

УДК 316.774:32 (477)

**Смолярчук Є.,***студентка спеціальності „документознавство та інформаційна діяльність”,  
Національний університет „Острозька академія”*

## МЕДІАПОЛІТИЧНА СИТУАЦІЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

*У статті досліджується місце українських мас-медіа в політичній комунікації. Здійснено спроби з'ясування методологічних засад вивчення політичної комунікації як особливого типу інформаційно-комунікаційних обмінів. Проаналізовано сутність, специфіку, основні складові та особливості функціонування медіаполітичної системи сучасної України.*

**Ключові слова:** *засоби масової інформації, політична комунікація, медіаполітика, медіаполітична система, самоцензура, журналістика, четверта влада.*

*В статье исследуется место украинских масс-медиа в политической коммуникации. Осуществлены попытки выяснения методологических основ изучения политической коммуникации как особого типа информационно-коммуникационных обменов. Проанализирована сущность, специфика, основные составляющие и особенности функционирования медиаполитической системы современной Украины.*

**Ключевые слова:** *средства массовой информации, политическая коммуникация, медиаполитика, медиаполитическая система, самоцензура, журналистика, четвертая власть.*

*The article examines the place of Ukrainian mass media in political communication. Found out methodological principles study of political communication as a special type of information and communication exchanges. The essence and its character, the main components and characteristics of media-political system of modern Ukraine are analysed.*

**Key words:** *mass media, political communication, mediapolitical system, self-censorship, journalism, the fourth power.*

Проблема впливу засобів масової інформації на політичний простір сучасної України є однією з гострих практичних проблем. Функціонування демократії неможливе без конструктивних стосунків між учасниками політичного процесу, обміну інформацією та налагодження постійнодіючих комунікацій між ними. Не випадково відомий політолог П. Шаран помітив, що між політикою та комунікаційним

процесом існує надзвичайно висока залежність, адже саме в сфері політики комунікаційний процес виконує основну функцію. Саме завдяки йому стихійні дії, що відображають жагу влади над суспільством, набирають визначеної форми взаємовідносин між людьми, формують повагу до влади та свідомість громадянськості. [9, 21]

У ролі посередників у владному діалозі виступають мас-медіа, які сьогодні є одним із могутніх соціальних інститутів політичної системи та великою потенційною силою, що спрямована на демократизацію суспільних процесів, є важливим засобом формування і самопрезентації політичної сфери, її епіцентром, ключовою умовою і одночасно джерелом репродукування вказаної форми соціального життя.

На думку А. Костіної, „основним каналом отримання інформації, способом долучення до світу і його подій, посередником у формуванні культури, а також найважливішим фактором, який трансформує усю систему духовного виробництва, є саме засоби масової комунікації, які творять своєрідний моносвіт, „особливу інфосферу”, яка володіє рисами глобальності, як принципово нове середовище перебування сучасної людини. Її характерними рисами стають універсальність і тотальність поширення” [4, с. 194]. Сьогодні важливо з’ясувати, чи мають українські мас-медіа на сьогодні такий статус, який би дозволив їм максимально виконувати своє соціальне покликання, чи є вони насправді “четвертою владою”? Не варто забувати – ЗМІ є полем для цивілізованої політики, що, мов повітря, потрібна державі, яка проводить трансформацію командно-адміністративної системи побудови державних органів у демократичну.

„Сьогодні політичні діячі та журналісти утворюють головну дійову пару в широкому комунікативному просторі, причому в такій мірі, що вже важко зрозуміти, хто ж тут кого підтримує”, – вважає професор А. Москаленко [2]. Дійсно, сьогодні в Україні незрозуміло, хто ж на кого більше тисне: журналісти на політиків, чи навпаки? Стосунки між владою та ЗМІ в державі суттєво змінилися, але не набули ознак, що характерні для ліберальної або соціально-відповідальної моделі демократії. Виразною є політична заангажованість українських засобів масової інформації. Однією із найскладніших проблем для них є визначення умов діяльності, що відповідатимуть демократичним принципам і, відповідно, сприятимуть реформуванню політичної системи. Відповідно виникає проблема визначення умов, за яких засоби масової інформації можуть виконувати функції впливового чинника, що сприятиме консолідації суспільства та досягненню компромісу між гілками влади.

