

**ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ
ІНСТИТУТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
Кафедра публічного управління та адміністрування**

АНГЕЛОВА ДАР'Я ОЛЕКСАНДРІВНА

**ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ КУЛЬТУРНОЇ
ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ**

Спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування

АВТОРЕФЕРАТ

магістерської роботи на здобуття наукового ступеня
магістра публічного управління

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми визначається тим, що однією з основних складових демократизації системи державного управління є забезпечення відкритості та прозорості інститутів влади, створення умов для вільного доступу громадян до суспільно значущої інформації, що гарантує ефективність державного управління, вільний розвиток суспільства, становлення відповідального, патріотичного та активного громадянина. В сучасних демократичних країнах саме засоби масової інформації (ЗМІ) є одним з головних посередників у процесі обговорення важливих державних рішень. Від висвітлення в ЗМІ діяльності державних інституцій залежить рівень довіри до них з боку суспільства. Україна, що намагається впровадити європейські стандарти демократичного врядування, взяла на себе зобов'язання забезпечити безперешкодний доступ громадян до інформації та дотримання принципу свободи слова. Тому важливим напрямом державної культурної політики України має бути плідна взаємодія органів державної влади (ОДВ) зі ЗМІ, створення сприятливих умов для їх розвитку та професійної діяльності. Україна, як і більшість пострадянських держав, у спадщину від попереднього режиму отримала ідеологічно забарвлені методи державного управління, в тому числі й у сфері взаємодії зі ЗМІ. Останнім часом відбуваються певні зміни в інформаційному просторі країни, проте використання ЗМІ як інструменту пропаганди ще залишається одним з підходів ОДВ до взаємовідносин з мас-медіа, що не відповідає демократичним принципам. Неефективність співпраці влади із засобами масової інформації зумовлена також недостатнім рівнем професіоналізму працівників підрозділів взаємодії зі ЗМІ в ОДВ та відсутністю чітких науково-методичних підходів, які б базувалися на концепції інформаційної взаємодії в умовах формування вільного ринку ЗМІ.

Науково-теоретичною основою магістерської роботи стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців присвячені теоретичним та практичним проблемам взаємодії ЗМІ та політики, ролі ЗМІ в процесі комунікації між суспільством та державою, таких як: Беліцер Н.В., Бойчук І. В., Брайант Д., Томпсон С., Кузнецова О. Д., Васильєв Г.Ю., Вачнадзе Г., Грибков А., Ермаченков И., Мишина О., Комаров А., Гаврада І.О., Головій В.М., Грищенко О.М., Шкляр В.І., Дрешпак В.М., Дубас О., Дубов Д. В., Заславська О.О., Зливков В., Кастельс М., Кирилова Н.Б., Кіслов Д. В., Кольцова О., Криворучко С. В., Крос К., Гакет Р., Кузнецова О. Д.

Отже, актуальність теми дослідження визначається: необхідністю наукового обґрунтування нових управлінських підходів до взаємодії ОДВ і ЗМІ в умовах демократизації державного управління; недостатністю теоретико-методологічного обґрунтування концептуальних підходів до організації взаємодії ОДВ зі ЗМІ з огляду на лабільність та змінність складових даного процесу, транспарентність державного управління та створення публічної сфери; відсутністю комплексного дослідження шляхів оптимізації інформаційної співпраці органів державної влади і ЗМІ.

Метою дослідження є визначення оптимальних умов впливу засобів масової інформації на формування національної свідомості громадян України як основи консолідації суспільства на підставі дослідження сучасного стану функціонування вітчизняних ЗМІ, особливостей реалізації державної інформаційної політики в сучасних умовах.

Досягнення цієї мети зумовлює розв'язання наступних завдань:

- дослідити стан наукових досліджень в сфері засобів масової інформації і їх ролі в сфері національної свідомості громадян
- з'ясувати роль засобів масової інформації у процесах формування національної свідомості громадян України;

- здійснити науково-історичний аналіз взаємовідносин ОДВ і ЗМІ та узагальнити науково-теоретичні підходи до їх регулювання у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі;
- охарактеризувати інструменти впливу ЗМІ на створення у суспільстві відповідної системи світоглядно-ціннісних орієнтацій;
- визначити напрями діяльності органів державної влади щодо забезпечення повноцінного функціонування ЗМІ як чинника формування національної свідомості в умовах глобалізаційних процесів.

Об'єктом дослідження є вплив ЗМІ на становлення демократичного режиму в сучасній Україні.

Предметом дослідження є закономірності процесу демократизації суспільства та взаємозалежність стану демократії від рівня незалежності засобів масової інформації.

Методи дослідження. У дослідженні для виконання проставлених завдань використовували загальнонаукові методи наукового пізнання (логічний, правової, історико-функціональний, соціологічний, системно-структурний и др.). Моніторинг друкованих та електронних ЗМІ проводився за допомогою методів вимірювання та опису. Метод вимірювання був використаний для оцінювання рівня довіри суспільства до ЗМІ. За допомогою методу опису були узагальнені результати соціологічних досліджень та сформовані у малюки для кращого розуміння поставлених завдань.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що у роботі наведене теоретичне узагальнення і нове вирішення наукової проблеми – визначення концептуальних засад взаємодії органів державної влади і засобів масової інформації в умовах демократизації державного управління в Україні.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що висновки й пропозиції викладені в дослідженні наданні для використання у подальших дослідженнях інституту ЗМІ, їхній вплив на громадянське суспільство та взаємодію з ним в Україні; у навчальному процесі для підготовки лекційного матеріалу з дисциплін «Публічне управління», й ін.; для вдосконалення законодавства, зокрема, при внесенні змін до наступних законів України: «Про порядок висвітлення діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформацію», «Про інформаційні агентства», «Про інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку України» «Про інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку України», при внесенні змін до Конституції України (щодо захисту прав и свобод громадян).

Структуру роботи складають вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел. Обсяг роботи становить 104 сторінки, з них 96 загального тексту, 2 додатки. Робота містить 8 рисунків, 4 таблиці. Список використаних джерел налічує 91 найменування.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та основні завдання, об'єкт і предмет, методи дослідження, висвітлено наукову новизну і практичне значення виконаної роботи.

У першому розділі «*Теоретико-методологічні засади дослідження засобів масової інформації як об'єкта культурної політики держави*» охарактеризовано ЗМІ як соціальний інститут та її вплив на суспільство в Україні.

У підрозділі 1.1. «*Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій*» проаналізовано засоби масової інформації як важливий соціальний інститут, який впливає на політичні процеси в суспільстві. Конституційно закріплена свобода слова, скасування цензури дають можливість журналістам всебічно висвітлювати важливі події та явища. Однак свобода слова у засобах масової інформації не означає вседозволеність та

безвідповідальність. Надто вільна поведінка зі словом може мати негативні соціальні наслідки, деформувати політичну, соціальну, економічну, культурну орієнтацію як суспільства, так і окремого громадянина. Специфіка призначення і особливостей діяльності засобів масової інформації може мати наслідком маніпулювання масовою свідомістю.

Наявність розвинутих, демократично організованих ЗМІ, що об'єктивно висвітлюють суспільні події, - одна з найважливіших гарантій стабільності демократичної держави, ефективності керування суспільством. І, навпаки, невиконання цим інститутом політичної системи своїх функцій у державно-творчій системі здатне докорінно спотворити її цілі та цінності, порушити їх ефективність, підірвати життєздатність, перетворити демократію в ілюзію, форму схованого, маніпулятивного панування правлячих шарів і класів.

Підводячи підсумки, можна сказати, що доки ЗМІ не одержать реальну незалежність у своїй діяльності, вони залишатимуться переважно знаряддями маніпулювання свідомістю населення, в той час як їх широкі потенційні можливості по забезпеченню прав і свобод громадян так і залишаться лише на папері.

У підрозділі 1.2. «Роль державних засобів масової інформації і комунікації у формуванні політичної культури» охарактеризовано взаємодію ЗМІ зі суспільством, їхній вплив на формування суспільної думки. Засоби масової інформації і комунікації (ЗМІК) виступають самодостатнім суб'єктом інформаційної політики, відіграють значну роль у складних процесах формування суспільної думки та масової свідомості, сприяють подоланню політичної фрагментарності українського суспільства та становленню на цій основі громадянської політичної культури як елементу політичного розвитку України. Вага засобів масової інформації у сучасній політичній системі та можливості їхнього впливу на суспільство, перебіг політичних, економічних, соціокультурних та інших процесів обумовлює природне прагнення політичних кіл, фінансово-промислових груп, державного апарату тощо справляти прямий чи опосередкований вплив на ЗМІК з метою спрямування їхньої інформаційної діяльності у потрібному руслі та досягнення у такий спосіб суттєвих переваг у різних сферах суспільно-політичного життя. Аналіз медіа-ринку України дозволяє констатувати, що більшість провідних українських електронних та друкованих ЗМІК фактично належать кільком фінансово-промисловим групам, які справляють помітний вплив на внутрішню та зовнішню політику нашої держави.

Аналіз статистичних даних, представлених Державним комітетом телебачення та радіомовлення, дозволяє стверджувати, що в Україні майже немає незалежних засобів масової інформації в класичному розумінні – мас-медіа існують як органи влади, партій, груп, олігархів і кланів. Розвиток більшості недержавних ЗМІК відбувся за рахунок технічної та професійної бази телебачення, радіо та видавництва, що були створені на державні кошти. Більшість ЗМІК суспільно-політичного спрямування є фінансово неспроможними, виняток становлять ті, що отримують інвестиції українських і закордонних власників, у результаті чого інвестори тепер мають можливість впливати на програмну політику підконтрольних їм ЗМІК, що не більшою мірою не узгоджується з політичними інтересами держави.

На думку дослідника сфери мас-медіа С.Гнатюка, основний дисбаланс у розвитку системи радіотелевізійних медіа в Україні полягає у цілковитому домінуванні корпоративних комерційних ЗМІК, залежних від окремих бізнесових та політичних угруповань. Подібна модель не забезпечує таких нагальних потреб розвитку українського суспільства. Отже, зважаючи на стан розвитку національного інформаційного простору та визначальну роль мас-медіа у трансформації соціально-політичних та економічних відносин, можна стверджувати, що практика інформаційної політики України зумовлюється потребою забезпечення національних інтересів шляхом реалізації європейської моделі інформаційного розвитку.

У підрозділі 1.3. «Історична ретроспектива еволюції ролі засобів масової інформації у міжнародних відносинах» обґрунтовано роль ЗМІ та їх вплив на суспільну думку на протязі часу. За думку американського дослідника Б. Коена, аж до 60-х років минулого століття, преса була служницею уряду, його пропагандистським рупором, коли справа стосувалася зовнішньої політики. Тобто правляча еліта використовувала ЗМІ для поширення лише тієї інформації, оприлюднення якої було вигідне цій еліті. Головною причиною такого становища, на думку Коена, був мізерний громадський інтерес до подій на міжнародній арені.

Майже через тридцять років по тому інший американський дослідник П. О'Геффернан у низці публікацій проаналізував різючі зміни і узагальнив функції, які ЗМІ відіграють у зовнішній політиці на сучасному етапі. Передусім, технологічна революція в інформаційних ЗМІ створила дійсно глобальну аудиторію. Завдяки супутниковому телебаченню і прямим теле-трансляціям, глядачі у різних куточках світу відчули себе причетними до подій, які відбуваються за тисячі кілометрів від них.

Українська дослідниця О. Ваганова, оцінюючи вплив змін, які втілюють перехід до інформаційного суспільства, а також ролі ЗМІ на правила гри у сфері сучасної дипломатії виокремлює наступні тенденції:

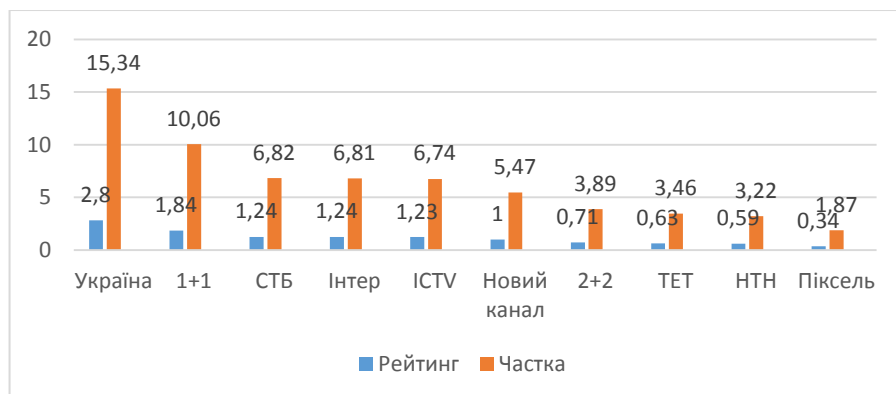
- 1) збільшення значення «м'якої сили»;
- 2) зниження державного контролю над зовнішньополітичною інформаційною діяльністю, її децентралізація;
- 3) доступність зовнішньополітичної інформації широким колам громадян, зникнення монополії еліти на продукування та розповсюдження транскордонної інформації;
- 4) зростання публічності дипломатії;
- 5) перехід від жорсткої інформаційної ієрархії до інформаційного зрівняння, коли багато акторів, у тому числі неурядових, стають «представниками держави на міжнародній арені»;
- 6) поширення віртуальної дипломатії і медіа-дипломатії;

Отже можна зробити наступні висновки, що наприкінці ХХ-го й початку ХХІ ст. відбулися значні зміни в світовій політиці: це пов'язано із постійно зростаючою роллю ЗМІ у міжнародних відносинах. Саме вони формують сьогодні новий рівень зв'язків поміж країнами світу, створюючи глобальну інфраструктуру і проникаючи практично в усі сфери міждержавного життя. Для України, яка на початку ХХІ століття опинилася в ситуації, коли необхідно остаточно визначитися відносно власного геополітичного вибору, потреба адаптуватися до нових умов конкуренції на зовнішньополітичній арені, в тому числі протистояти загрозам власній безпеці в інформаційній галузі набула особливої ваги.

У другому розділі «Аналіз механізмів взаємодії засобів масової інформації та культурної політики держави» охарактеризовані механізми взаємодії ЗМІ політичних сил України, засоби впливу політичних ЗМІ на свідомість громадян.

У підрозділі 2.1. «Четверта влада» в структурі громадянського суспільства» проаналізовано вплив засобів масової інформації у суспільстві, його рівень довіри до ЗМІ. У сучасному суспільстві засоби масової інформації перетворилися на могутній політичний інститут, без якого не можливо уявити функціонування публічної влади. Особливе значення мають електронні засоби масової інформації, насамперед – телебачення. Завдяки йому публічна політика дістала надзвичайно ефективний інструмент впливу на суспільство, що відкриває небачені раніше можливості формування політичних орієнтацій, а також маніпулювання громадською думкою. Тому значно зростає відповідальність засобів масової інформації перед суспільством. Національна рада в рамках співпраці з Індустріальним телевізійним комітетом оприлюднює результати панельного дослідження телевізійної

аудиторії за I квартал 2019 року. За даними телевізійної панелі, у ТОП-10 найбільш рейтингових телеканалів у I кварталі 2019 року увійшли «Україна», «1+1», «СТБ», «Інтер», «ICTV», «Новий канал», «2+2», «ТЕТ», «НТН», «Піксель TV» (риснок 2.1). На даному рисунку рейтинг – розміг глядацької аудиторії у відсотках від загальної кількості людей, що належать до цільової аудиторії. Частка – відсоток глядачів, що дивляться телеканал, від загальної кількості аудиторії. Генеральна сукупність – населення України віком від 4 років, що проживає в домогосподарствах у яких є хоча б один робочий телевізор.



Разом 10 провідних телеканалів охоплюють 63,68% глядачів, котрі дивилися телеканали, від загальної кількості телеглядачів для аудиторії у віці 4+.

Найбільших втрат частки аудиторії зазнали телеканали «UA:Перший» (-37%) та «Інтер» (-31%).

Дії ЗМІ у інформаційному просторі можна звести до двох головних типів. Перший називається мобілізаційним і включає агітацію та пропаганду, другий – маркетинговим і використовує методи публік релішнз та політичної реклами.

На думку деяких учених, виникнення великої кількості засобів масової інформації, в яких дається оцінка одних і тих самих явищ громадського життя з прямо протилежних позицій, призводять до того, що в масовій свідомості розриваються звичні зв'язки, зникають значимі стереотипи, розпадаються стійкі відносини всередині соціальних груп. За цих умов вочевидь провокаційні інформаційні приводи та сюжети, створені для маніпулювання певними соціальними групами. Таким чином, ЗМІ можуть як сприяти відтворенню соціального капіталу, так і призводити до його руйнування у громадянському суспільстві.

Науковці не припиняють суперечок щодо позитивних і негативних впливів на громадянське суспільство такої частини ЗМК, як «всесвітня павутина» (Інтернет).

В Україні кількість інтернет-користувачів у 2019 році збільшилась на 8%. Про це свідчать результати дослідження Інтернет асоціації України.

Так, на сьогодні всесвітньою мережею регулярно користуються 22,96 млн українців, або 71%, порівняно з показником 63% станом на кінець 2018 року (рисунк 2.2).

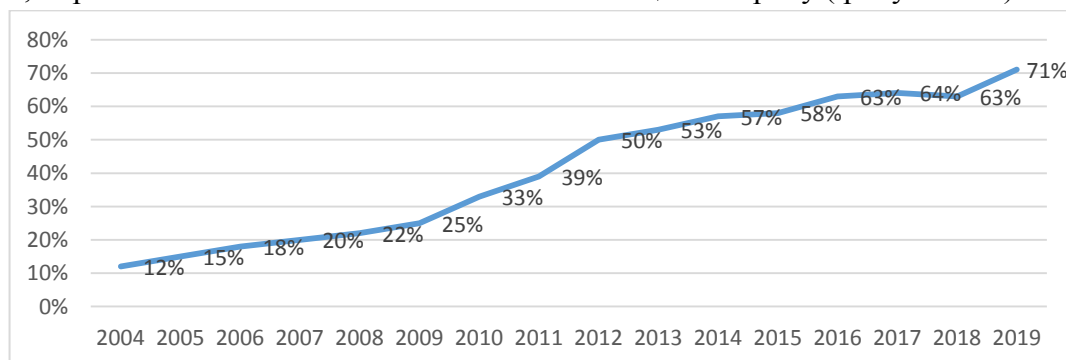


Рис.2.2. Кількість інтернет-користувачів в Україні

Недержавні ЗМІ є потужним механізмом консолідації (або деконсолідації) громадянського суспільства, оскільки вони охоплюють усі верстви населення без винятку, здійснюючи низку суспільно важливих функцій: функція поширення інформації, функція нагляду за діяльністю органів державної влади, функція зв'язку громадянського суспільства з владою, функція підвищення політичної культури громадян. У перехідних суспільствах, до яких належить і українське, конфігурація громадянського суспільства перебуває на стадії формування. Незважаючи на всі суперечки навколо сутності й змісту громадянського суспільства, ми вважаємо, що первинним і головним його структурним елементом є економічно незалежна від держави, захищена законом особистість. Саме особистість (або група особистостей) є своєрідним ініціатором щодо створення організованих структур для захисту прав і свобод громадян, а саме: партій, громадських організацій та рухів. Будівельним матеріалом, соціальною базою громадянського суспільства є середній клас, який здатний усвідомлювати і захищати свої інтереси правовим способом.

У підрозділі 2.2. «Аналіз впливу засобів масової інформації на формування української національної свідомості» проаналізовано функції ЗМІ, які вони виконують у суспільстві та вплив на формування суспільної думки.

У сучасному суспільстві ЗМІ виконують низку важливих функцій:

Комунікативна: спостереження за подіями і формування суспільної думки стосовно їх сутності;

Інформаційна: збирання, редагування, коментування та поширення інформації;

Ретрансляційна: відтворення певного способу життя з відповідним набором політичних, духовних, соціальних цінностей;

Завдяки реалізації зазначених функцій ЗМІ справляють вплив на всі сфери життєдіяльності суспільства, на соціально-психологічний і духовно-культурний розвиток кожного члена суспільства, тому що кожна нова інформація, що надходить по каналах ЗМІ, відповідним чином стереотипізована й несе в собі багаторазово повторювані ціннісні орієнтації й установки, що закріплюються у свідомості людей. Складовою суспільної свідомості є національна свідомість, яку науковці визначають як систему колективних соціально-психологічних феноменів, сутністю котрих насамперед є уявлення про свою спільноту як національну, окрему від інших спільнот. У процесах формування національної свідомості, яка є основою державотворчих процесів, велику роль відіграють засоби масової інформації. Реалізуючи свої функції, вони виступають потужним засобом повернення суспільства до своїх базових цінностей, ідентичних й адекватних уявленням, звичаям, традиціям, менталітету, багатовіковому культурно-історичному досвіду народу.

Інформаційно-культурний простір нашої держави формується під впливом могутніх інформаційних потоків зарубіжних країн, заповнений культурними зразками не найкращої якості, чужими ідеалами й цінностями і, по суті, не є національним за своїм змістом. За цих умов засоби масової інформації не сприяють формуванню і зміцненню національної свідомості, а виступають потужним і постійно діючим фактором обездуховлення та денационалізації українців, деморалізації та ідейно-політичної дезорієнтації суспільства.

Важливою умовою формування в Україні цілісного національного інформаційно-культурного простору має стати реалізація виваженої державної інформаційної політики, яка б створювала необхідні умови для повноцінного функціонування у суспільстві вітчизняних ЗМІ як важливого чинника формування і зміцнення національної свідомості громадян України, утвердження незалежної держави. Основними напрямками державної інформаційної політики мають бути законодавчий і адміністративний захист національних ресурсів і національного інформаційного простору, організаційне поліпшення управління інформаційними ресурсами держави.

Першочерговим завданням державної інформаційної політики у контексті підвищення впливу ЗМІ на формування національної свідомості, на нашу думку, мають бути вдосконалення законодавчої та нормативно-правової бази, що регулює відносини в інформаційній сфері, розробка і прийняття Інформаційного Кодексу України.

У підрозділі 2.3. «Соціальна відповідальність засобів масової інформації: вплив на поведінкові моделі в суспільстві» досліджено види засобів масової інформації, роль ЗМІ для політики як сфери суспільної діяльності.

Сучасні ЗМІ представляють собою установи, створені для відкритої, публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різноманітних відомостей будь-яким особам. Це відносно самостійна система, що характеризується множинністю складових елементів: змістом, властивостями, формами, методами і певними рівнями організації (у країні, у регіоні, на виробництві). ЗМІ відіграють у політичному житті суспільства істотну роль, безпосередньо стосуючись його життєдіяльності й виконуючи репродуктивну (відображають політику через радіо, телебачення і пресу) і продуктивну функції, тому вони тією ж мірою, що і творці політики, несуть відповідальність за те, що відбувається в суспільстві.

Політика як сфера суспільної діяльності найбільше потребує ЗМІ для постійного зв'язку між державою та громадянами. Також влада намагається утримати контроль над суспільством за допомогою ЗМІ. Найбільший тиск влади на суспільство відбувається під час виборчих кампаній (використання «виборчих технологій» і т. ін.). Роль ЗМІ в політиці не можна оцінювати однозначно. Вони являють собою складний багатогранний інститут, що складається з безлічі органів і елементів, які забезпечують інформування населення про те, що відбувається в кожній конкретній країні і в усьому світі.

Чи не найважливішим обмеженням є соціальна відповідальність ЗМІ взагалі і преси зокрема. Свобода слова – це не право журналістів на професійне досягнення або завоювання. Це не право говорити те, що думаєш, у тому числі будь – які нісенітничі, які можуть спасти на думку журналісту. Свобода слова – це все-таки конституційне право народу отримувати достовірну інформацію.

Наразі складається парадоксальна ситуація: громадяни довіряють ЗМІ більше, ніж уряду та державному апарату. Так, за даними Євробарометра за 2018 рік, у середньому телебаченню довіряють 53% осіб, радіо – 61%, пресі – 45%. Тому дуже важливо, щоб преса відповідально ставилася до тієї Інформації, яку вона надає суспільству. За сучасних умов політичні новини все більше стають товаром, і журналіст не може залишитися абсолютно вільним і незалежним у своїх судженнях. У протистоянні політичному маніпулюванню особливої ролі набувають морально-етичні якості журналіста.

У розділі 3. «Шляхи удосконалення механізмів взаємодії засобів масової інформації та політики» досліджено шляхи взаємозв'язків між ЗМІ і політикою та методи їх покращення.

У підрозділі 3.1. «Покращення впливу засобів масової інформації на виборчий процес в Україні» проаналізовано роль ЗМІ у виборчому процесі.

Роль засобів масової інформації у виборчому процесі проявляється в інформаційній діяльності щодо висвітлення виборів та забезпеченні ведення передвиборної агітації на умовах, визначених у законодавстві. Діяльність ЗМІ у виборчому процесі регулюють Закони України «Про вибори Президента України», «Про вибори народних депутатів», «Про місцеві вибори», «Про всеукраїнський референдум», «Про Центральну виборчу комісію».

Аналіз цих законів дає підстави визначити завдання ЗМІ під час виборчого процесу:

- інформування виборців про діяльність організаторів виборів;
- проведення суб'єктами виборчого процесу передвиборної агітації;
- надання актуальної інформації про кандидатів, політичні партії, виборчі блоки.

Громадянам України надано можливість оскарження порушень виборчого законодавства. Закон України «Про місцеві вибори» передбачає два шляхи оскарження порушень виборчого законодавства:

1) до виборчої комісії в порядку, передбаченому ст. 94 Закону України «Про місцеві вибори»;

2) до адміністративного суду в порядку, передбаченому Кодексом адміністративного судочинства України (КАСУ).

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що, по-перше, натепер в Україні більша половина коштів, які надходять із державного бюджету, витрачаються партіями та кандидатами на політичну рекламу; по-друге, більш заможні кандидати (партії) мають більше можливостей виходу в ефірний час для агітації; по-третє, в період передвиборних агітацій суб'єкти виборчого процесу вдаються до брудних технологій задля досягнення результату, через що більшість громадян не мають довіри до соціальних інститутів держави.

Посилаючись на досвід зарубіжних країн, ми вважаємо за необхідне заборонити або значно обмежити політичну рекламу під час виборчого процесу. З одного боку, це може призвести до поширення так званої прихованої реклами, тому впровадження такої політики має йти поряд із посиленням відповідальності за її порушення. Окрім заборони або обмеження платної реклами, важливо встановити ліміт безкоштовної реклами, дотримуючись принципів рівності та пропорційності. Тобто, якщо розподіляти час між усіма політичними силами, вплив фінансового складника на засоби масової інформації нівелюється, і це, на нашу думку, забезпечить більш об'єктивне висвітлення інформації у ЗМІ, значно підвищить рівень такої реклами.

У підрозділі 3.2. «Нові можливості та виклики впливу засобів масової інформації на політичне життя в інформаційну епоху» проаналізовано вплив всесвітньої мережі по формування громадської думки.

Під час президентських і парламентських виборів Інтернет залишався практично єдиним незалежним засобом інформації в Україні, тобто Інтернет – один з найбільш безконтрольних з боку влади каналів політичної інформації в країні, що є, без сумніву, технологічною перевагою над спробами політичної цензури. Через обмін інформацією серед акторів політичного процесу триває боротьба між суб'єктами у формі комунікацій. Основою для комунікацій у політичній реальності є відмінності в трактуванні суспільного блага і шляхів його досягнення. В результаті комунікативного протиставлення виникають конфлікти, єдиний політичний вихід з яких у сучасному світі є в галузі масової комунікації і реалізується у формі політичного діалогу. Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності полягає у формуванні політичної ідентичності. За сучасних умов це стосується і преси, і телебачення, і радіо, й Інтернету. Ідентичність масової аудиторії формується в часі та просторі політичної реальності. Інститут ЗМІ – це посередник між масовою аудиторією і подіями (зокрема політичними). Завдання ЗМІ – не підтримувати будь-яку сторону в політичному протистоянні, а турбуватися про те, щоб підтримати саме поле дискусій та суперечок, дати висловитися всім, хто має право голосу і є політично коректним. Треба підкреслити тісний взаємозв'язок громадянської сфери, простору, вільного від безпосереднього впливу держави, і простору політичних дискусій, що відображається в текстах і образах ЗМІ. У сучасному світі влада інформації значно ефективніша за владу насильства, що була характерна для аграрної хвилі чи влади грошей (економічної влади). Криза індустріальної моделі розвитку людства ознаменувалася трансформаціями найбільших політико-економічних систем – соціалізму і капіталізму. Політична реальність насичена різноманітними комунікаційними каналами. Достовірна інформація відіграє особливо важливу роль у прийнятті політичних рішень. Доступ до інформації та інформаційних

технологій є основою передвиборчої кампанії будь-якого політика в Україні. Телевізійні канали, преса й радіо дають змогу контролювати певні сегменти політичної реальності та здійснювати політичну владу.

В сучасному світі засоби масової інформації, інститут ЗМІ мають політичну владу. Це – влада створювати події, іменувати, називати, інтерпретувати факти політичної реальності. Політична влада ЗМІ полягає у можливості створювати явища силою слова та образу, представляти моделі й альтернативи політичного розвитку, тобто задавати комунікативні координати для політичної дії. Влада ЗМІ, як і будь-яка інша влада, базована на законах комунікації. Вона може бути спрямована на руйнування демократичних інститутів і процесів, а може бути використана для підтримки демократії і як ідеології реформ, і як реально існуючого політичного режиму. Свобода слова забезпечує стабільність політичної системи, таким чином забезпечуючи взаємозв'язок між демократією як політичним режимом і діалогом як основною комунікативною характеристикою політичної реальності. Система політичних комунікацій, основу яких становлять засоби масової інформації, створює нову політичну реальність – діалогову демократію. В сучасному суспільстві мас-медіа є саме таким простором демократичного дискурсу, в т. ч. політичного, який створює фундаментальні умови практичного конструювання політичної реальності через комунікативну взаємодію. Але, незважаючи на позитивні переваги участі ЗМІ, їх впливу на політичний простір України, нерівномірний розподіл інформації, її неоднаковий доступ для різноманітних індивідуумів, наявність нецінових інформаційних сигналів, що спостерігається в суспільстві, призводить до того, що одні соціальні групи отримують над іншими інформаційну перевагу, яка поступово трансформується в економічну, соціальну або політичну перевагу. Вона стає важливою соціальною силою, яка допомагає перерозподілу економічних, соціальних і політичних (владних) ресурсів.

У підрозділі 3.3. «Роль засобів масової інформації у формуванні політичного дискурсу як засіб державного маркетингу» проаналізовано ЗМІ як засіб впливу політики на суспільство. Світова практика продемонструвала й довела, що масові комунікації в цілому не можуть бути в наш час цілком підконтрольними ні державі, ні суспільству, ні, навіть, своїм безпосереднім власникам, хоча і виконують частково прямі завдання всіх цих інституцій. Отже ЗМІ, незважаючи на відсутність політичного нейтралітету, стали, залишаються і залишаться ще надовго звичним для мас таким самим інститутом політичної соціалізації як церковні конфесії, родина, системи освіти тощо. Реально сучасні ЗМІ одночасно вписані або включені в різні системи соціальних відносин і це сприяє їх особливому становищу як інституту з відносно можливими: самостійністю діяльності, невідконтрольністю тільки одним суб'єктам управління, багатовекторністю орієнтацій, одночасним виконанням функцій протилежного, навіть, антагоністичного змісту. Оскільки ЗМІ поряд й одночасно з іншими функціями виконують в кожній країні також і управлінську, то вони є елементом політичної влади або підсистемою (елементом) системи державного управління. Тобто ЗМІ, як правило, більше залежать від влади, ніж від суспільства. Наприклад, американська наукова школа «критичного напрямку» (А. Моско, М. Смит, М. Херман, Г. Шиллер та інші) розглядає ЗМІ як потужний інструмент цілеспрямованого конструювання політичних порядків, як ефективний засіб розбудови необхідних владі зв'язків та відношень із суспільством. З таких позицій роль ЗМІ у формуванні політичного дискурсу втілюється в продовженні політики уряду, і тоді ЗМІ виступають як інститут, що повністю вбудований у держструктуру. Ефективність ролі засобів масової інформації у розгортанні та проведенні політичних дискурсів зростає за умов використання усіх жанрів та прийомів журналістської роботи. Отже, роль ЗМІ безпосередньо залежить від погодженості та збалансованості суб'єктів політики в області державного управління у всіх сферах життєдіяльності

суспільства й в управлінні інформаційною сферою. У сукупності результати наведених досліджень дозволяють зробити наступні висновки.

1. Політичний дискурс, що проводиться і підтримується засобами масової інформації є невід'ємним елементом демократії епохи постмодерну.

2. Важлива роль участі ЗМІ в політичних дискурсах полягає в тому, щоб не лише відображати чинні уявлення про ті чи інші політичні і соціальні події та явища, а й творити та змінювати їх на користь національних інтересів держави.

3. Роль масових комунікацій в країні в будь-яких національних заходах, особливо соціально-політичного змісту, безпосередньо корелюється зі ступенем довіри населення як до них самих, так і до влади.

4. Сучасний етап соціально-економічного і політичного розвитку людства, який характеризується розповсюдженням процесів децентралізації ЗМІ та зростанням їх різноманітності, зміцненням медіакратії, техніко-технологічним вдосконаленням ЗМК, потребує уточнення й переоцінки багатьох традиційних поглядів і теоретичних висновків щодо ролі та значення масових комунікацій як механізмів соціального управління, у тому числі, в сфері політичної життєдіяльності націй і держав.

ВИСНОВКИ

Сформовані упродовж 1991 – 2019 рр. політико – правові основи діяльності українських ЗМІ мали сприяти інформаційній захищеності України і забезпеченню права її громадян на отримання достовірної та неупередженої інформації, посиленню ролі ЗМІ у формуванні позитивного міжнародного іміджу країни. Однак через різні об'єктивні і суб'єктивні чинники досягти необхідної якості функціонування національного інформаційного простору не вдалося. Насправді ЗМІ не стали ні «четвертою владою», ні надійним єдиним «ланцюгом» між владою і громадянами.

Відповідно до визначених у магістерській роботі мети і завдань отримані результати, які в сукупності вирішують важливе наукове завдання щодо сутності інституту засобів масової інформації як діяльність української громадської організації, яка полягає у захисті свободи слова, сприяння розвитку української журналістики, дослідженню громадської думки та інших явищ, пов'язаних з формуванням масової свідомості.

В узагальненому вигляді вони зводяться до таких теоретичних і практичних висновків:

1. На даний час сформована потужна джерельна база щодо теоретичних та практичних аспектів становлення та функціонування інституту засобів масової інформації, лише невелика частина дослідників проводила аналіз впливу ЗМІ на суспільство. Дотепер відсутні скільки-небудь істотні концептуальні роботи, присвячені безпосередньо проблемі функціонування ЗМІ як окремого інституту у громадському суспільстві. Ці обставини визначили вибір теми магістерської роботи, об'єкта, предмета та мети дослідження.

Державні, комунальні, партійні, приватні ЗМІ утверджувалися як потужний чинник впливу на суспільну свідомість. Під час виборів розроблялися й реалізовувалися стратегії інформаційного та емоційного впливу мас-медіа на електоральну поведінку, що суттєво позначалося на перебігові та результатах виборчих кампаній. При цьому, хоча й різними за інтенсивністю, але постійними були спроби влади чинити тиск на ЗМІ, маніпулювати їх інформаційними можливостями, аж до застосування так званих «брудних технологій». Спротив суспільства таким спробам, виявлений під час Помаранчевої революції, мав результатом розширення меж свободи ЗМІ. Останні стали подавати інформацію менш упереджену, більш повну і правдиву.

2. Послаблення тиску на ЗМІ з боку влади сприяло розвиткові конкуренції у мас-медійному просторі. Органи законодавчої та виконавчої влади зробили низку кроків у напрямі формування правових регуляторів діяльності Інтернет-ресурсів. Урізноманітнювалися технології впливу на свідомість і підсвідомість громадян з метою формування іміджу політиків тощо. Якість політичного інформування підвищилася. Суспільство почало отримувати більший і різноманітніший масив інформації про осіб і групи осіб у владі та опозиції, а також про їхню політичну поведінку. Проте зміст і характер цієї поведінки виявилися такими, що спричинили падіння довіри громадян не тільки до багатьох осіб і груп осіб з політикуму, а й до державних інституцій як таких.

Економічна і політична ситуація в країні розвиваються таким чином, що залежність діяльності ЗМІ від їх власників і оплачуваних «замовлень», в тому числі в інтересах пов'язаних з великими бізнесом політиків і політичних утворень, залишається сильною. Більша частина вітчизняного медіа-простору контролюється олігархічними групами, приватним (часто тіншовим) капіталом і практично незалежна від громадянського суспільства.

3. Політизація суспільних відносин, медіалізація політики і посилення конфліктності у стосунках влади і опозиції загострили протиріччя між ЗМІ і владними структурами. Наприкінці 2004 р., коли в Україні доходила апогею кампанія з виборів Президента держави, в інформаційному і широкому суспільному просторі стався гострий публічний конфлікт між тодішньою центральною владою і журналістськими колективами.

Поствиборна динаміка політичних, інформаційних та інших відносин показала, що цей явний конфлікт відбивав ще одну площину протистояння – між владою, що поєднувала адміністративний ресурс впливу на ЗМІ з фінансовими «стимуляторами» необхідної для себе інформаційної поведінки мас-медіа, і опозицією. Остання не мала владних важелів. Однак вона володіла значними фінансовими можливостями, на неї «працювало» неприйняття найактивнішою частиною загалу працівників мас-медійної сфери брутального тиску з боку структур державної влади. В результаті відбулися зміни не тільки у персональному складі владної вертикалі. Помітно лібералізувалися умови функціонування інформаційного простору та форми взаємодії влади і ЗМІ.

