

TOPICAL ISSUES OF POLITICAL SCIENCE

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-91-4-28>

ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ: ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ

Анісімович-Шевчук О. З.

кандидат політичних наук,

*доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, проректор з
науково-педагогічної роботи і туризму
Львівського інституту економіки і туризму
м. Львів, Україна*

Матвієнків С. М.

кандидат політичних наук,

*доцент кафедри політичних інститутів та процесів
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника
м. Івано-Франківськ, Україна*

Важливою умовою функціонування сучасного політичного життя суспільства та утвердження демократичних принципів виступає політична комунікація. Політична комунікація – це як впорядкована сукупність взаємодіючих елементів, так і певна система способів передачі політичної інформації із використанням конкретних засобів (найчастіше технічних), у якій відбувається смислова взаємодія суб'єктів у процесі боротьби за владу, її здійснення (легітимацію) та ефективне функціонування політичного життя суспільства.

Політична наука досліджує феномен політичної комунікації під різним кутом зору, зокрема, як спосіб опосередкування політики, як вид людської діяльності, як форму суспільного знання. Власне це поняття поєднує у собі універсальні (загальносоціальні) та галузеві (політичні) риси [1]. Тому створення в Україні правової, демократичної держави не можливе без належного функціонування комунікаційної системи та відкритого суспільства. Актуальність потреби забезпечення відкритості інформаційно-комунікаційних систем в сучасній Україні пов'язана як з тим, що інформаційний простір є середовищем, в якому реалізується

державна політика, приймаються державні рішення, діє механізм управління суспільством, так і з можливістю захисту цілісності держави (що особливо наглядно простежується після 2014 року), формування безпеки в східноєвропейському регіоні. Саме інформаційний простір забезпечує умови для участі громадян у прийнятті суспільно-значущих рішень і визначається рівнем доступності інформації для громадян [4]. Від рівня відкритості інформаційного простору значною мірою залежить і відкритість устрою для демократичних перетворень. Адже співіснування в єдиному просторі уможливорює взаємодію в політичному житті і нормальне функціонування суспільства загалом.

Цілком закономірно, що після проголошення незалежності України засоби політичної комунікації стали способом вільного вираження думок, впливовим джерелом широкого спектру інформації. Однак динамічні процеси, що відбуваються в сучасній Україні, відзеркалюються у суперечливому характері взаємодії політичної та комунікаційної системи. Зокрема, після Президентських виборів 2004 року, одним із показників щодо переходу України до консолідованої демократії, на який вказували й політики й експерти, стала набута «свобода слова». При цьому щомісяця дослідження про її стан оприлюднюються на сайті Інституту масової інформації. Зокрема, експерти протягом 2019 року зафіксували 243 випадки порушень свободи слова: перешкоджання законній журналістській діяльності, погрози, побиття, ненадання доступу до інформації, кібератаки та юридичний тиск [5]. Порівняно з 2018 р. зросла кількість випадків цензури. І «це сталося через посилення цензури медіа власників. Зокрема, з телеканалу ZIK звільнилися сотні журналістів на знак протесту проти цензури» [5]. Держава поступилася своєю монополією у сфері мас-медіа, а відтак телебачення, радіо і друковані засоби інформації стали багатоманітними і часто суперечливими.

Суспільно-політичні структури з мас-медіа спричинили появу медіа політичної системи, завданням якої стала розробка певного мислення та розповсюдження певної ментальності під виглядом інтересів, які є важливі громадськості. Медіа об'єднання, наприклад, медіа-холдинг «1+1 Media», телевізійний холдинг **StarLightMedia**, «Медіа група Україна», медіахолдинг «Новини», Media International Group, УМН (Український медіа-холдинг) і т.п. стали своєрідною структурою інституалізації різних центрів політичної влади, репрезентуючи партії та їх лідерів, формуючи та розповсюджуючи партійні програми та ідеї, забезпечуючи зв'язок з електоратом, лобіюючи прийняття необхідних політичних рішень. Основою політичної комунікаційної системи, яку утворили сьогодні великі медіа-холдинги, стала інтегрована комунікаційна модель, що включає медіа, рекламу та зв'язки з громадськістю. Про що й доводять результати моніторингу, представленого 25 вересня 2020 року ГО «Детектор медіа» щодо інформаційних форматів на

телебаченні напередодні місцевих виборів, а також головних тем російської пропаганди щодо України протягом року (серпень 2019 – вересень 2020) [3].