Мета поставити проблему – медіаполітична система в сучасній

Україні, визначити ступінь впливу засобів масової інформації на процес трансформації політичної системи та формування політичних орієнтацій в суспільстві.

Об’єктом аналізу є засоби масової інформації, як інститут політичної системи, та політична комунікація як процес створення, передачі й обміну політичною інформацією, що структурує політичну діяльність та надає їй нового значення.

Предметом дослідження є структура та функції медіаполітичної системи та інноваційна політична роль її складових – мас-медіа в контексті сучасних політичних відносин в Україні.

Проблеми взаємодії та взаємовпливу масової комунікації та політики, власне політичної комунікації та “медіатизації політики” досліджували зарубіжні вчені, а саме Г. Блумер, Ж. Бодрійяр, П. Бурдьє, Ю. Габермас, П. Лазарсфельд, Дж. Лалл, Г. Лассуелл, У. Ліппманн, М. Маклюен, Р. Мертон, Р. Мілс, Е. Ноель-Нойман та ін.; у межах теорії інформаційного суспільства – Е. Тоффлер, М. Кастеллс та ін. Висвітленню різних аспектів теоретичної та практичної діяльності засобів масової комунікації в сучасних соціальних умовах були присвячені праці вітчизняних політологів В. Бебика, Д. Видріна, В. Воронкова, В. Горбатенка, О. Зернецької, Ф. Кирилока, Н. Костенко, І. Крупського, І. Кресіної, Ю. Сурміна, В. Табачковського, А. Чічановського та ін. В останні роки до означеної проблеми неодноразово звертались і російські фахівці – В. Алексєєв, М. Вершиніна, М. Гуревич, І. Засурський, Я. Засурський, Л. Землянова, С. Кара-Мурза, С. Лісовський, І. Мелюхіна, В. Теріна та інші.

При розгляді проблеми взаємодії та взаємовпливу масової комунікації та політики варто зазначити характерні особливості процесу медіатизації політики в Україні. Активне вторгнення мас-медіа у суспільну сферу в останні десятиліття ХХ ст. перетворило їх на самостійний суб’єкт політичного життя, що спричинило визначення нових підходів до політики, її медіатизації та виникнення «медіаполітичної системи». В Україні в силу специфічних особливостей перехідного періоду відбулися суттєві зміни у змістовному наповненні національної медіаполітичної системи. Політична комунікація, що об’єднала в єдиній інтегративній моделі систему мас-медіа, стала в нашій країні особливим видом політичних відносин і невід’ємним елементом політичної сфери суспільства. Саме ця соціально-креативна функція масової комунікації активно сприяла створенню в країні соціальних спільнот при відсутності чи слабкому розвитку інших форм та видів політичного будівництва. Тому медіаполітична система в наших умовах – це структура інституалізації різних центрів влади у масовій

комунікації. Складові медіаполітичної системи виступають для фінансово-промислових груп у ролі ерзац-партій, забезпечують їм не лише політичну й інформаційну підтримку, але й політично позиціонують необхідні ресурси, забезпечуючи їх зв'язок з електоратом та лобіюють прийняття тих чи інших рішень. Таким чином, відбувається підміна загальнодержавних та загально-громадських інтересів вузькогруповими та корпоративними. Тісна інтеграція медіа, їх активне проникнення сприяє трансформації влади в інформаційну сферу через своїх контрагентів, що створені великим бізнесом, що, в свою чергу, призводить до значної маніпуляції громадською свідомістю та посиленню в країні авторитарних тенденцій у формі так званої «керованої демократії» [7].

