

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет суспільно-гуманітарних наук
Кафедра політології та соціології

Допущено до захисту
Зав. кафедри
« » _____ 20_ р.

УДК

Кваліфікаційна робота магістра

Еволюція ЗМІ як системного чинника політичного процесу

спеціальності
освітнього рівня
освітня програма

052 «Політологія»
другого (магістерського)
052.00.02 Політичні технології та
консультування

Мосяко Антон Сергійович
II курс, група ПТКм-1-24-1.4д
Факультет суспільно-гуманітарних наук

Науковий керівник:
Ощипок Іван Федорович
Доктор філософії, доцент
кафедри політології та соціології

Київ 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I Теоричні засади змісту впливу засобів масової інформації на політичні процеси.....	6
1.1 Роль засобів маосової інформації в політичних процесах.....	6
1.2 Функції та цілі засобів масової інформації в сфері здійснення політичних рішень.....	14
1.3 Еволюція ЗМІ як системного чинника політичного процесу.....	20
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I.....	24
РОЗДІЛ II Трансформація ЗМІ в умовах політичних змін та кризових ситуацій.....	28
2.1 Проблематика впливу політизованих засобів масової інформації на громадськість.....	28
2.2 Методи функціонування засобів масової інформації під час дії воєнного стану в Україні.....	39
2.3 Вплив медіатизації політики та політизації засобів масової інформації на сучасний політичний процес в Україні.....	46
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II.....	56
РОЗДІЛ III Шляхи покращення динаміки розвитку ЗМІ під час розквіту цифровізації політичних процесів.....	60
3.1 Чинники посилення впливу ЗМІ на формування політичної свідомості.....	60
3.2 Механізми еволюції взаємодії ЗМІ та органів державної влади в Україні. Шляхи їх покращення.....	72
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III.....	80
ВИСНОВОК.....	84
СПИСОК	ВИКОРИСТАНОЇ
ЛІТЕРАТУРИ.....	87

ВСТУП

Сучасні засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють ключову роль у формуванні політичної свідомості суспільства, визначенні політичного порядку денного та впливі на громадську думку. Завдяки технічному прогресу, розвитку цифрових платформ і зростанню інформаційної мобільності сучасне суспільство перебуває в безперервному інформаційному потоці, що значно впливає на політичні процеси та комунікацію між державою та громадянами.

Актуальність дослідження: Цифровізація і мережеві платформи підсилили системний характер впливу ЗМІ на громадськість, змінивши конфігурацію каналів зворотного зв'язку між державою, політичними фігурами та громадянами. Тож актуальність полягає у вивченні даної трансформації та удосконаленні позитивного впливу ЗМІ на політичні процеси.

Метою дослідження є виконання системного аналізу ЗМІ як структурного чинника політичного процесу, з'ясувавши їхню роль у потоках інформації, фазах політичного циклу та взаємодії державних інстанцій.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі завдання:

- Розкрити явище політичного процесу як системи: визначити його фази, структуру потоків інформації та коло суб'єктів, що беруть участь у артикуляції, агрегуванні інтересів, прийнятті й реалізації рішень;
- Дослідити канали медіа-посередництва у політичному процесі: як ЗМІ впливають на артикуляцію інтересів, агрегування вимог, формування порядку денного та політичну комунікацію;
- Проаналізувати механізми ЗМІ у політичних процесах: встановлення порядку денного, фреймінг, праймінг, gatekeeping, мережеву пропаганду й алгоритмічну селекцію;
- виявити особливості функціонування ЗМІ в умовах політичної кризи та інформаційних воєн;
- сформулювати рекомендації щодо покращення співпраці між ЗМІ та державними інституціями в контексті демократичних процесів.

Об'єктом дослідження є комплекс взаємодії засобів масової інформації з політичними процесами в умовах їх трансформації та модернізаційних змін.

Суб'єктом дослідження є засоби масової інформації, державні органи та громадянське суспільство, які беруть участь у процесах інформаційної взаємодії, формуванні політичного порядку денного та забезпеченні демократичного контролю.

Предмет дослідження – особливості еволюції ЗМІ в політичному просторі, їхній вплив на формування громадської думки та механізми комунікації між мас-медіа та державними інституціями.

Для досягнення поставленої мети було використано комплекс методів наукового дослідження, серед яких:

Для дослідження еволюції ЗМІ як системного чинника політичного процесу доцільно використовувати комплекс теоретичних та емпіричних методів. Серед теоретичних методів варто звернути увагу на аналіз і синтез, які допоможуть вивчити наукові джерела, нормативно-правові акти та публікації. Індукція та дедукція сприятимуть узагальненню отриманих даних і формулюванню висновків. За допомогою порівняльного аналізу можна буде зіставити моделі розвитку ЗМІ в різних країнах і політичних системах. Абстрагування та узагальнення дозволять виявити ключові закономірності еволюції медіа.

Емпіричні методи також відіграють важливу роль у дослідженні. Контент-аналіз стане ефективним інструментом для вивчення публікацій ЗМІ, новинних матеріалів та політичних заяв. Соціологічне опитування дасть змогу зібрати думки громадян щодо впливу ЗМІ на політичні процеси, якщо така можливість буде доступна. Інтерв'ю з експертами в галузі політики, журналістики та комунікації допоможуть отримати фахові оцінки та прогнози.

Історико-генетичний метод дозволить простежити розвиток ЗМІ в контексті політичних подій різних історичних періодів. Використання системного підходу допоможе розглянути ЗМІ як систему, що взаємодіє з політичними, економічними та соціальними інститутами, впливаючи на прийняття рішень та суспільну думку.

Застосування моделювання сприятиме побудові моделей взаємодії ЗМІ та політичних структур у різних історичних і сучасних умовах. Крім того, метод кейс-

стаді дозволить проаналізувати конкретні приклади впливу ЗМІ на політичні процеси, такі як виборчі кампанії чи політичні кризи. Цей комплекс методів забезпечить глибоке й усебічне дослідження еволюції ЗМІ як системного чинника політичного процесу.

У ході роботи було здійснено комплексний аналіз сучасних тенденцій розвитку ЗМІ в контексті політичних змін та інформаційних війн. Досліджено нові механізми впливу мас-медіа на суспільну свідомість та політичну поведінку громадян, а також визначено роль цифрових платформ у формуванні інформаційного простору.

Результати дослідження можуть бути використані в роботі політичних аналітиків, журналістів, державних органів та громадських організацій для розробки ефективних стратегій комунікації між владою та суспільством, а також для вдосконалення механізмів правового регулювання ЗМІ.

Структура роботи: Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Перший розділ присвячений теоретичним засадам впливу ЗМІ на політичні процеси. У другому розділі розглядається трансформація мас-медіа в умовах політичних змін та кризових ситуацій. Третій розділ містить аналіз механізмів взаємодії ЗМІ з органами державної влади, а також пропозиції щодо покращення цієї взаємодії.

РОЗДІЛ I Теоричні засади змісту впливу засобів масової інформації на політичні процеси

1.1 Роль засобів масової інформації в політичних процесах

Медіа та публічна сфера сприяють більш глибокому та детальному розумінню політичних процесів, висвітлюючи складні взаємозв'язки між засобами масової інформації та публічним дискурсом, який вони створюють. Роль ЗМІ в політиці є багатогранною, і з початком російсько-української війни вона зазнала значних змін, набувши нових форм. Зміни торкнулися як методів роботи державних інститутів, так і впливу на управління та формування політики, оскільки засоби масової інформації стали потужною силою з великим впливом. В 21 столітті відбулися суттєві зміни у функціонуванні ЗМІ: старі медіа поступово замінили нові платформи, що включають вебсайти, цифрові програми, соціальні мережі та відеообмінні платформи. Замість того, щоб покладатися на традиційні медіа для передачі інформації, все більше політиків вибирають прямі канали комунікації через соціальні мережі, щоб спілкуватися зі своїми прихильниками. У той час як старі ЗМІ були основними носіями інформації, нові медіа виконують значно ширші функції, від впливу на виборчі процеси до притягнення політиків до відповідальності [29].

ЗМІ часто називають четвертою владою, і вони мають велику силу в сучасному світі. Навіть незважаючи на популярну думку, що медіа-канали лише передають інформацію, насправді вони також активно впливають на суспільство і змушують інституції нести відповідальність. ЗМІ виконують роль своєрідного "сторожового пса", освітлюючи як особисте, так і професійне життя політиків. У багатьох вільних країнах роль ЗМІ є критично важливою, оскільки вони забезпечують громадян знаннями та дозволяють ретельно стежити за розвитком подій у суспільстві. Той спосіб, яким питання ставиться, значно впливає на його сприйняття, часто більше, ніж самі факти. Медіа-канали та платформи активно беруть участь у формуванні порядку денного, створенні наративів і поданні проблем, тим самим визначаючи, як громадськість сприймає ситуацію та як реагує на неї [36].

Таким чином, ЗМІ можуть висвітлювати певні аспекти конкретної ситуації, наголошуючи на них і, водночас, применшуючи або ігноруючи інші. Це стає значним

інструментом маніпуляції, здатним знижувати об'єктивність і сприяти формуванню хибних уявлень у вразливих споживачів інформації. Як і будь-які інші інституції, медіа також можуть піддаватися впливу упереджених поглядів. Це часто проявляється в репортажах, розповідях або в аналізах на токшоу. Повна об'єктивність у медіа ніколи не була досягнута, навіть у традиційних каналах.

Однак поява соціальних медіа значно зменшила роль відповідальної журналістики і сприяла проникненню більшої упередженості в медіа-простір. Один зі способів впоратися з цими проблемами – це поглиблене розуміння медіа-ландшафту. Кандидати, які раніше покладалися на традиційні форми агітації, як-от мітинги чи агітація від дверей до дверей, тепер активно використовують медіа-канали для поширення своїх повідомлень. Політичні кампанії отримали нове обличчя, і кандидати використовують ці платформи для маніпуляцій з фактами та просування упереджених поглядів.

Такі процеси спостерігались на недавніх виборах у США між Дональдом Трампом і Джо Байденом. Обидва кандидати витратили значні кошти на проведення своїх кампаній через Інтернет. Раніше глядачі медіа були пасивними споживачами інформації: вони дивились новини по телевізору чи слухали радіо, не маючи змоги безпосередньо впливати на цей процес чи коментувати новини. Однак із розвитком соціальних медіа, глядачі стали активними учасниками дискурсу. Завдяки реальному часу комунікацій вони тепер можуть висловлювати свою думку, взаємодіяти з політиками або ділитися інформацією з іншими, що робить їх важливою стороною в політичному процесі.

Зростання фейкових новин та дезінформації є однією з серйозних загроз сучасному політичному дискурсу. Фальшиві наративи можуть швидко поширюватися, маніпулюючи громадською думкою, а також підірвати довіру до законних джерел інформації. Це ставить під загрозу демократичні процеси. Для боротьби з цією проблемою необхідні механізми перевірки фактів, алгоритми для виявлення фейків і медіаграмотність серед громадян [35].

Дипломати, політики та інші ключові фігури раніше змушені були використовувати традиційні канали комунікації для передачі своїх повідомлень.

Тепер же вони мають можливість звертатися до глобальної аудиторії в реальному часі. Це дає їм змогу бути першими, хто реагує на різні ситуації, сприяє прозорості та взаємодії. Проте це також приносить нові виклики, адже політики можуть маніпулювати своїми заявами та подіями, щоб передавати аудиторії неправдиві наративи.

Роль засобів масової інформації в політиці виходить за межі конкретних країн, впливаючи на те, як нації взаємодіють між собою. Наприклад, погляньмо на те, як Китай і США висвітлювали російсько-українську війну. Китай малював Росію як захисника своїх прав, тоді як США представляли її агресором. Очікувано, що прихильники кожної країни приймали той наратив, який їм був представлений [37].

Як розвинені, так і країни, що розвиваються, використовують медіа як інструмент для реалізації своєї м'якої сили та просування своєї культури. Вони можуть через розважальні платформи висвітлювати свою історію та точку зору через фільми, музику та документальні стрічки. Такий культурний обмін сприяє взаєморозумінню та долає політичні розбіжності. Проте існує проблема збереження автентичності в умовах комерційних інтересів та уникнення сприйняття цієї діяльності як пропаганди. Зі зростанням переконливої риторики критичний аналіз стає надзвичайно важливим. Історія показує, як маніпуляції ЗМІ та пропаганда мали великий вплив на громадську думку. Яскравим прикладом є пропаганда, що здійснювалася нацистами під час Другої світової війни, чи кампанії радянського часу, які маніпулювали свідомістю громадян. Плакати, що популяризували ідеї та ідеологічні зміни, були одним із засобів поширення таких маніпуляцій.

Сьогодні, однак, плакати та брошури вже не є єдиними засобами для поширення дезінформації. Завдяки розвитку соціальних медіа політики можуть створювати та поширювати контент, який відповідає їхнім інтересам і наративам. Технологія Deepfake дозволяє створювати реалістичний, але фальшивий контент, тоді як дезінформація поширює хибні відомості, щоб заплутати та розділити аудиторію. Ці методи не лише шкодять демократії та знижують рівень довіри до суспільних інститутів, але й призводять до хаосу в суспільстві [49].

ЗМІ, спочатку запроваджені як канали комунікації та обміну інформацією, еволюціонували та значно розширили свої функції у сучасному статус-кво. Нові медіа змінили традиційні ролі, збільшивши їхній вплив. Введення різноманітних каналів дозволило глядачам вибирати інформацію та використовувати своє критичне мислення для прийняття обґрунтованих рішень. Однак зростання кількості медіа-каналів також сприяло поширенню дезінформації та фейкових новин, що дало політикам можливість маніпулювати громадським сприйняттям [6].

Загалом, ЗМІ більше не є нейтральним спостерігачем, вони стали потужною силою в політичному ландшафті країн. Нові медіа надають безпрецедентний доступ до інформації і можуть охоплювати навіть тих, хто раніше не цікавився політикою, завдяки персоналізованим каналам, таким як Facebook. Оскільки звичайні громадяни об'єднуються з авторитетними медіа для виконання функції "сторожового пса", державні службовці піддаються більшій перевірці. Питання та події, які могли бути поза увагою основних журналістів, можуть тепер бути висвітлені звичайними людьми. Нові медіа сприяють розвитку спільноти, яка виходить за межі фізичних кордонів завдяки розширеним можливостям мереж [5].

Традиційні ЗМІ сприяли підвищенню політичної активності мас, але більшість основних журналістів не вважають своїм обов'язком заохочувати участь громадян у політичному житті. Натомість нові медіа активно залучають громадян до політичної діяльності, такої як голосування, контакти з державними службовцями, волонтерство та участь у протестах. Однак нова медіа-ера також посилила тенденції, що підривають ідеальні принципи демократичної преси. ЗМІ розповсюджують величезну кількість політичного контенту, але більшість матеріалів є тривіальними, ненадійними та поляризуючими.

Традиційна роль "сторожового пса" в нових медіа виконувалася переважно навченими журналістами, які зосереджувалися на розкритті серйозних політичних порушень. Спочатку нові медіа мали потенціал розширити доступ до політичної інформації, сприяти ширшому політичному дискурсу та залучати людей до участі в політичному процесі. Громадськість позитивно реагувала на доступніші канали зв'язку, відвідуючи політичні програми та беручи участь в онлайн-зустрічах міської

ради. Проте автентичний потенціал нових медіа був підірваний тим, що нова політична медіасистема розвивалася хаотично, без чітких принципів і цілей. У ній переважали комерційні інтереси та ті, хто вже мав привілейовані позиції в політиці та новинній індустрії. З часом суспільний ентузіазм змінився на амбівалентність і цинізм, особливо коли зникла новизна першої фази нових медіа [21].

Можна запропонувати кілька пояснень змін у якості та кількості політичної інформації. Технологічні можливості нових медіа дозволяють контенту поширюватися без значних обмежень. Соціальні медіа мають зовсім іншу структуру порівняно з попередніми медіаплатформами. Вміст тепер можна передавати без істотного зовнішнього фільтрування, перевірки фактів чи редакційного контролю. Люди, які не мають журналістського досвіду чи репутації, можуть досягати величезної аудиторії дуже швидко. Повідомлення швидко поширюються, коли ними обмінюються через новинні платформи або через особисті облікові записи в соціальних мережах. Окрім цього, економічні мотивації нових медіа-компаній, таких як Google, Facebook і Twitter, зосереджені на залученні великої кількості користувачів для отримання доходу від реклами. Політичний контент часто використовується для залучення споживачів до соціальних мереж, а не для виконання функції інформування громадян. Комерційний тиск змушує медіа публікувати сенсаційні історії, які привертають найбільшу увагу. Оскільки платформи множаться, подібний контент поширюється, при цьому влада медіа зосереджена в руках обмеженої кількості великих медіа-компаній, як старих, так і нових.

Нові медіа збільшили можливості репортерів виконувати роль "сторожового пса", навіть за умов скорочення ресурсів для журналістських розслідувань. Інформацію можна поширювати через офіційні джерела ЗМІ, оскільки місцеві медіа можуть передавати інформацію про важливі події національним організаціям. Також новини можуть бути документовані і поширюватися громадянами через соціальні мережі.

Нові медіа, хоча й розширили потенціал для досягнення більшої аудиторії, одночасно підірвали традиційну роль преси в демократичному суспільстві. Їхні позитивні аспекти включають значне збільшення можливості досягти навіть тих

громадян, які раніше не були зацікавлені в політичних новинах. Вони дозволяють створювати цифрові публічні простори, де можна відкрито обмінюватися думками. Також вони створили нові способи взаємодії, що дозволяє громадянам більш безпосередньо зв'язуватися з урядом і брати участь у потоці політичної інформації.

З іншого боку, поєднання нових медіа та суспільства постправди призвело до нестабільності, що підриває їхні корисні аспекти. Наразі існує недостатньо ефективних механізмів перевірки все більшого потоку неправдивої інформації. Заміна глибоких журналістських розслідувань на сенсаційні історії ослабила роль преси. Неоднозначне ставлення ЗМІ до політиків робить журналістів співучасниками поширення недостовірних даних і хибних фактів.

Медіа мають вирішальне значення для політичного життя країни, оскільки суттєво впливають на формування суспільної думки, політичної культури та активності громадян. Дослідження ролі медіа в політиці виявляє кілька критичних аспектів.

По-перше, медіа є основним джерелом інформації для більшості громадян, що робить їх ключовим чинником у формуванні політичної свідомості та орієнтації. Інформація, що поширюється через медіа, допомагає створити образи політичних лідерів, партій і урядових рішень. Отже, якість, достовірність і об'єктивність медіаконтенту є необхідними для забезпечення інформованого вибору громадян.

По-друге, медіа активно беруть участь у політичній мобілізації. За допомогою медіа-кампаній, реклами та новин політичні сили можуть залучати підтримку громадян, впливати на їхню політичну активність і стимулювати участь у виборчих процесах. Особливо важливу роль в цьому процесі відіграють новітні медіа, зокрема соціальні мережі, які дозволяють швидко й ефективно комунікувати з великою аудиторією.

По-третє, медіа виконують функцію посередника між владою та суспільством, забезпечуючи зворотний зв'язок і контроль за діями уряду. Журналістські розслідування, критичні публікації та обговорення політичних рішень через медіа сприяють підвищенню прозорості та підзвітності влади, що є основою демократичного управління.

По-четверте, в умовах сучасних викликів, таких як гібридні війни та інформаційні атаки, медіа відіграють важливу роль у національній безпеці. Протидія дезінформації, боротьба з фейковими новинами та підвищення медіаграмотності серед населення стають пріоритетними завданнями для держави та медіа-спільноти [25].

У той самий час, сучасна медіа-сфера стикається з численними проблемами, що впливають на її ефективність і суспільну роль. Концентрація медіавласності, залежність від політичних та економічних інтересів, недостатня професійна етика журналістів і швидке поширення неперевіреної інформації ставлять під загрозу об'єктивність і неупередженість медіа. Тому необхідно удосконалювати законодавче регулювання, підтримувати незалежність і професіоналізм медіа, а також активно розвивати медіаосвіту серед громадян.

Особливу увагу слід звернути на роль медіа в Україні в умовах війни. Під час російсько-української війни медіа-сфера зазнала значних змін, пристосовуючись до нових викликів і обставин. Українські медіа стали важливим інструментом національної безпеки, активно протидіючи ворожій пропаганді та дезінформації. Вони виконують функцію об'єднання суспільства навколо ідеї національної єдності, підтримують моральний дух населення та сприяють консолідації зусиль для протистояння агресору [15].

Медіа також стали важливим каналом комунікації між владою та громадянами, оперативно інформуючи про ситуацію на фронті, заходи безпеки та дії уряду. Завдяки цьому громадяни мають можливість швидко реагувати на загрози та бути добре поінформованими про поточні події. Окрім того, медіа активно висвітлюють героїзм українських військових та волонтерів, що зміцнює патріотичні настрої та національну ідентичність.

Загалом медіа залишаються незамінним елементом політичного життя країни. Вони не лише формують політичні реалії, але й сприяють розвитку демократичних цінностей та участі громадян у керуванні державою. Ефективна та відповідальна медіа-система здатна забезпечити стабільний розвиток політичного процесу, підвищити рівень громадської свідомості та зміцнити демократичні інститути. Для

цього необхідні комплексні заходи з боку держави, медійної спільноти та громадянського суспільства, спрямовані на поліпшення якості медіаконтенту, забезпечення незалежності журналістики та розвиток критичного мислення серед населення.

1.2 Функції та цілі засобів масової інформації в сфері формування громадської думки та здійснення політичних рішень

Засоби масової інформації виконують подвійну функцію: вони одночасно виражають і формують громадську думку. Під громадською думкою прийнято розуміти колективне судження, яке відображає ставлення людей до подій, явищ і процесів, виражене у формі схвалення, осуду або певних вимог. Її формування відбувається у процесі циркуляції інформації в суспільстві, при цьому вона стає відображенням соціальної реальності, суспільної практики та людської діяльності. Громадська думка виконує роль регулятора суспільної поведінки та формується під впливом повсякденної свідомості, емпіричних знань, забобонів, а також досягнень науки, мистецтва, політики та, звісно, всіх джерел масової комунікації [38].

Як стан суспільної свідомості, громадська думка виконує посередницьку функцію між індивідуальною свідомістю та практичною діяльністю людей. Вона не замінює жодної з форм суспільної свідомості, не опирається на силу закону, як це робить правова система, і не визначає чіткі цілі, як, наприклад, політичні програми. Натомість громадська думка, через специфічні засоби впливу, такі як схвалення чи осуд, захоплення чи зневага, акцентування уваги на інтересах, а також через раціональну та емоційну оцінку вчинків і дій, сприяє трансформації ідей у реальні дії. Отже, засоби масової інформації, які формують і передають громадську думку, з одного боку, акумулюють життєвий досвід і волю громадян, а з іншого — впливають не лише на їхню свідомість, а й на реальні вчинки та групову активність.

Тоталітарні режими зазвичай ігнорують громадську думку, тоді як у демократичних суспільствах управління соціальними процесами базується на її вивченні та цілеспрямованому впливі на неї за допомогою засобів масової інформації. Це робить засоби масової інформації ключовим елементом демократичного управління суспільними процесами.

Громадська думка також виступає важливим політичним інститутом, беручи участь у процесах влади та стаючи механізмом, який впливає на прийняття політичних рішень на різних рівнях. Як інструмент політики, громадська думка є

полем боротьби за владу, а сам процес її формування становить невід'ємну частину політичного процесу [27].

Як складова функціонування політичних систем, громадська думка є важливим і постійно діючим фактором управління, через який реалізуються декілька ключових функцій. Серед цих функцій виділяються:

1. **Експресивно-контрольна** – визначає політичні позиції окремих соціальних спільнот та груп.
2. **Консультативна** – надає рекомендації щодо вибору оптимальних політичних рішень і дій.
3. **Директивна** – приймає рішення з конкретних питань, регулює поведінку окремих індивідів, груп, установ, а також підтримує або заперечує певні цінності, норми та уявлення. (рис. 1)



Рис. 1 Гармонізація громадської думки (створено автором)

Для того, щоб ці функції громадської думки були реалізовані, необхідно забезпечити її вплив на політичну систему. На громадську думку впливають такі фактори: склад соціальних спільнот, які висловлюють свої думки; рівень збігу інтересів різних верств і груп у цих спільнотах; характер питань, які обговорюються. Водночас процес формування громадської думки часто носить стихійний характер.

Громадська думка може бути різних типів: моністичною (єдиною), плюралістичною (різноманітною) або одностайною. Вона також може відображати дійсність у вигляді реалістичних, правильних уявлень або бути ілюзорною, хибною. Сучасний стан громадської думки відзначається ідейною різноманітністю та високою емоційною насиченістю, що відповідає суспільству, яке перебуває на етапі розбудови демократичної суверенної державності.

Основними каналами вияву громадської думки є референдуми, опитування населення, збори, маніфестації та всенародні обговорення.

Кожне самостійне суспільство прагне виховати справжніх громадян, поширюючи і закріплюючи в них основні політичні цінності. Єдність переконань є фундаментом для формування будь-якої держави, тому держава активно впливає на формування політичних переконань громадян, їхнє ставлення до політичної системи та характер громадянської соціалізації. Ще мислителі класичних часів наголошували, що громадянське виховання є невіддільною частиною громадянськості.

Засоби масової інформації відіграють значну роль у громадянській соціалізації. Вони забезпечують соціальну комунікацію, інформують громадян, виховують їх та формують громадянські цінності, сприяючи створенню сприятливого соціально-політичного клімату. У масовій комунікації виділяють п'ять основних елементів: хто передає інформацію, що саме передається, як це здійснюється, кому адресовано повідомлення і з яким ефектом це відбувається.

Громадська думка формується в процесі руху інформації в суспільстві, відображає соціальну реальність, практику суспільного життя і виступає регулятором діяльності. Вона створюється під впливом буденної свідомості, емпіричних знань, забобонів, а також завдяки досягненням науки, мистецтва, політики та засобів масової комунікації.

Держава зобов'язана здійснювати контроль над засобами масової інформації відповідно до норм Конституції та чинного законодавства. Це необхідно для запобігання та нейтралізації можливих проявів інформаційного паразитизму, який може зашкодити громадянам. Засоби масової інформації виконують не лише функцію інформування та поширення новин, а й беруть участь у пропагуванні певних ідей,

поглядів, навчань, політичних програм, таким чином впливаючи на соціальне управління та забезпечуючи владі інформаційний супровід. Формуючи громадську думку та задаючи певні установки, ЗМІ спонукають людей до певних дій та рішень [34].

Як спосіб масового зв'язку між тими, хто управляє, і тими, хто є об'єктом управління (громадянами), засоби масової інформації поширюють не тільки оперативну інформацію, а й офіційні дані, такі як закони, розпорядження, укази тощо. У такий спосіб вони передають волю влади та її вимоги. Однак, водночас ЗМІ виконують функцію зворотного зв'язку, акумулюючи думки, потреби та судження громадян з усіх сфер суспільного життя, виступаючи унікальним і незамінним «барометром» громадської думки.

У демократичному суспільстві засоби масової інформації виступають важливим елементом політичної системи нарівні з парламентом, виконавчою владою та незалежним судом. Їх часто називають «четвертою владою», маючи на увазі не державну інституцію, а «владу громадянського суспільства».

Особливість ЗМІ полягає в тому, що вони не мають права ухвалювати рішення, видавати накази, зобов'язувати чи притягувати до відповідальності. Натомість їхня роль у політичній системі реалізується через обговорення, підтримку, критику або осуд різних політичних ідей, програм, платформ, а також через поширення позицій опозиційних партій серед електорату. ЗМІ виконують функцію громадського контролю та оприлюднення його результатів.

Отже, основними функціями засобів масової інформації в ліберально-демократичному суспільстві є контроль над владою, здійснення тиску на неї, а також сприяння встановленню взаємин довіри між владою та суспільством.

Сучасні технології, особливо у сфері телебачення та радіомовлення, відкривають можливість проводити багато трансляцій у прямому ефірі. Засоби масової інформації перетворюються на своєрідну сцену, на якій розгортаються політичні події, обговорюються кризи, ведуться переговори, а також відбуваються суспільні протести.

Оскільки громадська думка є інструментом політики, її формування стає важливим полем боротьби за владу, що значною мірою визначає тип політичної системи. У демократичній державі право ухвалювати рішення належить більшості, проте публічна дискусія дозволяє висловлюватися й приватним особам, і організованим меншинам, зокрема опозиційним партіям. Така відкритість створює ефективний механізм демократичного управління, який безпосередньо впливає на формування типу політичної системи.

Проте існує інша сторона даного питання, яка являє собою формування позитивного, а зачасти і оманливого, іміджу влади конкретної держави. Здебільшого це стосується країн з державним режимом, в якій обмежена свобода індивіда, права громадян порушуються, а владні структури зловживають своїм становищем.

Сьогодні засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють роль основного і швидкісного посередника між політичною сферою держави та суспільством. Незалежні ЗМІ можуть стати голосом громадянського суспільства, яке прагне бачити у владі прагматичних реформаторів, що розуміють ключову роль народу в державній політиці, економіці та інших важливих сферах соціального життя.

Варто зазначити, що чим більше ЗМІ віддалені від потреб та запитів суспільства, а також від громадської думки, тим слабшим стає їхній вплив. Це також негативно позначається на рівні довіри та поваги до таких медіа. У той же час значна кількість політичних груп або лідерів мають власні ЗМІ, які виконують конкретні завдання на їхнє замовлення. Саме тому надзвичайно важливо аналізувати та критично оцінювати зміст і контекст інформації, яку поширюють медіа-канали.

Професійне позиціонування в міжнародних інформаційних потоках та ідентифікація країни в цьому контексті відіграють вирішальну роль у формуванні відносин між державами. Нові риси державної політики формуються переважно під впливом ЗМІ [31]. Створення стійкого позитивного політичного іміджу держави є одним із ключових чинників, що впливають на її міжнародну конкурентоспроможність.

Якщо розглядати зв'язок між іміджем держави та міжнародною конкурентоспроможністю її економіки, можна помітити пряму залежність: чим

позитивніший імідж країни, тим більший обсяг інвестицій, як зовнішніх, так і внутрішніх, вона здатна залучити. Це своєю чергою сприяє підвищенню конкурентоспроможності країни на міжнародних ринках. Наявність позитивного національного бренду значно спрощує і пришвидшує ухвалення рішень щодо інвестування в таку державу.

Позитивний міжнародний імідж країни є важливим фактором для успішного розвитку експортної галузі та залучення іноземних інвестицій у національну економіку. Він фактично стає основою міжнародної конкурентоспроможності країни [17].

Дослідження, проведене *International Trade Forum* з метою аналізу ефективності інвестицій у створення іміджу держави, виявило декілька важливих аспектів. Зокрема, одним із вагомих елементів іміджу країни є сфера туризму, яка є найбільш доступним і важливим шляхом для ознайомлення з країною та її унікальністю. Позитивні асоціації з країною мають критичне значення, а держава в процесі розробки іміджевої програми має бути впевнена в тому, як її сприймають за кордоном. Без достовірної інформації про реальну ситуацію неможливо створити ефективну стратегію для формування національного бренду [3].

Отже, побудова стійкого позитивного іміджу держави з метою покращення її конкурентних позицій на міжнародних ринках є тривалим і трудомістким процесом, що вимагає ретельного планування та кропіткої роботи, а одним з найбільш ефективних інструментів для цього є саме ЗМІ.

1.3 Еволюція ЗМІ як системного чинника політичного процесу

У політичній науці вивчення масової комунікації як соціального явища і чинника політичного процесу почалося з праць таких вчених, як Макс Вебер, який вважав, що комунікація може впливати на соціальні зміни і політичну динаміку. Олександр Тоффлер аналізував роль ЗМІ в постіндустріальному та інформаційному суспільстві, підкреслюючи, що нові технології комунікації змінюють структуру влади та відносини між суспільством і державою. Мішель Фуко також зробив значний внесок, розглядаючи, як масова інформація взаємодіє з владою та як вона може бути інструментом контролю і маніпуляції.

Становлення засобів масової інформації як системного елементу політичного процесу має виразний еволюційний характер, що простежується у переході від друкованих та телевізійних каналів до цифрових платформ. На кожному етапі технологічних змін медіа виконували нові функції: від інформування та мобілізації суспільства під час протестів до формування політичних рішень у період воєнної загрози.

Невід'ємною ознакою правової демократичної держави є забезпечення свободи слова, що є основою для розвитку демократичних інститутів. Свобода інформаційної сфери, право на висловлення думки і право на отримання та поширення інформації без перешкод є основними принципами, що закріплені в конституціях демократичних держав і міжнародних правових актах. Наприклад, Стаття 21 Конституції Італії та Стаття 10 Європейської конвенції з прав людини гарантують свободу преси та право на свободу самовираження.

У демократичних країнах існує тісний зв'язок між владою та суспільством, який забезпечується через механізми зв'язку з громадськістю. Інформація, яку ЗМІ надають громадянам, є важливим елементом для ухвалення соціально-політичних рішень, оскільки вона визначає їх справедливість і дієвість. ЗМІ виконують функцію нагляду за діяльністю органів влади, допомагаючи запобігти корупції та порушенням демократичних норм. У цьому сенсі, ЗМІ виконують роль «ланцюгового пса» держави, контролюючи владу і попереджаючи зловживання.

ЗМІ не тільки інформують громадян, але й формують їхні ціннісні орієнтації, що впливає на громадську думку. Вони є не лише продуктом цієї думки, але й чинником, що її формує, впливаючи на політичні процеси, вибори та інші аспекти демократичного життя. Саме тому їхня роль у демократичному суспільстві є надзвичайно важливою для забезпечення політичної стабільності та розвитку демократичних процесів.

Важливу роль ЗМІ у життєдіяльності суспільства відзначали ще здавна. І. та Я. Паськи зазначають, що в Англії XVII століття друковане слово відігравало значну роль у формуванні вартостей та громадських орієнтирів, оскільки читаюче населення вже тоді складало 60-70 відсотків [30]. К. Дойч, розробляючи проблему ролі комунікації у становленні націй та народів, дійшов висновку, що «процеси комунікації є основою зв'язності суспільств, культур і навіть особистостей» [12]. Вчений вважає, що будь-яка співпраця людей потребує комунікації, і чим більш організоване суспільство, тим більша потреба в комунікації та інформації.

Таким чином, в ідеалі ЗМІ мають відігравати роль комунікативного засобу суспільства та бути єдиною ланкою між громадянським суспільством і державою. Держава є публічною владою, сферою загальних інтересів, а громадянське суспільство – це сфера індивідуальних свобод і приватних інтересів. Між ними розташовуються ЗМІ, роль яких у розбудові демократії є визначальною. Якщо ЗМІ виражають думку інститутів демократії, політичних партій, груп тиску та підносять громадянське суспільство над державою, то це свідчить про наявність розвиненої демократичної держави. Якщо ж ЗМІ сліпо виконують волю владних структур і підкорюють громадянське суспільство державі, то це вже ознаки тоталітарного режиму.

Наявність демократично організованих ЗМІ, здатних об'єктивно висвітлювати політичні події, є однією з найважливіших гарантій стабільності демократичної держави. Основні аспекти участі ЗМІ у забезпеченні відкритості та демократичності суспільства можна виразити наступними тезами:

1. Вони подають інформацію про події, що впливають на повсякденне життя.

2. Подають аналіз подій, встановлюють і розвивають відносини між громадськими організаціями, політичними партіями та неурядовими організаціями.
3. Рекламують певних політичних діячів [48].

Історичний досвід свідчить, що ЗМІ можуть служити не тільки демократичним політичним цілям. Динамічні процеси, що відбуваються в сучасній Україні, віддзеркалюються у суперечливому характері взаємодії політичної та медіа-систем. У сучасному світі умови функціонування ЗМІ є показником розвитку демократії, а модель взаємодії політики і ЗМІ – важливою ознакою політичного режиму. Після проголошення незалежності України преса стала потужним джерелом інформації широкого діапазону та способом вільного вираження думки. На загальнодержавному рівні були закладені політико-правові основи, що відповідають сучасним світовим стандартам для забезпечення функціонування преси на принципах демократії, відповідно до Статті 34 Конституції України, яка зазначає, що «кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб - на свій вибір» [19].

Значна кількість ЗМІ досі перебуває під державним контролем, і тому їх ставлення до дій влади не може бути об'єктивним або критичним. В інформаційному полі України існують ЗМІ, які отримують повну або часткову фінансову підтримку від окремих осіб та політичних організацій, що також впливає на якість їх інформаційної продукції. Серед засновників українських ЗМІ переважають олігархи, які ще не мають достатньої економічної та політичної автономії від президентської влади. На думку вітчизняних журналістів, залежність бізнесменів, здатних утримувати ЗМІ, від влади є значним фактором, який суттєво обмежує свободу слова в Україні.

Незважаючи на досить велике представництво в інформаційному просторі країни недержавних мас-медіа, держава зберігає значну присутність на ринку ЗМІ і має великий вплив на його формування. Це не відповідає досвіду розвинутих демократій і створює потенційні можливості для маніпулювання громадською

думкою. Тиск з боку окремих органів державної влади на опозиційні ЗМІ є чи не найкращою ілюстрацією того, що демократичні перетворення в Україні лише започатковані.

Основними причинами, які гальмують або навіть унеможливають процес набуття українськими ЗМІ належного місця в суспільно-політичній системі, є: економічна залежність ЗМІ від держави, політичних та фінансових угруповань; партійно-клановий диктат, який роз'їдає українську журналістику зсередини; брак в українських журналістів відчуття корпоративної солідарності та професійної згуртованості; несформованість потужного єдиного українського інформаційного простору; географічна обмеженість читацького електорального поля; низька політична культура як політиків, так і журналістів [26].

Очевидно, що створення в Україні правової, демократичної держави неможливе без переходу від інформаційної закритості до інформаційної системи відкритого суспільства, що передбачає нові форми взаємодії держави та громадян. Першою ознакою демократичного суспільства є те, що ЗМІ не залежать від держави та ведуть чесну взаємодію з громадськістю. Саме за таких умов ЗМІ зможуть виконувати роль демократичного чинника на шляху побудови демократичної держави.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Дослідження теоретичних засад функціонування засобів масової інформації (ЗМІ) та їхньої взаємодії з органами державної влади в Україні дозволило визначити ключові концептуальні положення, що розкривають сутність цієї взаємодії та її вплив на суспільно-політичні процеси.

ЗМІ відіграють фундаментальну роль у демократичному суспільстві, виконуючи низку важливих функцій, серед яких основними є інформування громадськості, контроль над діяльністю державних органів, формування громадської думки та політичної культури населення. У цьому контексті медіа виступають посередником між владою та суспільством, забезпечуючи двосторонню комунікацію: з одного боку, вони передають населенню інформацію про діяльність державних органів, а з іншого – артикують суспільні запити та проблеми, спрямовуючи їх до політичних еліт.

Важливим є те, що в демократичних країнах мас-медіа не лише поширюють інформацію, а й беруть активну участь у процесі прийняття політичних рішень, здійснюючи вплив на формування політичного порядку денного. Завдяки своїй здатності мобілізувати громадську думку та привертати увагу до актуальних проблем, ЗМІ можуть впливати на політиків та державних управлінців, сприяючи ухваленню важливих суспільних рішень.

У межах аналізу функцій та ролі засобів масової інформації було встановлено, що медіа виконують як конструктивні, так і деструктивні завдання. З одного боку, вони забезпечують доступ громадян до інформації, сприяють плюралізму думок, контролюють владу, борються з корупцією та зловживаннями. З іншого – за певних обставин можуть використовуватися як інструмент маніпуляції, дезінформації, політичного тиску або пропаганди. Тому особливе значення має створення ефективних механізмів регулювання діяльності ЗМІ, що забезпечуватимуть їхню незалежність та об'єктивність.

У ході дослідження нормативно-правового регулювання діяльності засобів масової інформації було визначено, що в Україні правове поле, яке визначає статус і функціонування медіа, є досить розгалуженим і включає міжнародні та національні

нормативно-правові акти. Серед ключових міжнародних документів слід відзначити Європейську конвенцію з прав людини та основоположних свобод, Конвенцію Ради Європи про доступ до офіційних документів, а також резолюції Організації Об'єднаних Націй та Ради Європи щодо свободи слова та незалежності журналістики.

Національне законодавство України щодо ЗМІ ґрунтується на положеннях Конституції України, Закону України «Про інформацію», Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», Закону України «Про телебачення і радіомовлення», Закону України «Про доступ до публічної інформації» та інших нормативних актів. Ці документи регулюють діяльність друкованих, телевізійних, радіомовних та інтернет-медіа, встановлюють гарантії свободи слова та забороняють цензуру.

Проте аналіз законодавчих норм показав наявність низки проблем, що потребують удосконалення. Зокрема, законодавство містить суперечності щодо визначення меж свободи слова, а також не завжди забезпечує ефективні механізми захисту журналістів від переслідувань та тиску. Крім того, сучасні виклики, зокрема цифровізація інформаційного простору, стрімке поширення соціальних мереж та проблема дезінформації, вимагають розробки нових правових механізмів регулювання, що відповідатимуть сучасним міжнародним стандартам.

Аналізуючи світовий досвід регулювання діяльності засобів масової інформації, варто зазначити, що ефективні системи правового контролю за діяльністю ЗМІ базуються на принципах саморегулювання, незалежності редакційної політики та громадського нагляду. У розвинених демократичних країнах, таких як Велика Британія, Німеччина, США та Франція, функціонують незалежні медійні регулятори, які контролюють дотримання журналістських стандартів, розглядають скарги на порушення та сприяють підвищенню рівня професійної журналістики.

Крім того, значну роль у забезпеченні прозорості та неупередженості роботи медіа відіграють професійні журналістські спілки, що виробляють етичні кодекси та встановлюють стандарти висвітлення суспільно значущих питань. В Україні також існують подібні організації, зокрема Національна спілка журналістів України,

Пресова рада, Комісія з журналістської етики, проте їхній вплив залишається обмеженим через недостатнє правове та фінансове забезпечення.

Окрему увагу слід приділити питанню взаємодії державних органів та ЗМІ. Теоретичний аналіз цього питання дозволив визначити, що комунікація між владою та медіа може відбуватися у різних форматах: через прес-конференції, брифінги, інтерв'ю, офіційні заяви, запити на інформацію та спеціальні інформаційні кампанії. У демократичних країнах ефективна комунікація влади та медіа сприяє зниженню рівня соціальної напруги, підвищенню довіри до державних органів та забезпеченню громадського контролю за діяльністю чиновників.

Водночас в Україні взаємодія державних органів та ЗМІ часто супроводжується проблемами, такими як закритість державних структур, обмеження доступу до інформації, спроби контролю над медіапростором з боку політичних та олігархічних груп. Аналіз правових норм, що регулюють комунікацію між владою та ЗМІ, свідчить про необхідність посилення гарантій відкритості державних органів та створення дієвих механізмів боротьби з інформаційними маніпуляціями.

Таким чином, дослідження теоретичних основ функціонування ЗМІ та їхньої взаємодії з державними органами дозволило зробити низку важливих висновків. Засоби масової інформації відіграють ключову роль у демократичному суспільстві, забезпечуючи доступ громадян до інформації, контролюючи діяльність влади та формуючи політичну культуру населення. Водночас ефективність цієї взаємодії значною мірою залежить від правових умов, у яких функціонують ЗМІ, рівня свободи слова, доступу до публічної інформації та незалежності журналістів.

Аналіз українського законодавства показав, що правове регулювання діяльності ЗМІ потребує подальшого вдосконалення з урахуванням сучасних викликів. Зокрема, важливим напрямом є адаптація національного законодавства до європейських стандартів, розширення гарантій незалежності журналістики та впровадження ефективних механізмів громадського контролю за медіапростором. Враховуючи міжнародний досвід, доцільним є посилення ролі незалежних регуляторних органів, підвищення рівня саморегулювання у журналістському

середовищі та забезпечення відкритого діалогу між владою, громадянським суспільством та засобами масової інформації.

РОЗДІЛ II Трансформація ЗМІ в умовах політичних змін та кризових ситуацій

2.1 Проблематика впливу політизованих засобів масової інформації на громадськість

Політизовані засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, політичних уподобань та суспільної поведінки. В умовах сучасного інформаційного суспільства, де мас-медіа мають безпрецедентний вплив на аудиторію, політично заангажовані джерела інформації часто стають інструментом маніпуляції, що може призводити до дезінформації, поляризації суспільства та навіть соціальних конфліктів.

Прикладом маніпуляції та пропаганди через ЗМІ можна вважати російську інформаційну війну проти України. Маніпуляція інформацією — це навмисне викривлення фактів або їх однобічне подання з метою впливу на сприйняття аудиторії. Політизовані ЗМІ використовують маніпулятивні прийоми для просування певного політичного порядку денного, створення вигідного образу одних політичних сил і дискредитації інших.

Пропаганда — це систематичне поширення інформації, що має на меті змінити або закріпити певні переконання, найчастіше в інтересах держави, політичної партії або ідеології [14].

У поєднанні ці два явища формують суспільні настрої, впливають на вибори, виправдовують дії урядів та мобілізують населення для підтримки певних політичних рішень.

З моменту запровадження воєнного стану в Україні вітчизняний інформаційний простір значною мірою заповнили неправдиві новини, які мають пропагандистський характер і спрямовані на поширення дезінформації серед населення. У більшості випадків така фальшива інформація подається як достовірна і правдива новина. Фейковий контент поширюється не лише через соціальні мережі, а й потрапляє до традиційних засобів масової інформації, таких як телебачення, друковані видання та радіо.

Зокрема, російські пропагандистські медіа систематично генерують і поширюють маніпулятивні повідомлення, які охоплюють широкий спектр тем, однак

переважно вони зосереджені на дискредитації українських військових та дискримінації внутрішньо переміщених осіб, змушених залишити свої домівки через активні бойові дії. Кремлівські засоби масової інформації у своїх публікаціях навмисно формують негативний образ Збройних сил України, намагаючись підірвати їхню репутацію та створити недовіру до них серед української громадськості та міжнародної спільноти.

Окрім загальнонаціональних фейків, які розраховані на широке коло читачів і спрямовані на дезінформацію населення всієї країни, значна кількість неправдивих повідомлень циркулює і в регіональному медіапросторі. Протягом короткого проміжку часу можна знайти велику кількість таких новин, які розповсюджуються через різні засоби масової комунікації, зокрема у соціальних мережах, таких як Facebook і Telegram, а також навіть на новинних сайтах. Основна тематика цих повідомлень переважно пов'язана з війною, яка почалася 24 лютого 2022 року.

У перші тижні після повномасштабного вторгнення через різноманітні канали комунікації, зокрема групи у Viber, чати та Telegram-канали, масово почали поширювати повідомлення про нібито ворожі літаки, що перевозять російський десант, про діяльність диверсійно-розвідувальних груп, а також про сховану зброю в релігійних спорудах. Проте, як згодом стало зрозуміло, ця інформація не відповідала дійсності, однак її вже встигли передати між собою значна кількість людей, зокрема жителі Волині, і частина з них піддалася паніці.

У серпні 2024 року в соціальних мережах, зокрема в Telegram-каналах, активно поширювалася інформація про нібито термінову потребу в донорській крові для поранених, які перебувають у Сумській обласній клінічній лікарні. У повідомленнях йшлося про те, що кров необхідна для пацієнтів, які нібито постраждали внаслідок бойових дій у Курській області. Ці заклики супроводжувалися скріншотами, що імітували офіційні оголошення лікарні, та наголошували на необхідності негайного реагування громадян, що могло викликати паніку та дезорганізацію серед населення.

Аналіз поширених повідомлень засвідчив їхню неправдивість. Насамперед, перевірка офіційних джерел не підтвердила оприлюдненої інформації. Офіційний сайт Сумської обласної клінічної лікарні, її сторінки у соціальних мережах, а також

канал на платформі YouTube не містили жодних згадок про таку потребу. Крім того, організація Донор.UA, яка акредитована Міністерством охорони здоров'я України та відповідає за координацію донорства крові в країні, також не оприлюднювала жодних термінових звернень щодо нестачі крові у Сумській області у зазначений період.

Детальніша перевірка цього випадку виявила кілька інших ознак маніпуляції. У реальності забір крові в Україні здійснюють регіональні центри служби крові та акредитовані медичні установи, а не звичайні лікарні. У Сумській області цією функцією займається спеціалізований обласний центр служби крові, а не клінічна лікарня, яка нібито звернулася із таким закликом. Важливим доказом фальсифікації стало те, що фото оголошення, яке використовувалося у дезінформаційній кампанії, було взяте з відкритих джерел і не мало жодного відношення до ситуації. Насправді, це зображення розкладу дня пацієнтів отоларингологічного відділення, яке було опубліковане на платформі Google Maps ще у 2019 році. Фальсифікатори використали цю фотографію та додали вигаданий текст, який мав створити ілюзію термінового офіційного звернення лікарні.

Офіційна адміністрація Сумської обласної клінічної лікарні оперативно відреагувала на ситуацію, заявивши, що заклад не розміщував жодних оголошень про потребу в донорській крові. Представники медичного закладу запевнили, що інформація, поширена в соціальних мережах, є фейковою та жодним чином не відповідає дійсності.

Цей випадок ще раз доводить, що інформаційні маніпуляції можуть бути надзвичайно витонченими і використовувати не лише текстові повідомлення, а й візуальні фейки. Подібні методи дезінформації спрямовані на створення соціальної напруги, паніки та зниження довіри до офіційних державних структур і медичних установ. В умовах війни та інформаційного протистояння особливо важливо перевіряти інформацію через офіційні джерела та не піддаватися на емоційні маніпуляції, які можуть завдати шкоди як окремим громадянам, так і державі в цілому [47].

Якщо розглянути особливості поширення подібних фейкових повідомлень крізь призму критичного мислення, можна помітити в них яскраві ознаки

неправдивості. Передусім це апеляція до емоційної складової через використання специфічних мовних маркерів, таких як "увага", "це важливо", "термінова потреба". У тексті також містився характерний для подібних вкидів заклик до негайного поширення інформації, зокрема фрази на кшталт "киньте це всім, у всі можливі групи". Одним із явних показників маніпулятивності таких повідомлень є низький рівень мовної культури, що проявляється у порушеннях орфографічних і стилістичних норм. Окрім того, тексти фейків часто мають нестандартний формат оформлення, включаючи використання різних шрифтів, надмірну кількість знаків оклику та запитань або ж їхнє некоректне розміщення.

Основна мета таких ворожих інформаційних кампаній полягала не лише у створенні панічного настрою серед українського населення через інформацію про велику кількість поранених, але й у тому, щоб дезорганізувати роботу відповідних державних служб. У цьому контексті важливо звертатися до пояснень експертів, оскільки їхні коментарі дозволяють швидко ідентифікувати неправдиву інформацію. Наприклад, фахівці наголошують, що "термінова та гостра потреба у крові через нестачу певної групи або резус-фактора не виникає ніколи".

У перші дні повномасштабної війни також поширювалися неправдиві повідомлення про нібито "волонтерські дрони", які літали над Волинською областю, хоча представники правоохоронних органів підтвердили, що у цьому регіоні в умовах воєнного часу було введено заборону на використання будь-яких приватних літальних апаратів. Крім того, в інформаційному просторі ширилася дезінформація про так звані "навчальні сирени", однак ці повідомлення оперативно спростували [45].

Одним із найяскравіших прикладів фейкових новин стали чутки про необхідність негайного демонтажу супутникових антен, встановлених на дахах будинків, через те, що нібито російські окупанти можуть використовувати їх для отримання розвідувальних даних. У Києві також активно поширювалося твердження, що ці антени слугують цілевказівниками для ворожих літаків. Проте пресслужба СБУ у Волинській області виступила із заявою, що такі повідомлення є дезінформацією і не відповідають дійсності.

Однією з найпоширеніших тем фейкових новин у регіональному інформаційному просторі стала тема ймовірного вторгнення Білорусі на територію України, особливо в напрямку Західних областей. Постійні військові навчання, які Білорусь проводить біля кордону з Волинською та Рівненською областями, викликають занепокоєння, і ця ситуація часто використовується для створення інформаційних маніпуляцій. Під час повітряних тривог Telegram-канал "Беларускі гаюн" публікував повідомлення про вильоти винищувачів і переміщення військової техніки. Окремі автори новинного контенту навіть створили Telegram-канал під назвою "Чи Білорусь напала на Україну?", що свідчить про цілеспрямовану експлуатацію цієї теми для інформаційного впливу.

У березні 2022 року мешканці Волині поширювали панічні чутки про те, що нібито з Білорусі до України рухається група диверсантів. Повідомлення було оформлене у стилістиці, типовій для фейкових новин, із використанням закликів "увага", "оперативна інформація", "терміново", а також рекомендацій "поширити у всі групи" та "звернутися до поліції". Згодом СБУ офіційно спростувала ці дані, наголосивши, що серед затриманих диверсантів майже всі були громадянами України, а не представниками білоруських спецслужб [39].

Подібних дезінформаційних повідомлень у перші тижні війни було надзвичайно багато, і навіть через кілька місяців після запровадження воєнного стану їхня кількість не зменшилася.

Також основною метою політизованих медіа можна з упевненістю вважати вплив на виборчий процес, про це свідчить приклад з 2016 року, США. Скандал із компанією "Cambridge Analytica" став одним із найбільших випадків втручання у виборчий процес за допомогою соціальних мереж. Це була приватна британська компанія, яка спеціалізувалася на аналізі даних та політичному консалтингу, використовуючи великі обсяги інформації про користувачів для створення персоналізованих політичних кампаній.

У 2014 році Олександр Коган, дослідник із Кембриджського університету, створив додаток для Facebook під назвою *This Is Your Digital Life*. Цей додаток позиціонувався як психологічний тест, який нібито допомагав визначити особистісні

характеристики користувачів. Його встановили приблизно 270 тисяч осіб, однак через особливості Facebook API на той час додаток мав доступ не лише до даних цих користувачів, а й до їхніх друзів у соцмережі [65].

Таким чином, компанія Cambridge Analytica незаконно отримала особисту інформацію приблизно 87 мільйонів користувачів Facebook, включаючи дані про їхні вподобання, активність у соцмережах, рівень освіти, життєві цінності, політичні погляди тощо.

Cambridge Analytica застосувала психографічний аналіз – метод аналізу даних, який дозволяє сегментувати людей на основі їхніх психологічних та поведінкових характеристик. Вони розділили виборців США на групи залежно від їхніх уподобань, страхів, інтересів і навіть рис особистості, після чого почали впливати на них через таргетовану політичну рекламу.

Основний принцип роботи Cambridge Analytica полягав у тому, щоб ідентифікувати виборців та підштовхнути їх до підтримки Дональда Трампа через:

- **Створення персоналізованої реклами** – повідомлення, адаптовані під конкретні типи особистості, що зачіпали їхні страхи або переконання.
- **Дискредитацію політичних опонентів** – масовану інформаційну кампанію проти Гіллари Клінтон, що включала маніпулятивні матеріали, фейкові новини та перебільшення скандалів, пов'язаних із нею.
- **Мікротаргетинг** – точкове розміщення реклами для вузьких аудиторій, які могли змінити своє рішення перед виборами.

Наприклад, Cambridge Analytica виявила, що виборці, які мали високий рівень консервативності та підтримували Другу поправку до Конституції (право на носіння зброї), були вразливими до меседжів про те, що демократи планують "відібрати зброю в громадян". Таким людям у Facebook почали показувати політичну рекламу із закликами голосувати за Трампа, який нібито "гарантував збереження права на зброю" [55].

Cambridge Analytica та пов'язані з нею структури створювали або поширювали неправдиву інформацію, яка підсилювала суспільну поляризацію та впливала на політичні настрої.

Один із найвідоміших фейків – історія про "Pizzagate". У соціальних мережах поширювалася конспірологічна теорія, згідно з якою виборчий штаб Гіллари Клінтон був пов'язаний із підпільною мережею педофілії, що діяла з підвалу піцерії у Вашингтоні. Хоча ця інформація була повністю сфальсифікована, вона стала настільки популярною, що один із прихильників Трампа навіть увірвався до ресторану зі зброєю, щоб "звільнити дітей" [58].

Іншим популярним наративом, що активно просувався через соціальні мережі, було твердження, що Гіллари Клінтон "хвора на невиліковну хворобу" і фізично не зможе виконувати обов'язки президента.

Cambridge Analytica також запускала рекламу, що експлуатувала расову тематику. Наприклад, в афроамериканських спільнотах активно просували повідомлення, які переконували людей, що демократам не можна довіряти, що вибори "не мають значення" і що краще взагалі не йти на голосування.

На президентських виборах у листопаді 2016 року Дональд Трамп переміг Гіллари Клінтон, хоча соціологічні опитування прогнозували інший результат. Значну роль у цьому зіграв ефективний цифровий вплив на виборців через маніпулятивну рекламу та соціальні мережі [64].

У 2018 році колишній співробітник Cambridge Analytica Крістофер Вайлі виступив із викривальними заявами про незаконне використання даних Facebook. Розслідування підтвердило, що компанія незаконно отримала особисті дані 87 мільйонів користувачів і використала їх для впливу на вибори [75].

Скандал спричинив масштабне розслідування в США та Великій Британії. Facebook було оштрафовано на 5 мільярдів доларів за порушення правил захисту особистих даних. Cambridge Analytica припинила свою діяльність у 2018 році, проте деякі її колишні працівники створили нові компанії з аналогічною діяльністю.

Після скандалу Facebook суттєво змінив політику конфіденційності та ввів обмеження щодо збору даних. Зокрема, було запроваджено жорсткіші правила для політичної реклами та можливість користувачів переглядати, хто фінансує певні рекламні оголошення.

Скандал, пов'язаний із діяльністю компанії *Cambridge Analytica*, набув глобального резонансу у зв'язку з використанням персональних даних користувачів соціальної мережі Facebook для впливу на виборчі процеси у різних країнах світу. Використання інформації, зібраної цією компанією, дозволяло здійснювати мікротаргетинг політичної реклами та створювати маніпулятивні інформаційні кампанії, які могли вплинути на електоральні процеси у Сполучених Штатах Америки, Великій Британії та інших державах, зокрема в Україні.

Значний інтерес викликає діяльність *Cambridge Analytica* та її материнської компанії *Strategic Communication Laboratories* в Україні. Згідно з інформацією, представленою на сайті компанії, її проекти в Україні розпочалися ще у 2004 році. SCL стверджувала, що відіграла роль у політичних процесах того періоду, зокрема у перемозі Віктора Ющенка на президентських виборах. Однак у подальшому з'ясувалося, що надана компанією інформація містила суттєві фактологічні помилки, наприклад, помилкове твердження про те, що Оранжева коаліція звернулася до них після розпуску Верховної Ради у 2004 році, хоча цей парламент був розпущений лише у 2007 році [41].

Подальші свідчення про діяльність SCL в Україні стосуються розробки стратегій інформаційного впливу на населення окупованих територій. Повідомлялося, що компанія була залучена до аналізу суспільних настроїв у Донецьку, досліджуючи рівень підтримки центрального уряду України в регіоні. Аналітичні висновки, зроблені фахівцями SCL, вказували на низький рівень підтримки українського уряду серед місцевого населення. За результатами цього дослідження компанія розробила рекомендації щодо проведення локальних інформаційних кампаній, які мали на меті ослаблення позицій самопроголошеної "Донецької народної республіки". Передбачалося, що ці аналітичні матеріали були передані в Офіс Президента України та Міністерство оборони Великої Британії [28].

Додатковим аспектом, що підкреслює методи роботи *Cambridge Analytica*, є приховане відео, в якому тодішній директор компанії Олександр Нікс обговорював можливі методи дискредитації політичних опонентів. У якості одного з прикладів він згадував можливість використання тактики "глибокого копання" компрометуючої

інформації, включаючи потенційне залучення "українських жінок" для створення компрометуючих ситуацій навколо кандидатів.

Технологічною основою діяльності Cambridge Analytica став психологічний аналіз виборців, що проводився через мобільний додаток *This is Your Digital Life*, створений професором Кембриджського університету Олександром Коганом. Цей додаток був представлений як інструмент для визначення психологічного профілю користувачів на основі їхніх дописів у Facebook, особистих даних, а також реакцій на контент інших користувачів. Найбільш критичною проблемою цього додатку стало те, що він отримував доступ не лише до інформації користувачів, які його встановили, але й до даних їхніх друзів у соціальній мережі. Загалом доступ до конфіденційних відомостей був отриманий щодо понад 200 мільйонів осіб.

Згодом компанія Cambridge Analytica стверджувала, що, виконуючи вимогу Facebook, вона негайно видалила всю отриману інформацію. Однак скандал набув значного масштабу, оскільки американські та європейські політики почали вимагати пояснень від засновника Facebook Марка Цукерберга щодо збору та використання персональних даних користувачів. У результаті було організовано слухання в Конгресі США, британському парламенті та Європарламенті, де розглядали питання щодо зловживань конфіденційною інформацією та втручання у демократичні процеси [53].

Цей випадок став одним із найгучніших прикладів зловживань персональними даними в цифрову епоху, що призвело до серйозних змін у політиці конфіденційності Facebook та посилення міжнародного контролю над використанням особистої інформації користувачів у політичних цілях.

Проблематика впливу політизованих засобів масової інформації на громадськість є надзвичайно актуальною в сучасному інформаційному суспільстві, оскільки вона безпосередньо впливає на формування суспільної свідомості, політичних уподобань та соціальної поведінки громадян. Використання ЗМІ як інструменту політичного впливу відбувається через комплекс маніпулятивних технологій, які дозволяють змінювати сприйняття реальності, створювати вигідні

політичним акторам наративи та мобілізувати населення для підтримки певних ідей або політичних рішень.

Загалом політизовані засоби масової інформації використовують низку методів маніпуляції, що дають змогу здійснювати ефективний вплив на громадську думку. Одним із ключових методів є вибірковість подачі інформації, коли певні факти замовчуються або подаються у викривленому вигляді, що дозволяє змінювати загальне сприйняття подій. Наприклад, російські державні ЗМІ систематично представляють збройний конфлікт в Україні як "спеціальну військову операцію", що дозволяє легітимізувати агресію в очах внутрішньої аудиторії.

Ще одним дієвим методом є апеляція до емоцій, коли інформаційні повідомлення формулюються так, щоб викликати страх, гнів або обурення. Цей підхід активно застосовується у фейкових новинах, які містять слова-маркери, такі як "сенсація", "терміново", "шок", що сприяє швидкому поширенню неправдивої інформації. Наприклад, під час перших тижнів повномасштабної війни в Україні масово розповсюджувалися чутки про "висадку російського десанту" чи "зброю у релігійних спорудах", що викликало паніку серед населення.

Також ефективним методом є стратегічне використання фейкових новин, коли створюються інформаційні "вкиди", спрямовані на дискредитацію певних осіб або політичних сил. Одним із найбільш відомих прикладів цього є історія про "Pizzagate", поширена під час виборів у США 2016 року, коли соціальні мережі заповнили неправдиві твердження про причетність штабу Гіллари Клінтон до нелегальних схем. Ця маніпуляція, попри свою абсурдність, мала серйозні наслідки, оскільки частина виборців повірила в правдивість інформації.

Додатково слід зазначити ефективність мікротаргетингу, який використовується в політичному контексті для персоналізованого впливу на громадян. Цей метод ґрунтується на зборі великих масивів даних про поведінку користувачів в інтернеті, що дозволяє створювати психологічні профілі виборців і таргетувати на них повідомлення, які враховують їхні страхи, переконання та цінності. Саме завдяки цій технології Cambridge Analytica змогла змінити політичну

поведінку мільйонів громадян, що мало безпрецедентний вплив на демократичні процеси у США та Великій Британії.

Значного поширення набув також метод інформаційної ізоляції, коли аудиторія отримує новини лише з контрольованих джерел, що виключає альтернативні погляди. Ця технологія є особливо ефективною в авторитарних державах, де незалежні медіа перебувають під забороною або цензурою. Прикладом може бути інформаційна політика Китаю, де більшість новинних платформ знаходиться під повним контролем уряду, а доступ до міжнародних джерел обмежений.

Особливо небезпечним є формування інформаційних "бульбашок", коли алгоритми соціальних мереж підбирають для користувачів контент, що відповідає їхнім вже сформованим поглядам, виключаючи альтернативні точки зору. Це посилює поляризацію суспільства та зменшує здатність громадян критично оцінювати інформацію.

Отже, політизовані засоби масової інформації відіграють визначальну роль у процесі формування суспільної свідомості та можуть бути використані як ефективний інструмент маніпуляції громадською думкою. Використовуючи методи вибіркової подачі фактів, емоційного впливу, створення фейкових новин, мікротаргетингу, інформаційної ізоляції та алгоритмічної сегментації аудиторії, вони здатні значною мірою змінювати політичні уподобання громадян і навіть впливати на результати виборів. У демократичних суспільствах це створює виклики щодо забезпечення чесності виборчих процесів, збереження свободи слова та формування медіаграмотності серед населення. З огляду на це, критичне ставлення до отримуваної інформації, використання перевірених джерел та вдосконалення механізмів протидії дезінформації є ключовими завданнями сучасного інформаційного суспільства.

2.2 Методи функціонування засобів масової інформації під час дії воєнного стану в Україні

Російсько-українська війна значно змінила умови роботи засобів масової інформації (ЗМІ) та поставила під питання безпеку журналістів, доступ до інформації та об'єктивність висвітлення подій. В умовах воєнного стану ЗМІ стали не лише важливим каналом комунікації, але й основним інструментом підтримки морального духу нації, а також мають суттєвий вплив на міжнародні політичні процеси.

З одного боку, війна в Україні створила численні загрози для журналістів. Під час виконання своїх професійних обов'язків журналісти зустрілися з реальними ризиками для життя та здоров'я, включаючи захоплення та напади з боку окупаційних сил. Протягом 2022 року загинули понад 20 журналістів, і ще більше зазнали поранень. Ці трагедії демонструють, наскільки небезпечно працювати в умовах збройного конфлікту, і як високі ризики для безпеки тих, хто висвітлює війну.

З іншого боку, медіапрацівники стикаються з обмеженнями, які накладаються через військові та політичні обставини. В умовах війни часто виникають обмеження доступу до передової та конфіденційної інформації. Крім того, деякі ЗМІ знаходяться під контролем держави або залежні від певних політичних груп, що може впливати на об'єктивність подачі новин. Це створює серйозну проблему для інформаційного поля країни, особливо в умовах війни, коли кожен повідомлення може мати важливі наслідки.

Окрім того, війна підсилює проблему дезінформації та маніпуляцій, коли ЗМІ використовуються для просування політичних наративів або пропаганди. Це явище є особливо актуальним для України, де війна створює великий простір для маніпулювання громадською думкою через медіа. У цьому контексті важливо підтримувати незалежні медіа, які здатні забезпечити достовірну та об'єктивну інформацію, щоб уникнути маніпуляцій.

Водночас, міжнародні організації розробили численні документи, які визначають права та обов'язки журналістів під час збройних конфліктів, щоб захистити їхню безпеку і підтримати високі стандарти етики в умовах війни. Проте

навіть з існуючими нормами журналісти в Україні та інших країнах, що переживають збройні конфлікти, зіштовхуються з великими викликами.

Таким чином, російсько-українська війна піднімає важливі питання щодо діяльності ЗМІ в умовах бойових дій, зокрема про безпеку журналістів, їхній доступ до інформації, а також об'єктивність і незалежність медіа.

Згідно з міжнародним правом, журналісти, які працюють у зонах збройних конфліктів, мають захист, що забезпечується міжнародним гуманітарним правом. Журналісти поділяються на кілька груп залежно від їхнього статусу та ролі в збройному конфлікті. До першої категорії належать військові кореспонденти, які висвітлюють події на фронті. До другої групи входять журналісти, що вирушають у зони збройних конфліктів для виконання своїх професійних обов'язків, часто з великим ризиком для життя. Третя категорія — це журналісти, відряджені до військових частин. Окрім того, існує ще одна група — незалежні журналісти, які можуть висвітлювати події в зоні конфлікту без належності до вище згаданих категорій, і в такому разі вони користуються міжнародним захистом як цивільні особи [72].

Регулювання діяльності ЗМІ під час війни проводиться згідно з рядом міжнародних документів, які розвивалися протягом багатьох років. Перші спроби створення міжнародних правових норм щодо діяльності ЗМІ були зроблені наприкінці XIX століття, зокрема через зустрічі, організовані урядами різних країн і професійними організаціями журналістів. Одним із значних кроків стало проведення міжнародних конгресів у США та Бельгії в 1893 році, на яких обговорювали умови праці журналістів та їхню роль на міжнародній арені. Однак ці зусилля не призвели до конкретних міжнародних рішень [61].

Водночас, обговорення прав журналістів в умовах війни не обмежувалося лише періодом кінця XIX століття. Наприклад, Кодекс Лібера 1863 року, який визначав норми ведення сухопутних воєн, також включав правила, що стосуються діяльності ЗМІ під час збройних конфліктів. Стаття 50 цього кодексу зазначала, що журналісти, які супроводжують армію, можуть бути захоплені і розглядатися як військовополонені, якщо потрапляють у полон. Подібні положення згодом були

включені до Гаазьких конвенцій 1899 і 1907 років, які також визначали статус журналістів як осіб, які йдуть за армією, але не є частиною її складу [60].

Згодом, після Першої світової війни, міжнародне правове регулювання щодо захисту журналістів під час збройних конфліктів продовжувалося, зокрема через ініціативи Ліги Націй. У 1927 році була проведена конференція експертів у сфері преси, на якій ухвалили ряд резолюцій щодо захисту журналістів. Однак ці зусилля не увінчалися успіхом, оскільки їх було перервано новою світовою війною [IV Конвенція про закони і звичаї війни на суходолі та додаток до неї: Положення про закони і звичаї війни на суходолі (1907). Верховна Рада України. Законодавство України].

Отже, діяльність журналістів у збройних конфліктах тривалий час залишалася в межах міжнародних дискусій і правових ініціатив, що зрештою призвело до прийняття основних положень, які гарантують їм захист у рамках міжнародного гуманітарного права.

Після завершення Другої світової війни міжнародне співтовариство активно зайнялося розвитком норм захисту журналістів у збройних конфліктах, зокрема через діяльність Організації Об'єднаних Націй. Одним із важливих кроків стала підготовка проекту Конвенції, в якому пропонувалося включити кілька статей для забезпечення особливого захисту журналістів. Зокрема, стаття 2 проекту передбачала, що національні уряди повинні видавати журналістам спеціальні посвідчення особи. Стаття 10 зазначала, що сторони конфлікту повинні вживати всіх необхідних заходів для захисту журналістів.

Після розробки Женевських конвенцій 1949 року журналісти були класифіковані як цивільні особи, тобто люди, які не беруть активної участі в бойових діях, зокрема й військові кореспонденти. Однак військові кореспонденти виділялися тим, що, хоча й супроводжували армії, не входили до складу збройних сил. Вони мали особливий статус і могли бути захоплені під час воєнних дій, тоді як цивільні особи, зокрема журналісти, не повинні були бути захоплені або піддаватися нападам відповідно до четвертої Женевської конвенції [11].

Незважаючи на ці захисні норми, існували значні проблеми, пов'язані з особливим статусом журналістів у збройних конфліктах, оскільки їхня діяльність, зазвичай, була більш пов'язана з конфліктом, ніж діяльність звичайних мирних жителів. Це призводило до прогалин у юридичному та практичному забезпеченні захисту журналістів.

Великий внесок у розробку правових норм захисту журналістів зробили міжнародні неурядові організації (МНУО). Одним із перших значних кроків було проведення з'їзду Міжнародної федерації головних редакторів у 1957 році, на якому було розглянуто питання безпеки журналістів. Проте, після цього питання було передано на розгляд Міжнародної комісії юристів у 1967 році. Проект було обговорено та змінено на семінарі в Женеві в 1968 році, на якому представники журналістів та інших організацій, таких як Міжнародний комітет Червоного Хреста, мали змогу подати свої зауваження [67].

Кульмінацією цих зусиль став конгрес Міжнародної федерації шеф-редакторів, який відбувся в травні 1968 року у Монтекатіні (Франція). На цьому засіданні було ухвалено попередній проект Конвенції про захист журналістів у небезпечних відрядженнях, що передбачав утворення міжнародного Комітету з захисту журналістів у небезпечних місіях. Цей орган мав би бути незалежним і включати організації ЗМІ, які перебувають під егідою ООН. Проте, незважаючи на ретельне обговорення і розробку цього проекту, він так і не був переданий до ООН для подальшого розгляду [63].

Наступною важливою спробою міжнародних неурядових організацій (МНУО) у сфері захисту журналістів під час збройних конфліктів стала реакція на міжнародну трагедію 1970 року, коли сімнадцять журналістів зникли в Камбоджі. У тому ж році Міжнародний інститут преси провів дві наради, на яких були присутні представники організацій ЗМІ, а також Міжнародної асоціації юристів-демократів, ЮНЕСКО та Міжнародного інституту з прав людини. Ці засідання сприяли створенню Міжнародного Професійного комітету з питань безпеки журналістів. Однак цей план був припинений у 1975 році через відсутність консенсусу серед країн.

9 грудня 1970 року, після звернення Генерального секретаря, Генеральна Асамблея ООН ухвалила Резолюцію щодо захисту журналістів, які перебувають у небезпечних місіях. Ця резолюція стала основою для подальших розробок. Комісії з прав людини було передано попередній проект Конвенції про захист журналістів, який був створений переважно організаціями професійних журналістів. Під час дипломатичної конференції було запропоновано нову статтю для включення до проекту Додаткового протоколу I до Женевських конвенцій 1977 року — Стаття 79 «Заходи захисту журналістів». Вона закріпила статус журналіста як цивільної особи, захищеної міжнародним гуманітарним правом, і підтвердженням цього є спеціальне посвідчення, яке є зразком у додатку до Протоколу. Це посвідчення стало найбільшим досягненням прийняття Додаткового протоколу. Проте, після цього активність ООН щодо захисту ЗМІ у збройних конфліктах значно зменшилася [44].

Тільки у 1989 році Підкомісія із запобігання дискримінації та захисту національних меншин почала розглядати це питання. Один з її членів, В. Саді, вніс на розгляд проект резолюції щодо захисту преси, проте Підкомісія не ухвалила його, відтермінувавши процес до наступної сесії. Це стало останньою спробою офіційного розгляду питання захисту журналістів під егідою ООН.

ЮНЕСКО також активно долучалася до розробки міжнародно-правових норм щодо забезпечення діяльності ЗМІ у збройних конфліктах. Вперше це питання було розглянуте на колоквіумі в Флоренції (Італія) у квітні 1977 року, під час якого було складено робочий документ, що підкреслював необхідність забезпечення захисту журналістів у небезпечних місіях. У 1978 році на двадцятій сесії Генеральної асамблеї ЮНЕСКО була ухвалена Декларація про основні принципи щодо вкладу ЗМІ у зміцнення миру, прав людини та боротьбу з расизмом і підбурюванням до війни. Одним з пунктів цієї декларації була заява про важливість забезпечення найкращих умов для роботи журналістів і гарантування їх захисту в умовах небезпечних місій [73].

Протягом наступних років ЮНЕСКО продовжувала піднімати це питання, зокрема через консультативні наради між Міжнародною організацією журналістів і Міжнародною федерацією журналістів, що проходили в Парижі у 1980 році, а також

через зустрічі організацій ЗМІ в Мексиці в тому ж році. Це завершилось ухваленням документа, який закликав Генеральну Асамблею ООН розібратися в причинах невдач попередніх спроб і визначити подальші кроки для вирішення цієї проблеми.

Після завершення доби "холодної війни" сталися значні зрушення в діяльності ООН, на які закликали зустрічі організацій ЗМІ. Одним із важливих кроків стало ухвалення Резолюції 1738 Ради Безпеки ООН у 2006 році. Ця резолюція нагадує сторонам збройних конфліктів, як державним, так і недержавним, про їх зобов'язання не лише поважати та захищати журналістів і працівників ЗМІ, а й запобігати насильству, боротися з безкарністю та забезпечувати захист обладнання ЗМІ [Resolution 1738 adopted by the Security Council at its 5613th meeting (2006). Security Council Report. Retrieved from <https://cutt.ly/OwXUvINj>].

Резолюція 1738 стала продовженням і підтвердженням попередніх зусиль, таких як Резолюція 1265 Ради Безпеки ООН, яка розглядала питання захисту цивільних осіб у збройних конфліктах, зокрема біженців. Відповідно до міжнародного гуманітарного права журналісти у військових конфліктах підпадають під захист як цивільні особи (виняток становлять лише військові кореспонденти) [68].

У квітні 2006 року РБ ООН також ухвалила Резолюцію 1674, яка підтримує загальний принцип, що навмисний напад на цивільних осіб, зокрема журналістів, є грубим порушенням міжнародного гуманітарного права [69].

Ще одним важливим документом стала Резолюція 2222, прийнята РБ ООН 27 травня 2015 року. Вона акцентує увагу на "особливих ризиках", яким піддаються журналістки та працівниці ЗМІ під час виконання своєї роботи, закликаючи враховувати гендерні питання та небезпеки в заходах із гарантування безпеки журналістів під час збройних конфліктів. Ця Резолюція була ухвалена після жорстокого нападу на військового репортера телеканалу CBS на майдані Тахрір у Каїрі у 2011 році [70].

ЮНЕСКО підтвердила важливість захисту журналістів у небезпечних зонах у своїй Медельїнській декларації про безпеку журналістів і боротьбу з безкарністю, ухваленій у травні 2007 року. Цей документ розширює межі захисту журналістів у небезпечних зонах за межі Женевських конвенцій 1949 року [66].

У 2022 році, у партнерстві з ЮНЕСКО, організація "Репортери без кордонів" опублікувала нове видання посібника з безпеки для журналістів, що є важливим ресурсом для репортерів у зонах високого ризику. Посібник був вперше опублікований у 1992 році і з того часу кілька разів оновлювався. Він доступний також на французькій, іспанській, арабській та українській мовах [70].

12 квітня 2012 року ООН ухвалила План дій щодо безпеки журналістів і проблеми безкарності. Цей план є координованим міжвідомчим механізмом, що спрямований на посилення захисту представників ЗМІ. Генеральна Асамблея ООН 18 грудня 2013 року ухвалила Резолюцію 68/163, яка проголосила 2 листопада Міжнародним днем припинення безкарності за злочини проти журналістів і поклала на ЮНЕСКО відповідальність за координацію реалізації цього плану.

Згідно з Резолюцією 68/163, журналісти та працівники ЗМІ, що працюють у зонах збройного конфлікту, розглядаються як цивільні особи, і тому вони мають право на захист та повагу. Резолюція засуджує насильство проти журналістів і закликає держави-члени ООН створити умови, які б дозволяли журналістам працювати незалежно і без тиску.

Рада Європи також внесла свій вклад у формування нормативно-правової бази захисту ЗМІ у збройних конфліктах, оприлюднивши низку документів, таких як Декларація про захист журналістів у умовах конфліктів і тиску (1996), Рекомендація щодо захисту журналістів в умовах конфлікту і тиску (1996), а також Резолюція Парламентської Асамблеї Ради Європи № 1438 (2005) і № 2053 (2015), що стосуються свободи преси і безпеки журналістів у зонах конфліктів [54].

Нарешті, Міжнародна декларація щодо безпеки журналістів, представлена в Женеві у грудні 2015 року з участю 70 медійних організацій, підкреслює важливість збільшення усвідомленості серед журналістів, редакцій та медіа-організацій щодо безпеки і використання механізмів для оцінки та контролю ризиків, що стоять перед представниками ЗМІ [62].

2.3 Вплив медіатизації політики та політизації засобів масової інформації на сучасний політичний процес в Україні.

Політичні процеси в Україні також демонструють виразну еволюційність, яка прискорилося під впливом воєнного стану та загального інформаційного тиску. Якщо до 2022 року основні зміни стосувалися політизації ЗМІ та зростання ролі соціальних мереж, то після початку повномасштабної агресії структура комунікацій змінилася кардинально. Стратегічні комунікації стали елементом безпеки, підвищилась роль державних каналів інформування та зросла потреба суспільства в достовірних даних. Цей процес є частиною ширшої еволюції політичної взаємодії між державою, медіа та громадянами.

Сучасне розуміння поняття «медіафактор» охоплює широкий спектр впливових чинників, що визначають взаємодію між засобами масової інформації та політичним середовищем. Водночас враховується вплив політичних інтересів та стратегічних цілей на розвиток медійного простору, зокрема фінансове забезпечення ЗМІ та процеси формування змістового наповнення медіаконтенту. Дані фактори діють не лише як інструменти впливу, а й як наслідки взаємозалежності між політичною владою та медіа.

Насамперед варто наголосити на тому, що комерціалізація медіасфери та політичного простору є визначальним явищем сучасної інформаційної екосистеми. У ситуації, коли переважають комерційні моделі функціонування засобів масової інформації, основні соціальні функції ЗМІ, такі як комунікативна, організаційно-мобілізаційна, ідеологічно-виховна, культурно-просвітницька та соціалізаційна, відступають на другий план перед домінантною стратегією максимізації фінансового прибутку. У такому разі інформативна та освітня функція журналістики втрачає першочергове значення, поступаючись місцем ринковим механізмам отримання прибутку. Внаслідок цього ЗМІ перетворюються на комерційні підприємства, ефективність яких оцінюється не за якістю наданої інформації, а за фінансовими результатами.

Комерціалізація медіа спричинила розвиток феномену олігархізації медійного простору, що особливо характерно для перехідних суспільств. Отриманий у такому

середовищі прибуток оцінюється не лише за економічними показниками, а й через політичний капітал, який може включати рейтинги політичних партій, електоральні перемоги, ухвалення вигідних політичних рішень, а також нормативно-правові зміни. У таких умовах процес прийняття рішень нерідко супроводжується конфліктом інтересів, коли посадові особи або суб'єкти політичної влади використовують своє службове становище для отримання особистої вигоди, зокрема через корупційні механізми, непрозорі схеми фінансування та лобіювання приватних інтересів.

Як один із проявів цієї тенденції, раніше було поширене використання ЗМІ як засобу політичної підтримки та реклами власників телеканалів, що мали тісні зв'язки з певними партіями або політичними діячами. У результаті медіаресурси стають не стільки незалежними джерелами інформації, скільки інструментами політичного впливу, що формують суспільну думку у вигідному для власників напрямку.

Ще одним важливим аспектом є зростання популізму та активне використання маніпулятивних технологій у медіапросторі. Це явище проявляється у тенденції до заміщення глибокої аналітики та серйозного дослідження суспільно-політичних проблем легким контентом, який є більш доступним для масового споживача. ЗМІ активно адаптують інформацію до запитів аудиторії, що зумовлює спрощення та прогнозовану структурування медіапродуктів. У цьому контексті спостерігається процес примітивізації інформації, який супроводжується зниженням рівня журналістських стандартів. У медіаполітиці дедалі частіше застосовуються маркетингові стратегії, характерні для рекламної індустрії, що перетворює інформаційний контент на комерційний продукт, який піддається оптимізації з метою отримання максимального фінансового ефекту.

В результаті інформація перестає виконувати роль об'єктивного джерела знань, натомість набуваючи статусу товару, що продається відповідно до ринкових запитів. У такій моделі ефективність ЗМІ оцінюється за рейтингами телеканалів, кількістю переглядів в інтернеті, залученням аудиторії до взаємодії з контентом, що спричиняє підвищений попит на сенсаційні новини, популістські заяви та скандальні матеріали. Таким чином, політичні дебати у медіапросторі дедалі більше перетворюються на

шоу, в якому основною метою є не критичний аналіз політичних проблем, а залучення максимальної кількості глядачів або читачів.

Окремий аспект становить соціально-політична мобілізація, яка включає державне управління медіа та регулювання інформаційного простору. У цьому випадку медіафактор відіграє ключову роль у механізмах державного контролю за інформаційними потоками, а також у здійсненні організаційно-мобілізаційної функції. У сучасних політичних умовах така роль медіа дозволяє їм виконувати функцію так званої «четвертої влади», що зумовлює важливість їхнього державного регулювання.

Розвиток нових підходів до управління ЗМІ та вдосконалення існуючих механізмів інформаційної політики є одним із пріоритетних напрямів діяльності держави, особливо в контексті забезпечення інформаційної безпеки та фінансової стабільності медіасфери. Такі заходи спрямовані на консолідацію суспільства та забезпечення ефективної взаємодії між державними інституціями та політичними елітами [23]. В умовах гібридної війни та інформаційної агресії з боку російської федерації Україна зіткнулася з необхідністю посилення заходів контролю над інформаційним середовищем, що набуло особливої значущості.

Водночас певні медіа, що залишаються під впливом олігархічних структур, використовують відсутність ефективного державного регулювання для просування антидержавницьких ідей, що включають елементи сепаратизму та ізоляціонізму.

У контексті формування політичного ринку діяльність ЗМІ відіграє ключову роль у трансформації суспільного мислення та політичної поведінки виборців, що спричиняє формування нових критеріїв оцінки політиків. Орієнтація на прагматичні категорії сприяє зменшенню уваги до ідеологічних та аналітичних аспектів політичного процесу.

Цей процес веде до подальшої прагматизації мислення медіаспоживачів, що, у свою чергу, змінює структуру медіапростору. Оскільки суспільний попит зосереджується на легкому та розважальному контенті, ЗМІ все частіше віддають перевагу матеріалам, що не потребують критичного осмислення. У результаті

«гарячі» новини, скандальні викриття та розважальні сюжети витісняють серйозну журналістику, оскільки остання вважається комерційно не вигідною.

Цей взаємозалежний процес між ЗМІ та аудиторією сприяє формуванню споживчої політики медіа, що орієнтується не на якість контенту, а на його популярність. Зростаюча примітивізація та комерціалізація призводить до того, що створення медіапродуктів більше не потребує залучення висококваліфікованих журналістів, оскільки основний акцент робиться на використанні інтерв'ю та коментарів, які часто не містять експертної оцінки. Така ситуація сприяє поширенню дезінформації та фейкових новин, що стає однією з головних проблем сучасного медіасередовища [13].

Сучасні суспільно-політичні структури, що взаємодіють із мас-медіа, сформували систему медійної політики, головним завданням якої є створення певного типу мислення та закріплення визначених світоглядних уявлень, які подаються як ключові інтереси суспільства. Великі медіа-об'єднання, такі як медіахолдинг «1+1 Media», телевізійний холдинг *StarLightMedia*, «*Media група Україна*», медіахолдинг «*Новини*», *Media International Group*, *UMH (Український медіахолдинг)* та інші стали важливими інституціями, що представляють інтереси різних політичних сил. Вони не лише поширюють ідеї та програми політичних партій, але й сприяють встановленню зв'язків між політичними акторами та електоратом, а також забезпечують інформаційний супровід політичних рішень і процесів лобіювання.

Фундаментом сучасної системи політичної комунікації, створеної великими медіа-холдингами, є інтегрована комунікаційна модель, що поєднує в собі медіаплатформи, рекламні стратегії та механізми зв'язків із громадськістю. Це підтверджує інформаційний моніторинг, проведений 25 вересня 2020 року ГО «*Детектор медіа*», який містить результати аналізу інформаційного контенту на телебаченні напередодні місцевих виборів, а також дослідження основних напрямів російської пропаганди в Україні в період із серпня 2019 року до вересня 2020 року [22].

Засоби масової інформації в Україні виконують не лише функцію розповсюдження інформації, а й фактично є активними учасниками політичного

процесу. Вони беруть участь у взаємодії з політичними партіями, громадськими організаціями та іншими суб'єктами суспільно-політичного життя. Однак така безпосередня залученість ЗМІ до політичної боротьби призводить до суперечливості політичної комунікації, що, своєю чергою, може спричиняти соціальну поляризацію та загрожувати суспільній єдності. Тому важливо забезпечити розвиток конструктивної політичної комунікації, яка сприятиме стабільності та інтеграції суспільства [2].

Одним із найбільш показових прикладів медіа-впливу на політичний процес через маніпуляцію масовою свідомістю стало використання кінематографу. Зокрема, трансляція серіалу *«Слуга народу»* відіграла значну роль у президентських виборах 2019 року в Україні, оскільки головну роль у ньому виконав Володимир Зеленський, який згодом став президентом країни.

Згідно з дослідженням *Центру Разумкова*, основну частину виборців Зеленського становили українці віком 18–29 років, серед яких 39% респондентів висловили намір голосувати за цього кандидата [43]. Серіал, що транслювався на телеканалі *«1+1»* протягом чотирьох років – з 16 листопада 2015 року до 28 березня 2019 року – став важливим засобом впливу на політичну позицію його глядачів. Аудиторія телеканалу, орієнтована на людей віком 18–54 роки, сприяла створенню унікального культурного середовища, яке поєднало розважальний контент із політичною агітацією. Варто зазначити, що рівень медіатизації політичного процесу в Україні є значно вищим, ніж у більшості країн Європи.

Українські медіа слугують ключовими інструментами впливу для великих фінансово-промислових та політичних груп, які використовують медіа-холдинги для конструювання політичного простору. Оскільки в Україні відсутня система стійких політичних партій, медіа-структури часто виконують їхню функцію, забезпечуючи інформаційну підтримку, комунікацію з виборцями, їхню мобілізацію та популяризацію певних політичних ідей. У цьому контексті серіал *«Слуга народу»* став дієвим механізмом формування політичних поглядів молодшої аудиторії, яка брала участь у виборах у період активного формування власної політичної ідентичності [20].

У виборчій кампанії 2019 року визначну роль відіграв медіа-холдинг «1+1 Media», що демонструє потенціал політичної медіатизації через кінематограф. Як зазначав німецький соціолог та кінокритик *Зігфрід Кракауер*, кіно має дві основні функції: воно одночасно відображає дійсність і створює нову реальність [16]. Відмінною особливістю кінематографу від інших медіа є його здатність глибоко впливати на емоційну сферу глядачів. Якщо політичні ток-шоу чи новинні передачі апелюють до логіки та фактів, кінематографічні твори створюють емоційні образи, що формують у глядачів позитивне або негативне сприйняття певних політичних діячів. Наприклад, у фільмах часто використовуються художні прийоми, що автоматично маркують персонажів як «добрих» або «злих», що дозволяє глядачеві несвідомо ідентифікувати героїв із певними політичними групами.

Значні трансформації суспільного сприйняття відбулися після 2014 року, а особливо після 24 лютого 2022 року, що суттєво вплинуло на мовну картину світу українців. Відбулися фундаментальні зміни на лексико-семантичному, фразеологічному та словотвірному рівнях мовлення, що віддзеркалює політичні та соціокультурні процеси в країні.

Водночас із цими змінами у суспільстві посилилися тенденції до поширення фейкової інформації, зростання рівня ненависті та дискримінаційних наративів у соціальних мережах.

Інноваційні медіа значною мірою впливають на зміну мовленнєвих норм, що може призвести до погіршення рівня мовної культури. Сучасний медіапростір не можна вважати гарантом високих стандартів мовлення, оскільки значна частина медіаконтенту містить граматичні та орфографічні помилки, використання застарілих мовних конструкцій, обмежений словниковий запас та невиправдану кількість запозичень із інших мов.

Також у медіатекстах простежується використання вуличної лексики, розмовних виразів та мовленнєвих штамів, що впливає на загальний рівень культури спілкування. Крім того, спостерігається тенденція до збільшення кількості інформаційних маніпуляцій, поширення неправдивої інформації та низькопробного контенту, що підриває довіру до засобів масової інформації.

Таким чином, сучасні медіа відіграють визначальну роль у політичному процесі, впливаючи на масову свідомість через інструменти інформаційної маніпуляції, кінематографічні прийоми та інституційну інтеграцію в політичну систему. Водночас, разом із цими процесами посилюється інформаційна нерівність, що ускладнює доступ до якісного контенту та підсилює вплив популістських ідеологій.

Мовлення у сфері нових медіа являє собою унікальну систему, яка функціонує та розвивається за власними принципами, що часто не відповідають традиційним мовним нормам. Інтернет-простір характеризується частими порушеннями мовленнєвої культури, що включає відхилення від стилістичних, орфографічних і граматичних норм. Крім того, спостерігається значне спотворення лексики, активне запозичення іншомовних слів та використання вульгаризмів і жаргонізмів, що суттєво впливає на загальну якість мовного середовища. Такі тенденції не лише знижують загальний рівень мовної культури, але й створюють труднощі у сприйнятті текстового контенту, що поширюється в онлайн-просторі.

Сьогодні нові медіа виконують важливу роль у поширенні політичних ідеологій та концепцій. Завдяки постійному доступу до оновленої інформації на цифрових платформах користувачі отримують можливість не лише споживати контент, але й брати активну участь у його створенні та поширенні. Новітня доба інформаційного розвитку, що збігається з широкомасштабним впровадженням інтернет-технологій, визначає особливості функціонування нових медіа, які діють у межах цифрової моделі комунікації. У цьому контексті розповсюдження інформації відбувається безперервно, охоплюючи широкий спектр каналів, включаючи соціальні мережі, мобільні додатки, браузерні сповіщення та електронні розсилки.

Нові медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільної свідомості, зокрема у сфері політичної інформації. Вони здатні впливати на знання громадян про політичні процеси та, відповідно, можуть бути використані для маніпуляції політичними поглядами. Зважаючи на те, що редакційна політика багатьох цифрових платформ визначається їхніми засновниками, редакторами, кореспондентами та блогерами, вибір тематики та подання інформації часто відображає їхні власні

політичні погляди та ідеологічні орієнтири [Соломенко Л. І. Особливості впливу сучасних засобів масової інформації на формування та розвиток масової мовленнєвої культури. *Культура і сучасність: альманах*. 2022. № 2. С. 42–48.].

В умовах збройного конфлікту на території України роль нових медіа у сфері поширення політичної інформації суттєво зросла. Разом із цим посилилося використання інформаційних платформ як інструментів інформаційної війни. Зокрема, спостерігається активна дезінформаційна діяльність з боку російської федерації, що спрямована на поширення викривленої політичної інформації з метою дискредитації України на міжнародній арені. У такому контексті критично важливо забезпечити якісну систему перевірки інформації та протидії маніпулятивним наративам.

З огляду на вищезазначене, підтримка мовної культури набуває особливого значення, незалежно від формату та способу використання мови. З огляду на зростання ролі цифрового середовища та все більш розмиті межі між реальним та віртуальним комунікативним простором, високий рівень мовної культури має стати стандартом для всіх учасників комунікаційного процесу. Негативні мовні трансформації в медіасфері проявляються не лише у великій кількості запозичень та спрощень мовної структури, але й у поширенні специфічних регіональних діалектів, соціолектів та жаргонізмів, що ускладнює загальне розуміння інформації.

Засоби масової інформації справляють істотний вплив на сучасний політичний процес, формуючи суспільну думку та активно взаємодіючи з політичними суб'єктами. Вони визначають політичний порядок денний, впливають на діяльність політичних лідерів та функціонування інституцій влади, що перетворює їх на ефективний інструмент політичної боротьби. Використання медійних ресурсів у політичних процесах призвело до явища медіатизації політики, коли медіа стають не лише каналами комунікації, але й безпосередніми учасниками політичного життя. Водночас спостерігається політизація самих засобів масової інформації, що спричиняє формування інформаційного дискурсу відповідно до інтересів окремих політичних та економічних груп.

Таким чином, сучасний медійний простір перебуває у стані динамічної трансформації, що супроводжується низкою як позитивних, так і негативних змін. З одного боку, цифрові медіа забезпечують ширший доступ до інформації та розширюють можливості суспільного діалогу. З іншого боку, вони стають платформою для поширення дезінформації, маніпуляцій та мовних спрощень, що впливає на загальну культуру комунікації. У цих умовах особливо важливим залишається розвиток медіаграмотності, критичного мислення та усвідомленого підходу до сприйняття інформації, що є необхідною умовою для формування демократичного та стійкого суспільства.

Таким чином, проведення дослідження дозволяє зробити висновки щодо особливостей процесів медіатизації політики в Україні та політизації засобів масової інформації. Аналіз різних прикладів підтвердив ефективність окремих методів інформаційного впливу, а також дозволив виявити ключові характеристики цих змін та їхні наслідки. Було визначено як позитивні, так і негативні аспекти цього явища, що дає можливість оцінити його вплив на суспільство та політичну систему.

До основних характеристик медіатизації політики в Україні належить те, що засоби масової інформації можуть перебувати під впливом політичних осіб або партій через специфіку власницької структури. У випадку, коли власник медіа має певні політичні інтереси, він може здійснювати вплив на зміст інформації, що транслюється цими ЗМІ. Це призводить до значної залежності редакційної політики від політичного середовища та економічних чинників [Цвятко Ю. В. Медіатизація політики та політизація ЗМІ в сучасному політичному процесі України. *Політичний менеджмент*. 2024. № 1-2. С. 109-118.].

Серед позитивних наслідків варто відзначити розширення можливостей для швидкого поширення інформації, зростання кількості джерел новин, розвиток нових форм комунікації та активізацію громадянського суспільства. Українські медіа виконують важливу функцію у демократичних процесах, сприяючи підвищенню рівня політичної обізнаності населення та формуванню громадянської позиції. Крім того, нові цифрові платформи дозволяють громадянам безпосередньо взаємодіяти з політичними діячами та брати активну участь у суспільному дискурсі.

Однак поряд із позитивними аспектами існує низка негативних наслідків, що супроводжують медіатизацію політики. Однією з головних проблем є поширення фейкових новин та недостовірної інформації, що ускладнює отримання об'єктивних даних та формування раціональної громадської думки. Також спостерігається зниження загального рівня мовної культури, збільшення кількості граматичних і стилістичних помилок, поширення вульгаризмів та жаргонізмів, що впливає на якість медійного контенту.

Ще одним значним викликом залишається проблема незалежності журналістики в Україні. Досить часто засоби масової інформації залежать від рекламних доходів, що створює можливість для політичних сил використовувати рекламні кампанії як засіб впливу на ЗМІ. Це, своєю чергою, відбивається на редакційній політиці та визначенні інформаційного порядку денного. В умовах, коли журналістика може зазнавати тиску з боку політичних груп, виникають ризики цензури, обмеження свободи слова та порушення журналістських стандартів.

Для забезпечення функціонування вільних та незалежних засобів масової інформації необхідно вдосконалювати чинне законодавство та запроваджувати додаткові механізми контролю за прозорістю власності ЗМІ. Відсутність або недостатність інформації про власників медіа може спричинити ситуацію, коли вплив на інформаційний простір залишається прихованим для громадськості, що ускладнює боротьбу з інформаційними маніпуляціями.

Отже, для подальшого розвитку демократичного медійного середовища необхідно забезпечити баланс між свободою слова та відповідальністю медіа, а також створити умови для незалежного функціонування засобів масової інформації. Це дозволить не лише знизити вплив політично ангажованих медіа, але й сприятиме підвищенню якості інформаційного контенту та розвитку критичного мислення в суспільстві.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Аналіз механізмів взаємодії засобів масової інформації (ЗМІ) та органів державної влади в умовах сучасного інформаційного суспільства демонструє складний і багатовекторний характер цих процесів. Діяльність ЗМІ як ключового інструменту комунікації в демократичних суспільствах може як сприяти об'єктивному висвітленню подій, так і використовуватися як засіб маніпуляції, пропаганди або контролю над суспільною думкою. Особливе значення має політизація медійного простору, що виражається у залежності медіа від політичних еліт, використанні ЗМІ для реалізації політичних інтересів, а також застосуванні маніпулятивних технологій у процесах поширення інформації.

Одним із головних аспектів, розглянутих у розділі, є проблематика впливу політизованих ЗМІ на громадську думку. Дослідження свідчить про те, що політична заангажованість медіа може мати як позитивні, так і негативні наслідки для суспільства. З одного боку, політичні медіа виконують роль каталізатора суспільних дискусій, сприяють формуванню політичної свідомості та мобілізації громадян до активної участі в демократичних процесах. З іншого боку, вони можуть використовувати маніпулятивні технології для дискредитації політичних опонентів, поширення фейкових новин і конструювання спотвореної політичної реальності.

Досвід інформаційної війни, розв'язаної Російською Федерацією проти України, підтвердив наявність системної політичної пропаганди, що здійснюється через контрольовані державою медіа. Російські ЗМІ активно використовують маніпулятивні стратегії, спрямовані на формування негативного іміджу України, виправдання збройної агресії та дестабілізацію українського суспільства. Зокрема, методи інформаційної війни включають поширення фейкових новин, маніпулятивне трактування історичних подій, спотворення фактів щодо військових дій і соціально-політичної ситуації в Україні.

Важливим фактором, що підсилює ефективність інформаційного впливу, є використання соціальних мереж та цифрових платформ, які сприяють неконтрольованому поширенню дезінформації. Дослідження показує, що алгоритми соціальних мереж сприяють створенню так званих «інформаційних бульбашок», у

межах яких користувачі отримують контент, що відповідає їхнім політичним переконанням. Це призводить до посилення політичної поляризації та зниження рівня критичного мислення в суспільстві.

Окрім цього, розділ висвітлює проблему використання засобів масової інформації як інструменту впливу на виборчі процеси. Аналіз скандалу з компанією *Cambridge Analytica* продемонстрував небезпеку застосування мікротаргетингу та персоналізованих інформаційних кампаній для маніпулювання політичними вподобаннями громадян. Використання великих масивів даних про поведінку виборців дозволяє політичним акторам розробляти ефективні стратегії впливу, що може змінювати результати виборів і викривляти демократичні процеси.

Особливу увагу було приділено діяльності ЗМІ в умовах воєнного стану, що накладає додаткові обмеження на свободу преси та доступ до інформації. Під час військових конфліктів медіа виконують не лише функцію інформування громадян, а й відіграють важливу роль у забезпеченні суспільної мобілізації, підтримці морального духу та формуванні міжнародного іміджу країни. Однак в умовах війни також зростає ризик цензури, обмеження незалежності медіа та посилення державного контролю над інформаційним простором.

Міжнародний досвід свідчить про необхідність дотримання принципів прозорості та відповідальності у роботі медіа під час збройних конфліктів. Основними міжнародними нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність журналістів у зонах бойових дій, є Женевські конвенції, резолюції Ради Безпеки ООН, рішення Ради Європи та ЮНЕСКО. Вони передбачають особливий статус журналістів як цивільних осіб, які мають право на захист і безперешкодний доступ до інформації.

Значну увагу в дослідженні було приділено феномену медіатизації політики, який відображає процес зміни комунікаційної взаємодії між політичними інститутами та громадськістю. В умовах сучасного суспільства політична боротьба дедалі більше зосереджується в медійному просторі, що призводить до перетворення політичних процесів на медійні події, в яких основну роль відіграє не зміст політичних рішень, а їхнє представлення у ЗМІ.

У цьому контексті особливої ваги набуває проблема комерціалізації медіа, що спричиняє зниження рівня журналістських стандартів, поширення сенсаційного контенту та маніпулятивних матеріалів. Відхід від класичних принципів журналістики, таких як об'єктивність, достовірність та суспільна відповідальність, ставить під загрозу демократичний характер медійного простору та сприяє поширенню фейкових новин і пропагандистських матеріалів.

Політизація ЗМІ також виражається у зростанні ролі олігархічних медіахолдингів, які використовуються як засіб політичного впливу. Дослідження показує, що значна частина українських медіаресурсів перебуває під контролем великих фінансово-промислових груп, що призводить до обмеження плюралізму думок та маніпулювання суспільною свідомістю.

Таким чином, проведене дослідження підтвердило, що засоби масової інформації є потужним інструментом політичного впливу, який може як сприяти розвитку демократії, так і використовуватися для дезінформації та маніпуляції громадською думкою. Для забезпечення прозорості та незалежності медіа необхідно вдосконалювати механізми державного регулювання інформаційного простору, сприяти розвитку суспільного мовлення, підтримувати незалежні ЗМІ та підвищувати рівень медіаграмотності серед населення.

З огляду на сучасні виклики, важливими кроками у сфері інформаційної безпеки є:

- запровадження ефективних механізмів протидії дезінформації та фейковим новинам;
- забезпечення незалежності журналістів від політичного тиску та олігархічних структур;
- розвиток інформаційної грамотності громадян та підвищення рівня критичного мислення;
- удосконалення міжнародного співробітництва у сфері інформаційної безпеки та захисту журналістів.

У перспективі подальший розвиток інформаційного суспільства передбачає необхідність адаптації законодавства до викликів цифрової доби, забезпечення

балансу між свободою слова та відповідальністю ЗМІ, а також створення умов для функціонування вільного, незалежного та плюралістичного медійного середовища.

РОЗДІЛ III Шляхи покращення динаміки розвитку ЗМІ під час розквіту цифровізації політичних процесів

3.1 Чинники посилення впливу ЗМІ на формування політичної свідомості.

Подальший аналіз дає можливість виявити еволюцію не лише змістових характеристик ЗМІ, але й ролі медіасистеми в сучасних політичних процесах. Ця еволюція охоплює зміну інструментів комунікації, формування нових стандартів журналістики, перехід до цифрових форматів та підвищення впливу суспільного запиту на інформаційну відкритість. Політичний процес в Україні не можна зрозуміти без простеження динамічних змін у взаємодії між державою, ЗМІ та громадянами.

Еволюція політичної свідомості громадян під впливом ЗМІ проявляється у переході від пасивного споживання інформації до активної участі у політичному житті. Якщо у 2010-х роках аудиторія здебільшого покладалася на телевізійні джерела, то у 2020-х роках основна частина політичної комунікації перемістилася у цифровий простір. Дослідження показують, що понад 70% українців отримують політичні новини з соціальних мереж, що формує нову модель взаємодії з інформацією. Цей перехід вплинув на темпи мобілізації населення, здатність до самоорганізації та швидкість ухвалення політичних рішень у суспільстві.

Насамперед слід відзначити постійний процес трансформації сучасного медіапростору. Фактори цифровізації, повсюдного використання соціальних мереж у приватному та державному секторі, а також швидкий розвиток новітніх інформаційних технологій кардинально змінили способи пошуку, сприйняття та поширення інформації. Ці зміни суттєво вплинули на механізми формування політичної свідомості громадян, надаючи засобам масової комунікації безпрецедентні можливості для пропагандистського впливу, конструювання певної реальності та спрямованого формування суспільної думки.

Окрім цього, спостерігається тенденція до поглиблення політизації інформаційного простору. Сучасні засоби масової комунікації все частіше використовуються як платформи для політичної боротьби, а подання інформації набуває виразного маніпулятивного характеру. Це робить особливо важливим

дослідження механізмів впливу ЗМК на формування політичних поглядів окремих громадян, соціальних груп і суспільства в цілому.

Ще одним викликом сучасного медіапростору є зростаюча поляризація політичних поглядів та ідеологічних переконань, що стає серйозним дестабілізуючим чинником. Постійне збільшення обсягів новинного, аналітичного та пропагандистського контенту, поширюваного через ЗМК, у поєднанні з нерівномірним рівнем медіаграмотності серед різних соціальних верств створює сприятливі умови для маніпуляцій та посилення розколу суспільства за політичними, національними чи соціальними ознаками.

Не менш важливим є вплив ЗМК на рівень політичної участі громадян. Вони не тільки формують політичну свідомість, а й відіграють значну роль у залученні суспільства до політичного процесу, сприяючи або, навпаки, гальмуючи активну громадянську позицію. Аналіз цих процесів дозволяє глибше зрозуміти, які чинники впливають на політичну мобілізацію або пасивізацію громадян.

Значного поширення набули також проблеми інформаційної безпеки, що є особливо актуальними в умовах російсько-української війни, а також інших міжнародних конфліктів, таких як воєнні дії на Близькому Сході чи загроза збройного протистояння між КНДР і Південною Кореєю. Використання фейкових новин, дезінформації та організація кібератак на стратегічні об'єкти можуть становити загрозу не лише демократичним процесам, а й національній безпеці держав. Саме тому дослідження ролі ЗМК у сучасних інформаційних конфліктах має ключове значення для розробки ефективних механізмів інформаційного захисту.

Окрему увагу слід приділити глобалізаційним процесам та їхньому впливу на внутрішню політичну ситуацію у країнах, що розвиваються. Оскільки сучасні медіа значно виходять за межі національних кордонів, формуючи транснаціональний інформаційний простір, актуальним є дослідження впливу міжнародних медіамереж на політичну свідомість населення різних держав.

З огляду на вищезазначене, дослідження чинників зростання ролі ЗМК як механізму політичного впливу є не лише теоретично значущим, а й має практичну

цінність для розвитку демократичного суспільства, зміцнення громадянської активності та забезпечення інформаційної безпеки.

У цьому контексті доцільно виокремити кілька основних груп факторів, що визначають зростання ролі ЗМК у формуванні політичної свідомості, а саме: технологічні, соціокультурні, політичні та економічні.

Значну роль відіграють технологічні чинники, зокрема зростання доступності інформаційних ресурсів, підвищення значущості інтернету та соціальних мереж як платформ для комунікації та обміну політичними поглядами. Стрімкий розвиток технологій сприяє вдосконаленню методів впливу на громадську думку та підвищенню ефективності політичного агітування [1].

Серед основних тенденцій розвитку ЗМК варто відзначити зростання кількості користувачів соціальних мереж. Згідно з даними агентства *We Are Social*, у звіті «*Digital 2024: 5 billion social media users*» зафіксовано збільшення кількості користувачів соціальних мереж на 5,6% у 2023 році. Лише за цей період 266 мільйонів людей вперше почали використовувати соціальні мережі, що загально збільшило аудиторію цих платформ до понад 5 мільярдів користувачів [57].

Соціальні мережі стають дедалі популярнішими серед різних верств населення. Важливою їхньою особливістю є той факт, що інформація про значущі соціально-політичні події надходить не лише від офіційних державних установ або політичних партій, а й від друзів, знайомих, а також блогерів та громадських активістів, які можуть мати різний рівень компетентності у висвітлюваних питаннях.

Слід також враховувати негативний вплив організованих інформаційних кампаній, що здійснюються за допомогою так званих «ботоферм». Ці структури діють у політичних або економічних інтересах замовника, що зумовлює викривлення інформації та поширення дезінформаційних наративів. У результаті контент соціальних мереж часто піддається маніпуляції, а події можуть висвітлюватися у спотвореному або суб'єктивному ключі.

Таким чином, вплив соціальних мереж на формування політичної свідомості є багатовимірним. З одного боку, вони забезпечують громадянам швидкий та зручний доступ до інформації, сприяють зростанню політичної активності та залученню до

суспільних процесів. З іншого боку, ці ж медіаплатформи можуть посилювати політичну поляризацію, сприяти поширенню неправдивої інформації та ускладнювати ефективне державне управління.

Отже, зростання ролі ЗМК як інструменту формування політичної свідомості є закономірним процесом, що має як позитивні, так і негативні аспекти. У зв'язку з цим особливу увагу слід приділяти розвитку медіаграмотності населення, впровадженню механізмів перевірки інформації та вдосконаленню правового регулювання медійного простору для мінімізації ризиків інформаційних маніпуляцій та забезпечення якісного функціонування засобів масової комунікації.

Значущість впливу засобів масової комунікації на політичну свідомість особливо яскраво проявилася під час виборів президента США у 2016 році. Саме в цей період активне використання ботоферм та суперботів стало важливим інструментом маніпуляції громадською думкою. Ця подія започаткувала активну дискусію щодо феномену постправди – ситуації, коли суб'єктивні переконання та емоції відіграють більшу роль у формуванні політичних поглядів, аніж об'єктивні факти. У своїх дослідженнях Н. Горбенко підкреслює, що популярність терміна «постправда» пояснюється тим, що популістські заяви, емоційний тиск та дезінформація значно вплинули на перемогу Дональда Трампа на президентських виборах у США, а також на результати референдуму у Великій Британії щодо виходу країни зі складу ЄС [10].

Одним із найважливіших чинників сучасного інформаційного суспільства є зростання кількості користувачів мобільних пристроїв, що значно впливає на доступність та швидкість поширення інформації. Дослідження «*Must-Know Mobile Phone Users Statistics*» (жовтень 2021 року) засвідчує, що кількість унікальних користувачів мобільного зв'язку у світі досягла 4,95 мільярда осіб. У 2021 році мобільні телефони мали 53,4% світового населення, і за прогнозами, цей показник може зрости до 79,6% до 2025 року [59]. Інше дослідження, «*How Many People Own Smartphones?*», прогнозує, що до кінця 2024 року кількість користувачів смартфонів у світі досягне 7,1 мільярда [74].

Варто зазначити, що не всі мобільні телефони є смартфонами, тобто пристроями, що забезпечують широкий доступ до інтернету та цифрових платформ. Станом на кінець червня 2024 року 5,68 мільярда осіб у світі були активними користувачами мобільних телефонів, що становить 70% населення планети. При цьому понад 85% з цих пристроїв є смартфонами, що значно впливає на характер інформаційного споживання [56].

Розвиток смартфонів докорінно змінив механізми споживання соціально-політичної інформації. Якщо раніше перегляд новин був прив'язаним до конкретного часу (ранкові та вечірні телевізійні випуски, друковані видання), то сьогодні громадяни мають постійний доступ до інформаційних потоків у режимі 24/7. Це призводить до того, що політичні події, міжнародні конфлікти та суспільні настрої постійно перебувають у фокусі уваги реципієнтів. Така тенденція є суттєвим чинником політичної соціалізації, оскільки формує як безпосередню політичну свідомість громадян, так і їхні поведінкові патерни.

Подальше розширення доступу до інтернету сприяє глобалізації інформаційного простору. Використання персональних комп'ютерів, мобільних телефонів і планшетів дозволяє користувачам майже миттєво отримувати новини, аналітичні матеріали, відеотрансляції та інший контент з будь-якої точки світу. Це значно покращило доступ до інформації, підвищило рівень залученості громадян до політичних процесів і стимулювало громадянську активність.

Згідно з дослідженням «*Number of Internet and Social Media Users Worldwide as of January 2024*», у 2023 році кількість користувачів інтернету досягла 5,3 мільярда осіб, що становить приблизно дві третини населення планети. У січні 2024 року цей показник зріс до 5,35 мільярда осіб (66,2% населення світу), з яких 5,04 мільярда (62,3% населення) також є активними користувачами соціальних мереж [71]. Для порівняння, у 2020 році кількість інтернет-користувачів становила близько 4,5 мільярда осіб, що відповідало 60% населення [46].

Розвиток інтернету має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, глобальна мережа є ефективним інструментом поширення актуальної інформації, забезпечує плюралізм думок і сприяє демократизації суспільства. З іншого боку, вона

може бути використана як засіб для поширення дезінформації, фейків та пропаганди. Це створює передумови для проведення інформаційно-психологічних операцій (ІПСО), що є особливо актуальним для країн, які перебувають у стані війни або зазнають загрози гібридних конфліктів.

Тенденції, розглянуті вище, не є вичерпними та потребують подальшого дослідження. Зокрема, слід приділити увагу зростанню ролі алгоритмів у відборі та поширенні інформації. Дослідження таких організацій, як *Pew Research Center*, *Sprout Social* та *Knight First Amendment Institute*, свідчать, що провідні соціальні платформи (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) використовують складні алгоритми, які на основі поведінкових факторів та історії взаємодій визначають, який контент демонструвати користувачам. Це має значний вплив на політичні настрої та електоральні уподобання громадян.

Як приклад можна навести ситуацію, описану у виданні *POLITICO*, де адміністрація Джозефа Байдена під час пандемії COVID-19 здійснювала тиск на компанію Meta з метою контролю контенту, що призвело до цензурування певних матеріалів [76]. Цей випадок демонструє, що алгоритми соціальних платформ можуть бути інструментом політичного впливу, а тому вимагають ретельного дослідження.

Крім алгоритмів, необхідно звернути увагу на механізми ранжування сайтів у пошукових системах, таких як Google чи Bing, які також можуть суттєво впливати на інформаційні пріоритети користувачів. Дедалі більшу роль у політичному дискурсі відіграє блогосфера, яка стала одним із найважливіших каналів комунікації, де користувачі активно обмінюються інформацією, формують політичні уподобання та поширюють певні наративи.

Окрім технологічних аспектів, важливим є також соціокультурний вимір впливу ЗМК. Сучасний інформаційний простір характеризується зміною моделей споживання інформації, посиленням ролі соціальних мереж і трансформацією громадянської участі у політичному процесі. Перехід від традиційних медіа до цифрових платформ призвів до нових викликів, що стосуються як доступності якісної інформації, так і загроз маніпулювання суспільною свідомістю.

З огляду на це, подальші дослідження повинні охоплювати не лише технологічні зміни, але й їхній вплив на політичну культуру, інформаційну безпеку та громадянську активність.

Сучасні соціокультурні процеси демонструють кардинальні зміни в способах сприйняття та поширення інформації, що безпосередньо впливає на формування політичної свідомості громадян. Перехід від традиційних засобів масової комунікації, таких як друковані видання та телебачення, до цифрових платформ спричинив трансформацію моделей отримання, оцінки та обробки інформації індивідуумами. Веб-ресурси, соціальні мережі, блоги та відеоплатформи значною мірою витіснили традиційні джерела інформації, забезпечуючи швидший доступ до актуальних подій. Таким чином, сучасна людина через інформаційні потоки безперервно взаємодіє з різними культурними, політичними та соціальними структурами, які можуть бути географічно чи ідеологічно віддаленими та, на перший погляд, не мати прямого зв'язку з її повсякденним життям.

Науковий дискурс сьогодення значною мірою зосереджений на дослідженні викликів, що супроводжують такі трансформації. Серед ключових проблем виокремлюють перетворення інформації на глобальний ресурс, зміну соціально-культурного середовища, а також зростання інформаційного відчуження особистості. Хоча інформаційні технології відкривають широкі можливості для демократизації суспільства, вони водночас несуть ризики, зокрема щодо маніпулювання суспільною свідомістю.

На думку О. Горбача, одним із негативних аспектів інформаційного суспільства є використання інформації як засобу маніпуляції масовою свідомістю. Доступність інформаційних ресурсів значною мірою залежить не лише від рівня технологічного розвитку держави, а й від політичних рішень її керівництва. Наприклад, поступове обмеження громадянам Російської Федерації доступу до таких платформ, як YouTube, свідчить про цілеспрямовану політику державного контролю над інформаційним середовищем. Подібні процеси впливають не лише на комунікаційні моделі, а й на трудову діяльність, структуру виробничих відносин, а також політичну сферу [8].

Нестабільність та надмірний потік інформації призводять до фрагментарного споживання новин, що ускладнює глибоке розуміння суспільно-політичних процесів та сприяє поширенню спрощених ідеологічних наративів. Крім того, поширення соціальних мереж та месенджерів змінило природу політичної комунікації: тепер громадяни не лише виступають реципієнтами інформації, але й самі створюють та поширюють політично значущі повідомлення. Це розширює можливості громадянської участі, проте водночас збільшує ймовірність поширення дезінформації та маніпулятивного контенту.

Ще однією важливою тенденцією є зростання популярності візуального контенту, включаючи відео, інфографіки, меми, які є легшими для сприйняття, але часто не забезпечують глибокого аналітичного осмислення подій. Це зумовлює зміну форматів політичної інформації, роблячи її доступнішою для аудиторії, але водночас спрощеною та емоційно насиченою.

Водночас, значну роль у формуванні політичної свідомості відіграє емоційний аспект інформації. Дослідження показують, що інформація, яка викликає сильний емоційний відгук, частіше поширюється та запам'ятовується. Це може як сприяти об'єднанню суспільства навколо певних ідей, так і посилювати його поляризацію. Засоби масової комунікації, використовуючи емоційно насичені образи, історії, аудіовізуальні елементи, можуть суттєво впливати на інтерпретацію подій, змінюючи ставлення громадян до політичних суб'єктів та рішень. Через вмiле використання емоційної складової ЗМК здатні викликати широкий спектр реакцій – від солідарності й згуртованості до страху, роздратування або апатії.

Ще одним значущим соціокультурним фактором є феномен медіатизації політики, який характеризується проникненням медіалогіки в усі аспекти політичного життя. Це зумовлює зміни у способах комунікації політичних акторів, методах їхньої взаємодії з громадянами та суспільним сприйняттям політичних процесів.

Ю. Главацька зазначає, що медіатизований простір охоплює всі сфери суспільного життя, формуючи інформаційне середовище, що підпорядковується медійним технологіям. Медіатизація впливає не лише на політику, але й на сферу

релігії, економіки, культури та дозвілля, створюючи нову комунікаційну реальність [7].

Медіатизація політики спричиняє трансформацію політичної логіки, підпорядковуючи її принципам медіалогіки. Це призводить до того, що політичні процеси дедалі більше залежать від того, наскільки широко і в якому ракурсі вони висвітлюються у ЗМК. Таким чином, політична значущість події часто визначається не її реальними наслідками, а рівнем медійного висвітлення.

Крім того, слід враховувати, що сучасні засоби масової комунікації є самореферентними системами, тобто вони створюють інформацію на основі внутрішньої логіки, а не об'єктивних зовнішніх подій. Це може призводити до викривлення інформаційного порядку денного та концентрації уваги на подіях, які є резонансними, але не завжди найважливішими [40].

Глобалізація також відіграє важливу роль у формуванні політичної свідомості, створюючи єдиний інформаційний простір, що виходить за межі національних кордонів. Канадський філософ М. Маклуен сформулював концепцію «глобального села», згідно з якою електронні ЗМК інтегрують світ в єдиний інформаційний простір, впливаючи на політичні установки громадян у глобальному масштабі [50].

Однак, незважаючи на інтеграційний потенціал ЗМК, їхня роль у сучасному світі часто полягає не у сприянні взаєморозумінню, а у загостренні конфліктів. У контексті геополітичних криз, зокрема російсько-української війни, військового протистояння на Близькому Сході та напруженості між США та Китаєм, ЗМК все частіше використовуються як засіб інформаційних воєн та політичної боротьби.

Таким чином, сучасні ЗМК не лише трансформують політичну свідомість, але й активно впливають на структуру суспільних відносин, змінюючи традиційні форми комунікації та політичної мобілізації. Це зумовлює необхідність подальшого дослідження механізмів їхнього впливу для забезпечення інформаційної безпеки та розвитку демократичного суспільства.

Російсько-українська війна спричинила значні зміни у політичних поглядах та ціннісних орієнтаціях як всередині України, так і на міжнародній арені. Вона сприяла зростанню україноцентричних настроїв серед громадян України, а також

стимулювала перегляд зовнішньополітичних пріоритетів багатьох країн, зокрема Європейського Союзу, США, Канади та Великої Британії. Ці держави посилили санкційний тиск на Російську Федерацію, що стало відображенням їхньої оновленої зовнішньополітичної стратегії.

Таким чином, глобальні кризи мають не лише вплив на формування зовнішньополітичних рішень на рівні держав, але й трансформують суспільну свідомість. Це проявляється у зміні політичних пріоритетів, актуалізації питань безпеки та перегляді стратегій міжнародної співпраці. Фактично, такі процеси охоплюють усі три рівні політичної свідомості: емпірично-буденний (що включає суспільні настрої, волевиявлення, переконання), політико-ідеологічний (що формує політичні доктрини, концепції та ідеї) і політико-дієвий (що відображається у конкретних політичних рішеннях та діях).

Окремо варто зазначити, що розвиток транснаціональних медіакорпорацій, таких як CNN, BBC, Al Jazeera, вплинув на глобальне формування інформаційного порядку денного. Ці великі медіаорганізації не лише визначають стандарти новинного контенту, але й сприяють формуванню національних медіасистем, тим самим впливаючи на політичну свідомість громадян у різних країнах.

Разом із тим глобалізація інформаційного простору та вплив світових ЗМК призводять як до уніфікації політичних та культурних ідеологій, так і до загострення конфліктів на межі глобальних тенденцій та національних традицій. Відповідно, дослідження соціокультурних та технологічних чинників, які формують інформаційний простір, є важливим для розуміння динаміки політичної свідомості.

Поряд із цими аспектами важливе значення мають також політичні та економічні фактори, що впливають на взаємодію ЗМК із політичними інститутами. Політизація медіа стала ключовою тенденцією сучасного інформаційного суспільства, що проявляється у зростанні ролі політичного дискурсу та вектору його подачі через медійний контент.

На думку дослідниці І. