона, Ю. Хабермаса та інших.

Проблемам діяльності засобів масової інформації присвячені роботи К. Ветрова, І. Полухтової, І. Засурського, Г. Почепцова, В. Пугачова.

Аналіз розвитку і трансформації різних типів ЗМІ і систем (моделей) ЗМІ здійснюється у роботах Е. Вартанової, А. Грабельникова, І. Дзялошинського, І. Засурського, Я. Засурського, А. Качкаєвої, С. Коновченко, А. Кисельова, І. Кузнецова, С. Михайлова, Ю. Нісневича, Р. Овсепяна, українських вчених – М. Бутиріної, Н. Гармаш, Є. Демченко, Л. Кормич, С. Наумкіної, О. Пронченко та інших.

Проблеми регіональних ЗМІ у контексті здійснюваної ними медіаполітики розкриваються у роботах В. Абрамєйцевої, Т. Артемової, Ю. Коровіна, І. Кузьміна, Р. Назипова та інших.

Аналіз спеціальної літератури, як української, так і зарубіжної, показує, що ще не склалася єдина та несуперечлива система уявлень про медіаполітику, не визначена повністю внутрішня інституційна структура цього феномену, специфіка взаємодій з іншими елементами соціальної організації українського суспільства.

У підрозділі 1.3. «Залежність моделей медіаполітики від політичного режиму» зазначається, що при авторитаризмі та тоталітаризмі ЗМІ мають суто технічний статус і використовуються тільки для трансляції звернень держави до суспільства. Сучасним прикладом є Саудівська Аравія, влада якої вирішила посилити цензуру діяльності ЗМІ. Прикладом тотальної цензури інформації в Інтернеті є Китай де функціонує офіс управління Інтернет-пропагандою. У серпні 2011 р. Казахстан закрав доступ до 13 іноземних Інтернет-сайтів, звинувативши популярний в рунеті незалежний майданчик обміну інформацією та думками «Живий журнал» в пособництві тероризму. Влада Білорусі заборонила державним чиновникам заходити на сайти Інтернет-ресурсів, які висловлюють опозиційну думку.

З розвитком демократії процеси інтенсифікації інформаційних обмінів, збільшення швидкості приросту інформації і багатства інформаційних послуг, звуження публічних відносин держави та суспільства змінюють можливості й самих ЗМІ, й держави. Засоби масової інформації все більше

орієнтуються на застосування технологій шоу-бізнесу, на розважальність в політичному інформуванні, що знижує якість громадських дебатів і витісняє аналітичну пресу на узбіччя масового інтересу. Посилюється і маніпулятивний потенціал ЗМІ.

У підрозділі обговорюються такі моделі медіаполітики, як «незалежна преса, або вільний ринок ідей», «соціальна відповідальність», «демократичне представництво».

У висновках до розділу 1 зазначається, що є два основних теоретико-методологічних підходи щодо впливу ЗМІ на суспільство. Згідно першого підходу засоби масової комунікації називають «четвертою владою»: крім традиційних гілок державної влади, вони беруть участь в управлінні суспільством. Згідно з другим підходом, ЗМІ – інструмент влади, яким користуються зацікавлені особи та групи. Зроблено висновок, що роль, яку ЗМІ виконують в суспільстві, синтезує висновки обох підходів. ЗМІ, безсумнівно, використовуються як інструмент впливу, передумовою для цього є їх маніпулятивний потенціал.

У другому розділі «Еволюція медіаполітики у закордонних країнах» розглядаються причини та фактори національних відмінностей в проведенні медіаполітики, ЗМІ як суб'єкт та об'єкт медіаполітики.

У підрозділі 2.1. «Національні відмінності в проведенні медіаполітики» зазначається, що характер взаємин уряду та засобів масової інформації в різних країнах варіюється залежно від багатьох аспектів. Хоча окремі газети та журнали асоціюються з конкретними політичними партіями чи організаціями і навіть виступають офіційними органами останніх (як типовий приклад можна навести газету «Форверст» і журнал «Нойе Гезельшафт» – офіційні органи СДПН), більшість ЗМІ в індустріально розвинених країнах підкреслюють свою незалежність від держави, державно-політичних інститутів, насамперед уряду. В цілому, стосовно більшості індустріально розвинених країн, можливо, слід говорити не про партійну прихильність тих чи інших органів ЗМІ, а про їх тенденції орієнтуватися на центр, ліву або праву половину ідейно-політичного спектру.

Разом з тим необхідно зазначити, що для отримання інформації з найважливіших питань державної політики ЗМІ зацікавлені в доступі до провідних державних і політичних діячів, особливо керівників партій, держав та урядів, що є джерелом первинної інформації.

Головна інновація німецького, а також всього західноєвропейського газетного ринку пов'язана з появою і розповсюдженням газет малого формату, або таблоїдів, які раніше використовували бульварні видання.

ЗМІ завжди в значній мірі залежать від уряду країни і, в принципі, повинні бути зацікавлені у просуванні національних інтересів і національної

політики. По суті, є тільки один чинник, здатний змусити ЗМІ в умовах свободи слова відступити від цього, – фінансовий. Але, його нейтралізація широко поширена й узаконена у міжнародній практиці шляхом обмеження участі іноземного капіталу в національних ЗМІ, що характерно навіть для найбільш розвинених країн світу.

У підрозділі 2.2. «ЗМІ як суб'єкт та об'єкт медіаполітики» відзначається, що ЗМІ далеко не завжди прагнуть відобразити інтереси суспільства та надавати об'єктивну інформацію. Цим зумовлена потреба держави і суспільства впливати на їх інформаційну діяльність, задавати через ЗМІ власні пріоритети у висуненні та тлумаченні політичних проблем. Але, через особливість свого становища ЗМІ не можуть бути повністю підконтрольні ані державі, ані суспільству. Практика показала, що це особлива, відносно самостійна й автономна структура, яка займає своє виняткове місце у масовій інформаційно-комунікаційній системі.

Засоби масової інформації виступають в якості комутуючого суб'єкту, який виконує функції, що забезпечують діалогові обміни через громадську думку, формування політичних дискурсів тощо. В реалізації цих, органічних для природи ЗМІ функцій, виявляється їх суб'єктність і автономність як соціально-політичного інституту.

Основна суб'єктна роль засобів масової інформації щодо політики виражається в її функціях, які мають соціально-політичний характер. Кожна з функцій, яка розкриває призначення ЗМІ в суспільстві та державі, може містити напрямки їх діяльності, а реалізація даного напрямку – виражати ступінь відповідальності засобів масової інформації перед суспільством.

У висновках до розділу 2 відзначається, що в країнах, де демократичні інститути відсутні або слабкі, галузь медіаполітики, скоріше, буде відображати інтереси правлячої політичної та ділової еліти. В демократичних державах ЗМІ діють досить автономно. Важлива інформація активно поширюється в суспільстві, інколи вона має різко опозиційний характер.

У третьому розділі «Сутність медіакратичних процесів в Україні» аналізуються особливості медіаполітики в Україні, тенденції розвитку медіаполітики у регіонах.

У підрозділі 3.1. «Особливості медіаполітики в Україні» зазначається, що в Україні медіакратичні процеси розвивалися за іншим, на відміну від Заходу, сценарієм. І хоча розвиток владних відносин в Україні зараз, також багато в чому залежить від комунікації, а позиціонування акторів у політичному просторі та їх владні можливості – від щільності комунікацій і застосування маркетингових технологій організації політичного дискурсу, джерела, соціальний зміст та наслідки цих трансформацій в Україні мають чітко виражену специфіку.

Тенденція української медіаполітики – зрощування, здавалося б, протилежних функцій – журналіста та чиновника. На даний час усі медіасуб'єкти інформаційного поля України тотально пригнічені ринковими умовами і залежать від ринкової цензури, яка змінила радянську державну цензуру. Інформація фільтрується згідно з законами ринку, рентабельності, миттєвої самоокупності, а сам український медіаринок залежить від реклами і потреб топ-менеджерів провідних світових кампаній. З іншого боку, ЗМІ здійснюють інформаційну діяльність у відповідності до політичних уподобань своїх власників. Українські ЗМІ, в першу чергу, – це політичний ресурс.

*У підрозділі 3.2. «Медіаполітика в регіонах України: тенденції розвитку»* аналізується медіапростір таких регіонів України: одеського, харківського, львівського, київського та донецького. Вибір цих регіонів пояснюється тим, що, по-перше, це основні українські регіони, які характеризуються високим рівнем політичної активності. По-друге, саме тут зосереджено більшість українських медіаресурсів.

Особливістю одеського медіапростору є безліч різноманітних ЗМІ, за кількістю яких м. Одеса практично не поступається м. Києву. Проблеми одеських ЗМІ такі самі, як і у ЗМІ в інших регіонах України. Це – фінансові труднощі, зумовлені зниженням надходжень від реклами та позицією інвесторів, багато з яких розчарувалися в «кишенькових» медіа, які не приносять очікуваних політичних дивідендів.

Аналіз харківського медіаринку показав, що він насичений різноманітними ЗМІ. Їх багато, але якістю відрізняються лише деякі. На зміну одним недовговічним проектам приходять інші.

У медіапросторі м. Лева також типова для інших регіонів України ситуація, при якій одні медіапроекти з'являються, інші – йдуть з медіарени. ЗМІ переходять з одних рук до інших. А потенційні інвестори все більше цікавляться телебаченням та Інтернетом.

Особливістю київського медіаринку є те, що в м. Києві практично нема власних ЗМІ. Не враховуючи муніципального медіахолдингу, мабуть, столичним виданням можна вважати «Газету по-киевски» групи «Приват». Всі інші медіаоб'єднання задовольняються, в кращому випадку, однією-двома тематичними сторінками в своїх виданнях або одним сюжетом в теленовинах.

У Донецькому медіапросторі державним залишився єдиний телеканал – ДДТРК, керівництво якого змушене балансувати між інтересами місцевої влади та власного керівництва. Це не могло не позначитися на якості мовлення, погіршення якого призвело до скорочення аудиторії.

У висновках до розділу 3 зазначається, що українські мас-медіа не є фінансово самостійними та незалежними від державного втручання. Однак, незважаючи на невеликий тимчасовий період свого існування, ЗМІ незалежної України за 20 років пройшли той шлях і отримали такий досвід, який у мас-медіа інших країн зайняв більш значний проміжок часу.

У Висновках дисертації відзначено, що на основі аналітичного огляду монографічних і дисертаційних робіт, присвячених заявленій проблематиці, зроблений висновок про те, що, на даний час назріла необхідність проведення комплексного наукового дослідження, в якому були б акумульовані наукові досягнення і досвід українських і закордонних вчених.

У західній науковій літературі виділяються наступні підходи до дослідження впливу ЗМІ на політичний процес: роль ЗМІ як засоби впливу на громадян (П. Бурдє), альтернативний підхід – ЗМІ розглядаються як інструмент, який передає інформацію, але не зачіпає політичних інтересів людини (П. Лазарсфельд). Дослідники, які вивчають питання впливу мас-медіа на політичний процес, вказують на дві технології впливу: перша – це конструювання політичної реальності, друга – віртуалізація політичного процесу (Е. Деніс, Д. Мерілл).

У результаті дослідження уточнено понятійний апарат розглядуваної проблеми. Отримали подальший розвиток поняття «медіа», «медіатизація політики», «медіакратія», «медіапростір», «політика», конкретизується поняття «медіаполітика».

Регулювання владою відносин з медіасистемою завжди залежить від типу правлячого політичного режиму, який визначає принципи цих відносин: тіньові, напівтіньові та публічні технології інформаційної діяльності. Використання сучасних комунікативних технологій у політичному житті суспільства дозволяє істотно посилити вплив владних і спеціальних політико-аналітичних структур на різні параметри політичного розвитку, покращувати взаємну інформованість у системі «влада-суспільство», що в кінцевому підсумку сприяє підвищенню ефективності взаємодії цієї системи.