Переважна більшість експертів зійшлася на тому, що за будь-яких обставин реакція видання в першу чергу залежить від інвесторів, а вже потім – від органів державної влади, якщо вони не є засновниками. Незавершеність приватизації, а іноді і фактична реприватизація мас-медіа на регіональному рівні, в свою чергу, не сприяє складанню ефективної комерційної моделі мас-медіа в Україні. Цей чинник зумовлює особливості реального процесу трансформації державної моделі ЗМІ, який рухається в руслі відтворення основних елементів російського сценарію складання сучасної моделі медіа-поля. Особливості такої моделі – перевага корпоративних інтересів над суспільними, надання ЗМІ головним чином інструментальних функцій політичного характеру [6].

Залежність місцевих мас-медіа від виконавчої влади є достатньою практично у всіх регіонах України. Її вплив протягом останніх декількох років значно збільшився. Відповідно, зменшилась залежність ЗМІ від представницьких органів. Значна частина передвиборних баталій відбувається у ЗМІ, особливо в теле- і радіо-ефірі. Цілком природно, що різні політичні сили мають і різні можливості доступу до ЗМІ у зв'язку з різними організаційними та фінансовими можливостями. Крім того, різниця у можливостях політичних сил зумовлена й прихильним чи, навпаки, негативним ставленням до них панівної влади. У період виборів це особливо помітно. Тому питання забезпечення рівного доступу політиків і політичних партій до ЗМІ набуває особливого звучання [3].

Маємо випадки, коли політики є власниками цілих інформаційно-видавничих концернів. “Ця проблема стосується багатьох журналістів, відображає подвійність позиції журналістики в полі влади, з одного боку, журналістика має великий вплив на суспільство, з іншого – саме цей вплив сприяє появі контролю за її діяльністю з боку економічного та політичного поля та ставить поле “журналістики у стан підкореності”, – переконаний П. Шампань. Він говорить, що багато хто, особли-

во серед можновладців, “вважає пресу дуже серйозною справою, щоб довіряти одним лише журналістам” [8]. В Україні державні органи також занадто опікуються засобами масової інформації, не тільки часто перевіряючи їх банківські рахунки, а й ретельно стежачи, щоб чогось зайвого не сказали та не надрукували. Біда нашої журналістики у тому, що журналісти ще не виростили з тоталітарних штанців і багатьом достатньо лише декількох настанов, аби включитися в режим самоконтролю та самоцензури. Створюється міф про впливовість ЗМІ, які чомусь називають у нас “четвертою владою”. Володіти інформацією, розпоряджатися нею – це справді функція влади, але робити висновок, що мас-медіа, виходячи лише з цього факту, є “четвертою владою” в українських умовах передчасно. Бо влада, якою керують інші, не є владою. Для повноцінного статусу їй потрібна ще й свобода.

Становище державних та приватних українських ЗМІ по всій території країни неоднакова. Цей факт скрізь по Україні викликає незадоволення керівників приватних ЗМІ. Існує думка про необхідність повного роздержавлення медіа. В цьому випадку органи державної влади та місцевого самоврядування могли б на договірних засадах розмішувати свої офіційні повідомлення у будь-якому популярному виданні. Однак насправді процес роздержавлення ЗМІ, хоч і впливає на свободу слова, однак цей вплив є, порівняно, невисоким. Дуже часто існують випадки, коли ЗМІ, які є формально приватними, насправді входять до медіа-групи керівників місцевої влади, а відтак, мають ті самі пільги. [1, 6]

Інакше кажучи, різною мірою, але преса у всіх регіонах знаходиться під впливом органів влади, переважно виконавчої. В більшості регіонів можна говорити про тотальний контроль. Особливо яскраво це видно на прикладі тих областей, де керівники виконавчої та представницької влад є членами однієї команди – наприклад, Луганська, Дніпропетровська чи Кіровоградська області, або ж коли одна особа обіймає дві головні посади.

Залежність місцевих мас-медіа від виконавчої влади є достатньо високою практично в усіх регіонах. Її вплив протягом останніх декількох років значно збільшився. Відповідно, зменшилась залежність ЗМІ від представницьких органів. І. І. Засурський називає спосіб встановлення владою контролю за мас-медіа „неформальною націоналізацією, яка проходить через обмін послугами між владою та бізнесом” [6].

