

ЗМІ У ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

Засоби масової інформації (ЗМІ) є одним із найвпливовіших інструментів у політичній сфері сучасного суспільства, зокрема, відіграючи визначальну роль у процесах ухвалення ключових соціальних та політичних рішень. Актуальні соціально-політичні дослідження засвідчують зростаючий вплив медіа на різні аспекти суспільного життя, зокрема й на політичну діяльність.

Для об'єктивного розуміння значення ЗМІ у сучасному світі необхідно звернутися до їхньої історичної еволюції та процесу становлення як основного засобу масової комунікації. У науковому дискурсі сучасні медіаресурси досліджуються переважно крізь призму трьох ключових теоретико-методологічних підходів: структурно-функціонального, конфліктологічного та системного.

З позиції структурного функціоналізму суспільство розглядається як цілісний соціальний організм, що складається з різних елементів, кожен із яких виконує специфічні функції. Засновники цього підходу, серед яких Г. Спенсер, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс та інші, підкреслювали, що суспільні явища та процеси можна пояснити через ретельний аналіз їхніх функціональних характеристик та ролі у забезпеченні стабільності соціальної системи.

У науковому дискурсі діяльність засобів масової інформації (ЗМІ) розглядається крізь призму їхньої участі в економічній, політичній, духовно-ідеологічній та соціальній сферах. У контексті економічної діяльності медіа виступають як складова системи виробництва, впливаючи на ринок інформаційних послуг та рекламної індустрії. У духовному вимірі мас-медіа відіграють ключову роль у процесах освіти, виховання та формування світогляду, забезпечуючи суспільство інформаційними ресурсами, необхідними для самоідентифікації та культурного розвитку. Соціальний аспект функціонування ЗМІ визначається їх здатністю збирати, накопичувати, зберігати, обробляти та поширювати інформацію, що сприяє формуванню суспільної думки та регулюванню комунікаційних потоків.

Виконання цих ключових функцій перетворює ЗМІ на потужний інструмент впливу, що охоплює всі сфери суспільного життя. У публічному просторі засоби масової інформації представлені у двох основних форматах: традиційні (друковані видання) та електронні (телебачення, радіо, інтернет-ресурси) [3, с. 110].

Рівень впливу ЗМІ на суспільство та політичні процеси значною мірою залежить від їхньої незалежності у формуванні контенту, автономності від державних структур та груп інтересів. У демократичних суспільствах медіа виконують низку важливих функцій: актуалізують соціальні проблеми,

ініціюють дискусії щодо їхнього розв'язання, здійснюють контроль над діяльністю політичних еліт, сприяють формуванню порядку денного та моделюванню суспільної свідомості. При цьому засоби масової інформації не лише транслюють факти, а й активно конструюють інформаційний порядок, формуючи певні настрої та спрямовуючи громадську думку в заданому напрямку.

З точки зору Д. Маккуейла, ЗМІ можна розглядати через кілька концептуальних моделей їхньої діяльності:

- Як вікно у світ – у цьому випадку медіа функціонують як канал, що передає об'єктивну інформацію без зовнішнього втручання.
- Як дзеркало реальності – відображають події у суспільстві, однак цей процес завжди має певний кут зору та перспективу, задану редакційною політикою чи іншими чинниками.
- Як фільтр або «вартовий» – здійснюють селекцію інформації, висвітлюючи лише окремі аспекти подій та ігноруючи або затемнюючи інші, що може відбуватися як свідомо, так і несвідомо.
- Як гід або інтерпретатор – пояснюють події й явища, які можуть бути складними для сприйняття аудиторією, формуючи певне їхнє тлумачення.
- Як екран або бар'єр – можуть викривляти сприйняття реальності, формуючи спотворену картину світу [4, с. 88].