Аналіз медіаполітики в європейських країнах показав, що, хоча історично інститути мовлення з'явилися в них приблизно одночасно, національні моделі ЗМІ в силу різних політичних і культурних традицій, різних способів організації національних інформаційних систем мають відмінності. Проте в 1970-1980-х рр. ЗМІ усіх європейських країн стикнулися з однаковими проблемами. Активно відбувався процес дерегуляції ЗМІ, який полягав у переході до принципів вільного ринку, до економічного середовища з постійно зростаючим рівнем конкуренції. Нові системи мовлення були засновані на кабельних і супутникових технологіях. ЗМІ відчували дефіцит фінансування. Все це робить актуальним питання про те, чи зможуть державні

ЗМІ продовжувати виконувати роль «публічної служби», чи збережуть вони своє центральне місце в інформаційному середовищі. Ситуація у західному світі така, що сьогодні підвищується значення залежних ЗМІ, відбувається фрагментація електронних ЗМІ, ускладнення реакцій партій на складну інформаційну ситуацію.

Можна зробити висновок про те, що європейські і американські мас-медіа не завжди відповідають сформованому стереотипу в громадській думці нашої країни, згідно якому вони є вільними та незалежними, вільними у виборі висвітлення подій і поданні інформації. У більшості випадків вони не здатні утримувати себе самостійно за рахунок реклами та продажу тиражу, що дозволяє впливати на їх медіаполітику не тільки запитам і побажанням аудиторії, але й державі, а також джерелам фінансування. Таким чином, незважаючи на історичні, культурні, політичні чинники та низку інших особливостей формування засобів масової інформації в Європі та США, можна стверджувати, що у ЗМІ європейських країн і США багато спільних рис. І в першу чергу це пов'язано з проблемами, з якими їм доводиться стикатися у процесі своєї роботи щодня.

Як показує політична практика, цензурування матеріалів ЗМІ є важливою політичною проблемою і для демократичних країн. З одного боку, в конституціях демократичних держав цензура забороняється як засіб контролю інформації, зняття політичного свавілля, яке використовується для виправдання репресій відносно політичних суперників, але з іншого – існують проблеми забезпечення державної безпеки, що зумовлюють необхідність виключення певних дебатів з громадського дискурсу, відбору інформаційних повідомлень, підвищення відповідальності ЗМІ.

Виступаючи каналом передачі інформації, ЗМІ в той же час не обмежуються роллю технічного засобу зв'язку, а активно впливають на масову свідомість і управляють нею. Саме тому інститути влади прагнуть до встановлення контролю над медійним простором.

Слід зазначити, що сьогодні у засобах масової інформації України існує деяке роздвоєння з приводу розуміння своєї ролі в політичному процесі. З одного боку, існують спільноти журналістів, зацікавлених у збереженні високих моральних принципів всередині даної галузі. З іншого боку, існує частина представників медіаіндустрії, основна мета яких полягає у максимальному отриманні прибутку від медіакомпаній.

За останні роки в Україні відбулися істотні, якщо не сказати радикальні, зміни в структурі власників. А також – у політичних уподобаннях власників інформаційних ресурсів. Можна зробити висновок, що ЗМІ в Україні досі залишаються засобом не тільки інформування, але й формування громадської думки на користь тих чи інших політичних сил.

Дослідження особливостей медіаполітики в Україні показало, що різко підвищується роль технологій шоу-бізнесу у формуванні політичних комунікацій, а інформаційний простір влади отримує яскраво виражений кроскультурний і транснаціональний характер. В таких умовах політична та культурна форма впливу на владу практично не відрізняється. У результаті демократична форма організації влади вже не здатна забезпечувати взаємини правлячих кіл і населення, еліти і нееліти. Інформаційні відносини перетворюються у значний механізм формування політичної влади, а розподіл владних повноважень підкоряється законам руху масової інформації.

Однією з тенденцій розвитку медіаполітики в Україні є те, що відсутність на законодавчому рівні чітко встановлених відносин між ЗМІ та їх власниками веде до тотальної залежності перших від других, внаслідок чого ЗМІ висловлюють не громадську думку, а інтереси власників медіаресурсів. Можна зробити висновок, що якісне зростання ролі ЗМІ та включення медіавласників у структури української влади підвищує ймовірність встановлення в Україні медіакратії, при якій політики залежать, а часто і не відрізняються, від осіб, що тримають економічну владу, яка впливає з контролю над ЗМІ.

Український процес медіатизації політики характеризується роздвоєнням інформаційного простору на дві складові, перша з яких об'єднує засоби масової інформації та комунікації, що відображають позицію влади, друга – альтернативні, включаючи мережеві, джерела інформації, що відображають погляди опозиції.

Практика останніх років показує, що повноцінний політичний дискурс переміщується до альтернативного медійного простору України. Це середовище має мережеву структуру, що дозволяє забезпечити участь максимально можливої аудиторії у рівноправній дискусії та є майданчиком для політичного дискурсу: обговорення проблем, табуованих у традиційних медіа, а також вільного коментування встановленого порядку денного. У той же час, поодинокі дискусійні майданчики, представлені в медійному полі, не можуть повною мірою представити широкий спектр думок і надати доступ всім суб'єктам політичного процесу.

На підставі вищевикладеного, можна зробити висновок, що функцією регіональних ЗМІ є підвищення рівня інформатизації регіону, яку вони виконують досить ефективно. У той же час слід зазначити, що з роллю найважливішого інституту соціалізації молодих поколінь регіональні ЗМІ не справляються. А інфраструктура, що існує, часто використовується для забезпечення функціонування глобальних механізмів ментальної деконструкції, за допомогою яких у свідомості молоді насаджується нова

гедоністична й індивідуалістична система цінностей, потреб, і, як наслідок, стиль життя, неадекватний українським умовам.

Дослідження медіаполітики у регіонах України показало, що її основною метою є збільшення інформаційних потоків і вдосконалення комунікативної інфраструктури. Українські регіональні ЗМІ намагаються проводити власну медіаполітику, яка іноді відрізняється від медіаполітики центру. У той же час, аналізуючи ситуацію, можна дійти висновку, що реальна ефективна медіаполітика в Україні поки ще відсутня, незважаючи на велику кількість офіційних документів, які її декларують.

ЗМІ – і суб'єкт, і об'єкт медіаполітики. Але вищим критерієм їх діяльності, який необхідно захищати незалежно від власних політичних уподобань, повинні стати інтереси всього суспільства, що представляє собою нерозривну частину світового співтовариства. Саме цьому повинні служити різноманітні інформаційні тактики та стратегії.

Думається, що державна медіаполітика передбачає контроль над всіма інформаційними потоками в рамках держави, що, проте, не означає державну цензуру. Мова повинна йти про м'які форми державного контролю через введення квот на інформаційні потоки ззовні. Також, доцільно створення структур громадянського суспільства за участю найбільш авторитетних діячів мистецтва, релігії, культури, науки і політики, які зможуть мобілізувати громадську думку, вплинути на структуру та сутність медіаполітичних стратегій українських ЗМІ, і змусити представників медіаспівтовариства звернути увагу на реальні інтереси та потреби українського суспільства.

### **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:**

1. Волянський В. В. Моделі й практики державної медіаполітики в сучасному світі / В. В. Волянський // Вісник державної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал. – К.: Міленіум, 2011. – № 4. – С. 255-258.

2. Волянський В. В. Сутність медіаполітики у наукових поняттях і категоріях / В. В. Волянський // Сучасна українська політика. – Вип. 25. – 2011. – К.: Центр соціальних комунікацій. – С. 53-59.

3. Волянський В. В. Суб'єктність і автономність ЗМІ як соціально-політичного інституту / В. В. Волянський // Політологічний вісник. 36. наук. праць. – К.: ИНТАС, 2012. – Вип. 59. – С. 354-361.

4. Силенко А. А. Медіаполітика в Україні: болізни розвитку / А. А. Силенко, В. В. Волянський // Науковий вісник Міжнародного



гуманітарного університету. Серія: Історія. Філософія. Політологія. Збірник наукових праць. Вип. 3. – Одеса, 2011. – С. 158-162.

5. Волянський В. В. Медіаполітика регіонів України: тенденції розвитку // Матеріали конференції (5-8 грудня 2011 р.). Секція 6 «Гуманітарні науки» / 66-та науково-технічна конференція професорсько-викладацького складу, науковців, аспірантів та студентів ОНАЗ ім. О. С. Попова / В. В. Волянський. – Одеса, 2011. – С. 21-22.

6. Волянський В. В. Проблеми політичного менеджменту у сфері ЗМІ / В. В. Волянський // Збірка наукових праць: Книга перша – «Проблеми сучасного управління: економічні, екологічні, політико-правові, історичні, ментальні аспекти: Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції ОІ МАУП 17 листопада 2011 р. / кол. авт. ; за заг. ред. О. А. Золотарьової. – Одеса: Видавець М. П. Черкасов, 2011. – С. 252-259.

7. Волянський В. В. Взаємодія органів державної влади та ЗМІ у демократичному суспільстві / В. В. Волянський // Політико-правові проблеми сучасного державного управління: Збірник наукових праць за матеріалами науково-практичної конференції 4 квітня 2012 р. / кол. авт. ; за заг. ред. О. А. Золотарьової. – Одеса: Лерадрук, 2012. – С. 128-138.

## АНОТАЦІЯ

**Волянський В. В. Медіаполітика у демократичному суспільстві: сучасні тенденції та перспективи розвитку.** – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути і процеси. – Одеська національна юридична академія. – Одеса, 2013.

Обґрунтовано, що українська політика являє собою театралізацію, засновану на економічному інтересі.

Аргументовано, що різко підвищується роль технологій шоу-бізнесу у формуванні політичних комунікацій, а інформаційний простір влади набуває яскраво вираженого кроскультурного та транснаціонального характеру. Засоби масової інформації все більше орієнтуються на застосування технологій шоу-бізнесу, на пріоритет розважальності в політичному інформуванні, що знижує якість громадських дебатів і витісняє аналітичну пресу на узбіччя масового інтересу. Посилюється і маніпулятивний потенціал ЗМІ.

Доведено, що ЗМІ постають як специфічний посередник, який не обирається за допомогою демократичних процедур. А отже, виникає реальне протиріччя між свободою вибору, здійснюваною інвесторами і власниками медійної власності, різними групами тиску, що мають можливостями

впливу на ЗМІ, з одного боку, і відсутністю свободи вибору у громадян, які одержують інформацію через ангажовані мас-медіа, – з іншого.

Уточнюється поняття «медіаполітики». З точки зору політології, медіаполітика – це процес, у результаті якого держава, політичні партії, громадяни та інші політичні актори прагнуть впливати на ЗМІ з метою підпорядкування їх діяльності своїм інтересам, а саме – управляти соціально-політичними наслідками поширення новітніх технологій ЗМІ.

**Ключові слова:** медіаполітика, медіатизація, демократичне суспільство, засоби масової інформації, українські мас-медіа, медіапростір, політика.

## АННОТАЦИЯ

**Волянский В. В. Медиаполитика в демократическом обществе: современные тенденции и перспективы развития. – Рукопись.**

Диссертация на соискание научной степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 – политические институты и процессы. – Одесская национальная юридическая академия. – Одеса, 2013.

Обосновано, что украинская политика представляет собой театрализацию, основанную на экономическом интересе. В ней превалируют игровые моменты и лицедейство, что особо проявляется в роли СМИ в политическом процессе, в манипулятивном характере демократии, в изменении массового сознания и коллективного поведения, особенно электората, типичными чертами которого являются труднообъяснимые социально-политические предпочтения, пассивная реакция на многие жизненные проблемы, отсутствие активного социального протеста.

Аргументировано, что резко повышается роль технологий шоу-бизнеса в формировании политических коммуникаций, а информационное пространство власти приобретает ярко выраженный кросскультурный и транснациональный характер. В таких условиях политическая и культурная формы влияния на власть практически неразличимы. В результате демократическая форма организация власти уже неспособна обеспечивать взаимоотношения правящих кругов и населения, элиты и неэлиты. Информационные отношения превращаются в определяющий механизм формирования политической власти.

Показано, что одна из особенностей современной демократии как процесса заключается в том, что, несмотря на то, что СМИ принадлежит информационная (символическая) власть не юридически, а преимущественно по праву инициативы, их влияние на общественное сознание столь велико, что самим государством нередко манипулируют силы, способные использовать СМИ в своих целях. Государство не всегда может контролировать

процессы реальной действительности, и тогда функцию управления этой реальностью приобретают те, кто может предложить более совершенную коммуникативную структуру, лучшие и более действенные технологии работы с общественным сознанием.

Уточнено, что по мере развития демократии и перехода общества к постдемократической организации власти и информационного пространства появляются новые тенденции во взаимоотношениях государства и СМИ. Характерные для этого этапа процессы интенсификации информационных обменов, увеличение скорости прироста информации и богатства информационных услуг, сужение публичных отношений государства и общества изменяют возможности и самих СМИ, и государства. Средства массовой информации все больше ориентируются на применение технологий шоу-бизнеса, приоритет развлекательного начала в политическом информировании, что снижает качество общественных дебатов и вытесняет аналитическую прессу на обочину массового интереса. Усиливается и манипулятивный потенциал СМИ. Такого рода факты и тенденции нередко ведут к несбалансированной подаче информации, подрыву демократических ценностей, демобилизации электората, нарастанию отчуждения граждан от политики.

Показано, что обладатели ресурсов, позволяющих им получить доступ к средствам массовой информации, выражают свои интересы через журналистов, что означает вероятность искажения точек зрения (мнений), существующих в обществе. Таким образом, СМИ являются специфическим посредником, который не выбирается посредством демократических процедур. Таким образом, возникает противоречие между свободой выбора, осуществляемой инвесторами и владельцами медийной собственности, различными группами давления, обладающими возможностями воздействия на СМИ, с одной стороны, и отсутствием свободы выбора у граждан, получающих информацию через ангажированные массмедиа, – с другой.

Получило дальнейшее развитие понятие «медиаполитика». С точки зрения политологии, медиаполитика – это процесс, в результате которого государство, политические партии, граждане и другие политические актёры стремятся воздействовать на СМИ с целью подчинения их деятельности своим интересам, а именно – управлять социально-политическими последствиями распространения новейших технологий ИСМИ.

**Ключевые слова:** медиаполитика, медиатизация, демократическое общество, средства массовой информации, украинские масс-медиа, медиапространство, политика.

**SUMMARY**

***Volyans'kyy V. Medyapolytyka in democratic society: Modern Trends and prospects for development.*** – Manuscript.

Candidate's thesis of political studies in specialty 23.00.02 – political institutes and processes. – Odessa national legal academy, Odessa, 2013.

Proved that Ukrainian politics is a theater and based on economic interests. Argued that technology dramatically increases the role of show business in political communications and information space power becomes pronounced cross-cultural and transnational. The media increasingly based on the use of technology showbiz, priority of entertainment in informing policy, growing and manipulative potential media which reduces the quality of public debate and displaces the analytical burden on the curb mass interest.

It is shown that one of the features of modern democracy as a process is that while media belongs Information (symbolic) power not legally, but mostly on the right initiatives, their impact on the public consciousness is so great that often manipulated by the state forces able to use the media for their own purposes.

The author clarifies the concept mediapolytyky. From the perspective of political science, mediapolytyka – a process by which the state, political parties, citizens and other political actors seeking to influence the media to conform their activities to their interests, namely, to manage the socio-political consequences of the spread of new technology media.

**Keywords:** mediapolytyka, mediatization, democratic society, the media, the Ukrainian media, media space, politics.