4. Вітчизняні політичні реалії такі, що державна влада змушена постійно шукати нові підходи у відносинах з мас-медіа. Зваживши на досвід Заходу, вона включила до арсеналу легітимних засобів поширення актуальної і важливої для неї інформації порівняно новий «інструмент» – прес-службу. Відтак остання стала не лише офіційним рупором владних структур і посадовців. Вона інституювалася як реальний гравець на інформаційному полі, інструмент формування суспільної думки і суспільних настроїв. Цей інструмент влада поєднує з фінансовими важелями та іншими ресурсами і способами впливу на редакційну політику ЗМІ, зокрема в інтересах власної легітимації.

5. Важлива для повномасштабної реалізації права громадян на інформацію взаємодія держави і мас-медіа вимагає дотримання певних принципів кожним з учасників цієї взаємодії. Для держави такими принципами мають бути:

- 1) визнання пріоритету інтересів громадянина і суспільства над будь-якими іншими інтересами;
- 2) вдосконалення правових регуляторів стосунків влади і ЗМІ;
- 3) забезпечення контролю діяльності органів державної влади і посадовців у мас-медійній сфері правозастосовними органами і громадянським суспільством, зокрема, в частині неухильного дотримання законів і захисту професіональних свобод, прав і життя працівників ЗМІ;
- 4) залучення авторитетних представників медійної сфери до формування виваженої

національної інформаційної політики та її правових основ; захист економічних інтересів вітчизняних ЗМІ і національного інформаційного простору від деструктивних зовнішніх впливів і недобросовісної конкуренції з боку закордонних мас-медіа.

Для ЗМІ принципами співпраці з державою мають бути:

- пріоритет інтересів громадянина і суспільства над будь-якими іншими інтересами, в тому числі власними фінансовими;
- строге дотримання законодавства і участь у роботі з його удосконалення;
- сприяння участі громадян у політичному житті, зокрема, практичними діями із забезпечення громадянам умов для реалізації ними свого права на отримання повної, достовірної і оперативної політичної та іншої інформації, зокрема, про діяльність владних органів і посадовців;
- самоорганізація ЗМІ на основі дотримання професійної етики журналіста, приведення мас-медійної діяльності у відповідність до європейських стандартів;
- співпраця з державою в захисті економічних та інших інтересів національної медіа-індустрії.

АНОТАЦІЯ

Ангелова Д.О. Засоби масової інформації як об'єкт культурної політики держави

Магістерська робота на здобуття освітнього ступеню «магістр». Чорноморський національний університет імені Петра Могили. – Миколаїв, 2019.

В магістерській роботі охарактеризована сутність інституту засобів масової інформації як об'єкта культурної політики держави.

З'ясовано, що ЗМІ мають вирішальний вплив на формування національної свідомості громадян України як основи консолідації суспільства на підставі дослідження сучасного стану функціонування вітчизняних ЗМІ, особливостей реалізації державної інформаційної політики в сучасних умовах. Була проведена оцінка ролі та значення засобів масової інформації в процесі формування культурної політики держави на сучасному етапі розвитку соціуму.

Обґрунтовано, що інститут засобів масової інформації в сучасній Україні є інструментом впливу політичних сил на становлення демократичного режиму в сучасній Україні, також на формування світогляду у громадянському суспільстві, визначенні закономірності процесу демократизації суспільства та взаємозалежність стану демократії від рівня незалежності засобів масової інформації.

Запропоновано визначення поняття «інститут масової інформації», як діяльність української громадської організації, яка полягає у захисті свободи слова, сприяння розвитку української журналістики, дослідженню громадської думки та інших явищ, пов'язаних з формуванням масової свідомості.

Зроблено висновок, що засоби масової інформації у сучасних реаліях в Україні досі залишають інструментом впливу на суспільство, оскільки є економічно залежними від політичних сил. Більша частина вітчизняного медіа-простору контролюється олігархічними групами, приватним (часто тіньовим) капіталом і практично незалежна від громадянського суспільства.

Ключові слова: інститут засобів масової інформації, демократичний режим, політичні сили.

SUMMARY

Angelova DO Mass media as an object of cultural policy of the state

Master's work in order to get a master's degree. Petro Mohyla Black Sea National University. - Nikolaev, 2019.

The master's thesis describes the essence of the mass media institute as an object of cultural policy of the state.

It has been found out that the mass media have a decisive influence on the formation of the national consciousness of the citizens of Ukraine as a basis for the consolidation of society on the basis of the study of the current state of functioning of the domestic media, the peculiarities of the implementation of state information policy in modern conditions. The role and importance of mass media in the process of forming the cultural policy of the state at the present stage of the society's development was evaluated.

It is substantiated that the mass media institute in modern Ukraine is an instrument of influence of political forces on the formation of a democratic regime in modern Ukraine, as well as on the formation of world outlook in civil society, determining the regularities of the process of democratization of society and the interdependence of the state of democracy on the level of independence of the media.

The definition of the term "mass media institute" is proposed as an activity of the Ukrainian public organization, which is to protect freedom of speech, to promote the development of Ukrainian journalism, to study public opinion and other phenomena related to the formation of mass consciousness.

It is concluded that the mass media in contemporary realities in Ukraine still remain an instrument of influence on society, as they are economically dependent on political forces. Much of the domestic media space is controlled by oligarchic groups, private (often shadowy) capital, and virtually independent of civil society.

Key words: mass media institute, democratic regime, political forces.

Анотація українською мовою - обсяг 1800 знаків, англійською – 1200.