Особливість нинішньої ситуації в тому, що групи впливу, а відтак – і медіа-групи сьогодні розділилися на полюси. ЗМІ в нас зараз умовно можна поділити на ті, що виражають інтереси груп впливу, які незадоволені політикою уряду і ті, що підтримують його. Звичайно, це не

означає, що в решті областей – повний плюралізм або вільна конкуренція. Однак є області, де міжрегіональні політично-бізнесові групи намагаються боротися за вплив із місцевими кланами. Подібне змагання зустрічається у Закарпатській області. Непоганим прикладом змагання декількох груп впливу можна вважати Крим, Запоріжжя або Черкаси. Саме через це експерти високо оцінили умовний рівень свободи слова в цих регіонах. Київ характеризується найбільшою концентрацією різних груп впливу, що збільшує рівень плюралізму. Непоганий приклад – Одеса. Сьогодні в області ЗМІ критика влади практично відсутня.

До першої групи належать „Інтер”, „1+1”, УТ-1, „Киевские ведомости”, „Сегодня”, „День” та ін. До другої групи – СТБ, ЮТАР, „Україна молода”, „Демократична Україна” тощо. Є проміжна група ЗМІ, залежно від тактичних інтересів і трансформацій у політичному таборі, займає позицію або сторонніх спостерігачів, або час від часу стає на одну або іншу сторону. Це „Киевский телеграф”, ICTV, „Новий канал” та ін. Власне цей розподіл медіа між, фактично, різними групами парламентської більшості і є визначальним у політичні моменти.

Третя група видань – так званих „опозиційних” – або фактично не впливає на настрої електорату, адже виходить у дуже малих тиражах „Комуніст”, „Товариш”, або поширюється лише через мережу Інтернет. Це такі видання, як „Грані”, „Свобода”, „Українська правда” тощо [1, 8].

Рівень свободи мас-медіа також залежить від економічної структури регіону. В регіонах з більш розгалуженою економічною структурою, з більш значними та різновекторними фінансовими потоками загальний рівень свободи ЗМІ, як правило, є вищий. В невеликих аграрних областях (Херсон, Миколаїв, Тернопіль) владі значно легше контролювати ситуацію.

Приватні ЗМІ є, як правило, набагато динамічніші, привабливіші та яскравіші, ніж державні. Якщо керівник такого видання фінансує його з власної кишені, то так чи інакше він буде вимагати від редакції найбільш ефективного використання вкладених ним коштів, незалежно від того, які цілі він ставить перед ЗМІ – політичні або суто бізнесові. Чинники ж, які виділяють „нічий” кошти з місцевого бюджету, часто прямо не зацікавлені в результаті.

Від кого відчувається протест проти утисків свободи слова, і хто, власне, тисне? Переважна частина засобів масової інформації державі не належить. Зокрема, лише 3,8 % телерадіоорганізацій мають державну форму власності. Отже, пряий тиск держави на недержавні організації в принципі неможливий [3].

Серед причин, які гальмують або навіть унеможливають процес набуття українськими ЗМІ відповідного високого місця в суспільно-політичній системі посттоталітарного суспільства, необхідно виокремити декілька основних: економічна залежність ЗМІ від держави та політичних, фінансових угруповань; партійно-клановий диктат, який роз’їдає українську журналістику зсередини; відсутність в українських журналістів відчуття корпоративної солідарності та професійної згуртованості; нестача потужного єдиного українського інформаційного простору; географічна обмеженість читацького електорального поля, викликана регіональною неоднорідністю території України, розбіжностями в поглядах населення і, як наслідок, – відсутність потужних загальноукраїнських видань, які б своїм впливом охоплювали усю державу; брак сталих традицій політичної культури та політичної відповідальності як політиків, так і журналістів; інформація в Україні ще так і не набула статусу товару, з усіма пов’язаними з цим правами та обов’язками; в нашому суспільстві інформаційний простір недосконалий, а інформаційний ринок перебуває лише в процесі становлення; відсутність правової держави, де б інші „гілки влади” вбачали в особі ЗМІ рівноправного партнера, а не ворога чи конкурента; через матеріальне зубожіння населення держави ЗМІ не можуть розраховувати на фінансову підтримку читачів, які передплатуватимуть газети чи платитимуть абонентську плату за конкретні телеканали [6].

Оскільки основна роль ЗМІ полягає в поширенні й пропаганді загальних колективних цілей і вимог, яким підкоряється функціонування політичної системи, демократичний процес неможливий без обміну інформацією. Такий обмін забезпечує поєднання різних рівнів політичної системи і дає інститутам влади виконувати свої функції управління державою і суспільством. Але, навіть при наявності головних принципів демократичного режиму, ЗМІ не завжди можуть вільно функціонувати. В країнах, що трансформуються, а такою є і Україна, ЗМІ можуть виступати ключовим чинником, що створюють нові типи демократій. Стан свободи слова в сучасній Україні можна визначити як відносно задовільний. В останні роки наша країна робить певні кроки до європейських стандартів, свободи слова та інформації, створення належних умов для діяльності ЗМІ, але суттєвими залишаються проблеми в правовому регулюванні діяльності ЗМІ.

На жаль, наші ЗМІ ще не здатні вести на рівних діалог з трьома легітимними гілками влади. Українська преса, телебачення, радіо ще не змогли перетворитися з інструменту влади на рівноправного та незалежного партнера. Необхідною умовою цього процесу є демокра-

тизація засобів масової інформації, що забезпечуватиме можливість широкої громадськості оцінювати діяльність держави та її суб'єктів. ЗМІ повинні забезпечувати відкритість функціонування такої схеми, утворювати реальний простір для здорового балансування та, разом з цим, бути одним із засобів реального впливу громадянського суспільства на державу. Зазначимо, що можливість виконання засобами масової інформації такого високого суспільного покликання, відповідно до нового поділу влади, виникає лише за умов їх незалежності та незаангажованості.

Аналіз теоретичних поглядів зарубіжних та українських науковців щодо ролі й змісту масової комунікації як складової політичної системи, а також здійснене нами дослідження відповідно його мети й завдань дозволяє дійти висновку, що перетворення мас-медіа на суб'єкт політичного життя здійснюється у формі «медіаполітики» та «медіа-політичної системи».

### Література:

1. Все про медіа регіонів України. Громадська експертиза свободи слова / Ред. А. Петренко. – Київ, 2000. – 152 с.
2. Журналістика у демократичному суспільстві: свобода преси, функції преси // Роль мас-медіа у плюралістичному суспільстві / За заг. ред. А.З. Москаленка. – К., 1996. – С. 14.
3. Мас-медіа України/ Упоряд. О.Волошенюк, М. Жук, О. Крук. Ред. А.Чернявський, О.Волошенюк та ін. – К.: „К. І. С.”, 1995. – 304 с.
4. НУО та медіа: кроки назустріч / Упоряд. Т. Вахненко. – К.: Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2003. – 67 с.
5. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – С. 1-15.
6. Суспільство, ЗМІ, держава: вектори взаємодії: Матеріали Всеукраїнської наради керівників державних і комунальних засобів масової інформації / Державний комітет телебачення і радіомовлення України; НДІ засобів масової інформації. – К, 2004. – 192 с.
7. Чиж І.С. Шлях до інформаційного суспільства – це шлях у майбутнє людської цивілізації // Вісник Державного комітету телебачення та радіомовлення України. – 2004. – № 1. – С. 8-24.
8. Шампань П. Двойная зависимость. Несколько заметаний по поводу соотношения между полями политики, экономики и журналистики [Електронний ресурс] Альманах Российско-французкого центра социологических исследований Института социологии Российской Академии наук. – М.: 1996 р. – Режим доступу: <http://socsmi.narod.ru/shampan.htm>
9. Шаран П. Порівняльна політологія: Пер. з англ. Ч II. – М., 1992. – С. 21-22.