Сьогодні медіа об'єднання створюють своєрідне «силове поле» суспільства, де політичні структури і вказана модель володіють певними атрибутами громадської влади. Звідси не лише функціональна, але й дисфункціональна їх роль як таких, що стереотипізують свідомість громадян. І навіть наявність декількох комунікаційних центрів у такій системі веде не до плюралізму, а до плюральності зі ставкою на ідеологічне спонукання та до монопольного інформування суспільства. При цьому не слід забувати, що загроза міститься не в інформації, а у відносинах між соціальними суб'єктами щодо власності на інформацію, монополії на неї. Як стверджують дослідники, власники мас-медіа не лише є політично заангажованими, але й будучи збитковими, фінансуються власниками як інструменти політичного впливу, а не проекти успішного бізнесу [6]. Суміщення політичного впливу і медіа-бізнесу не веде до порушення законів власниками мас-медіа, а погіршує ситуацію на політичному ринку. На цю проблему звертає увагу й дослідниця М. Дичок: «Українським медіа притаманні дві головні риси. По-перше, і це значною мірою вражає, українські медіа не були прибутковою індустрією... Більшість ЗМІ у країні – приватні...» [2, с. 250]. Значною мірою політичні інтереси полягають в обмеженні свободи слова, оскільки власники засобів масової інформації та політики усвідомлюють ту роль, яку медіа відіграють для досягнення їхніх політичних цілей. Адже сьогодні «влада інформації, – як зазначає Ж.-Л. Шрейбер, – єдина влада, яка безперервно зростає як завдяки розвитку техніки, так і тому, що вона, інформація, стала тим пропусковим пунктом, якого ніхто не може уникнути» [7, с. 125]. При цьому «явища демократії і свободи в усьому світі, а у перехідних суспільствах особливо, зіштовхуються сьогодні з новітніми знаряддями впливу на людську свідомість. Проникнення засобів комунікації не лише у всі куточки планети, але й у кожную клітинку приватного життя, сім'ї, окремої особистості створює новий спосіб життя людей. У ньому дедалі більшу роль відіграють елементи гри, сенсаційності, імітації. Такий тип суспільства Гі Дебор назвав «суспільством спектаклю», а дослідники Н. Луман, М. Мак-Люен, Е. Тоффлер та інші розкрили важливі особливості характеристики їхнього функціонування. Відповідно питання власності щодо засобів масової комунікації є достатньо актуальними, адже сьогодні у суспільстві існують проблеми, пов'язані не лише із виходом із кризи, формуванням національної свідомості, а й з національною безпекою держави, встановленням стабільності в європейському регіоні.

Українські засоби масової комунікації стали реальним засобом політичної комунікації. Проте, оскільки вони активно залучаються до

політичної боротьби між різними політичними партіями і громадськими організаціями, то в сучасному українському суспільстві політична комунікація набула суперечливого характеру, що призводить до дезінтеграції суспільства. Тому ми вважаємо, що в українському інформаційному просторі повинен діяти принцип: більше свободи – більше відповідальності. Слід чітко розрізняти такі поняття, як журналістська помилка (за яку достатнє вибачення) і навмисне спотворення фактів (за які необхідно визначити покарання), які можуть спричинити до зростання напруги в суспільстві. У сучасних умовах маніпулювання громадською думкою, свідомістю окремої особи ставить під сумнів зміст свободи і демократії. Адже ігнорування політичних цінностей і норм суспільства (глибинних основ існування демократичного суспільства) приводить до краху будь-яких проєктів, якими б політично витонченими, широко розрекламованими і привабливими вони не були.

Література:

1. Анісімович-Шевчук О.З. Політична комунікація як системоутворюючий фактор політичного життя суспільства: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Львів, 2010. 19 с.
2. Дичок М. Медійний ландшафт України. *Українське суспільство на шляху перетворень: західна інтерпретація*; за ред. проф. В. Ісаєва; переклад з англ. А. Іщенко. К.: Вид. дім «КМ Академія», 2004. С. 247–262.
3. Кравчук С. Експерти ГО «Детектор медіа» презентували тенденції в інформаційному просторі на старті місцевої виборчої кампанії – 2020. *Детектор Медіа*. URL: <https://go.detektor.media/eksperti-go-detektor-media-prezentuvali-tendentsiyi-v-informatsijnomu-prostori-na-starti-mistsevoyi-viborchoyi-kampaniyi-2020/>
4. Матвієнків С.М. Інформаційний простір сучасної України: законодавчий аспект. *Держава і право. Серія: Політичні науки*. 2019. Вип. 83. С. 74–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drpn_2019_83_9
5. Свобода слова в Україні у 2019 році погіршилася – ІМІ. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/svoboda-slova-v-ukrayini-u-2019-rotsi-pogirshylasya-imi-i31267>
6. Украинские медиа-холдинги и их будущее. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/community/article/2405/2002-11-08-ukrainskie-media-kholdingi-i-ikh-budushchee/>
7. Цит. за: Сморгунов Л.В., Семенов В.А. Политология. СПб, 1996. 208 с.