Різноманіття підходів до класифікації функцій ЗМІ свідчить про їхню важливу суспільно-політичну роль. Важливо зазначити, що жодна з функцій не реалізується у чистому вигляді – вони переплітаються й адаптуються залежно від конкретних політичних умов, суспільного запиту та інформаційного контексту. Засоби масової інформації функціонують як у межах національних держав, так і в глобальному масштабі, відіграючи ключову роль у формуванні міжнародного інформаційного простору.

У межах системного підходу, що розглядає окремі елементи соціальних процесів у їхньому взаємозв'язку із цілісною структурою, ЗМІ аналізуються як самостійна система з притаманними їй характеристиками. Серед дослідників цього підходу – Н. Луман, В. Баклі, Д. Бейлі та інші, які розглядають медіа як установи, що здійснюють відкриту передачу інформації за допомогою технічних засобів. Як специфічна система, ЗМІ мають низку характерних рис, серед яких – публічність, технологічна зумовленість, динамічність аудиторії та постійна адаптація до змінного інформаційного середовища.

У рамках системного підходу дослідники звертаються до концепції «теорій преси», що дозволяє розглядати різні моделі функціонування медіа у суспільстві та визначати їхній вплив на соціально-політичні процеси[2]. Використання системного підходу до дослідження засобів масової інформації дозволяє розглядати їх як інтегровану систему комунікаційних каналів, що здійснюють поширення інформації. Варто зазначити, що поряд із друкованими та електронними засобами масової комунікації, радіомовленням і телебаченням, все більше зростає значення соціальних мереж. Їхня

популярність обумовлена такими факторами, як доступність, інтерактивність, поєднання візуальних і вербальних компонентів, можливість безперервного функціонування в часі та просторі, а також використання гіпертекстових посилань. Саме ці характеристики роблять соціальні мережі провідним інструментом передачі інформації в сучасному світі. Водночас традиційні засоби масової інформації зберігають свою актуальність і продовжують відігравати важливу роль у політичних процесах.

Конфліктологічний підхід до аналізу діяльності ЗМІ пов'язаний зі зростаючою увагою до їхньої ролі під час загострення політичних та соціальних протистоянь. Дослідження медіасередовища ґрунтується на напрацюваннях як західної, так і вітчизняної політичної науки, яка підкреслює, що мас-медіа є активним учасником формування громадської думки, віддзеркалюють суспільні настрої та ідеологічні преференції громадян [1].

Методологічною основою конфліктологічного аналізу ЗМІ є праці Р. Дарендорфа. У широкому розумінні конфлікт можна розглядати як суперництво, протиборство, конкуренцію, протестні рухи або соціальну напруженість. Засоби масової інформації, згідно з цим підходом, можуть як сприяти виникненню та ескалації соціальних конфліктів, так і виступати інструментами їх врегулювання. Крім того, вони можуть перебувати у конфліктних відносинах між собою. Наприклад, якщо в основі будь-якого конфлікту лежить боротьба за розподіл сфер впливу, то можна виокремити такі рівні протистояння в медіапросторі: приватні ЗМІ vs. державні ЗМІ, провладні ЗМІ vs. опозиційні ЗМІ, традиційні ЗМІ vs. інтернет-медіа тощо.

73

Слід наголосити, що різні типи засобів масової інформації – друковані видання, телебачення, радіомовлення, онлайн-ресурси, соціальні платформи та месенджери – можуть як посилювати соціальні конфлікти, так і сприяти їхньому врегулюванню. Ці дві функції є взаємопов'язаними, що робить ЗМІ ключовим чинником формування конфліктологічної культури суспільства. У рамках політичних процесів саме засоби масової інформації мають можливість висвітлювати як актуальні, так і потенційні зони соціальної напруги.

У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової інформації виступають одним із найбільш впливових соціальних інститутів нарівні з органами державної влади, місцевого самоврядування та громадськими організаціями. Вони відіграють значну роль у виборчих кампаніях, безпосередньо впливаючи на процес формування політичних інститутів держави.

Прямі президентські вибори в будь-якій країні, незалежно від форми державного правління, є ключовим етапом виборчого процесу. Вони концентрують основні політичні сили держави, визначають подальший напрямок її розвитку, мобілізують всі можливі комунікаційні ресурси та широко використовують медіаплатформи як головний інструмент агітації. З огляду на це, вибори Президента України можна розглядати як найбільш масштабний кейс для дослідження впливу мас-медіа на перебіг виборчих перегонів.

Аналіз діяльності засобів масової інформації в періоди президентських виборів 2004, 2010, 2014 та 2019 років дозволяє виокремити низку ключових тенденцій у розвитку українського медіасередовища. Засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, політичної культури та виборчої поведінки громадян. Вибірчі кампанії, особливо президентські, демонструють зростаючий вплив медіа на електоральні процеси, що зумовлено їхньою здатністю до мобілізації електорату, маніпуляції суспільною свідомістю та контролю над інформаційними потоками.

Український медіапростір перебуває у стані постійної трансформації, що зумовлено розвитком цифрових технологій, соціальних мереж та змін у споживанні інформації. Тенденція до інтеграції традиційних і цифрових ЗМІ сприяє появі нових форматів комунікації, що мають потужний вплив на суспільство.

Досвід діяльності медіа під час виборчих кампаній засвідчив їхню здатність як до ескалації конфліктів, так і до їхнього врегулювання. Це свідчить про амбівалентну природу ЗМІ, які можуть слугувати інструментом інформаційних воєн, водночас виконуючи функцію демократичного майданчика для суспільного діалогу.

Соціальні мережі стають домінантним інформаційним каналом, що конкурує з традиційними медіа. Їхня інтерактивність, швидкість поширення інформації та можливість безпосереднього зворотного зв'язку суттєво змінюють інформаційний ландшафт, ускладнюючи контроль над інформаційними потоками з боку державних та політичних структур.

У контексті виборчих кампаній спостерігається тенденція до зростання рівня незалежності ЗМІ від політичних впливів. Проте залишається проблема маніпуляції інформацією, прихованої політичної реклами та цензури, що вимагає подальшого удосконалення механізмів регулювання медіасфери.

Досвід президентських виборів в Україні 2004, 2010, 2014 та 2019 років демонструє зміну стратегій медійного впливу та використання інформаційних технологій у виборчих перегонах. Зокрема, помітна тенденція до зростання ролі соціальних мереж, зниження впливу друкованих медіа та підвищення значення незалежних журналістських розслідувань.

Подальший розвиток українського медіасередовища залежатиме від технологічного прогресу, рівня медіаграмотності населення та ефективності державного регулювання. Важливими завданнями залишаються забезпечення прозорості медійної сфери, боротьба з дезінформацією та формування високих стандартів журналістики.

Таким чином, українські ЗМІ у виборчих процесах відіграють вирішальну роль, впливаючи на політичну стабільність, суспільні настрої та результати голосування. Їхній вплив потребує подальшого дослідження у контексті глобальних інформаційних тенденцій та регіональних особливостей українського медіапростору.

Література:

- 1.Гарматій О. Конфліктологічний менеджмент мас-медіа в сучасному українському соціумі. Польсько-Український науковий форум «Сучасна Україна. Конфлікт – трансформація – інтеграція». Ольштин, Польща (грудень 2015). URL: https://www.researchgate.net/publication/341106687_KONFLIKTOLOGICNIJ_MENEDZMENT_MAS-MEDIA_V_SUCASNOMU_UKRAINSKOMU_SOCIUMI/
- 2.Житарюк М. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
- 3.Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіасфери України. Політичний менеджмент. 2009. № 5. С. 109-119.
- 4.Федорищак Х., Мосора Л. Місце і роль засобів масової інформації у сфері публічної політики. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. 2022. № 1(61). С. 86-91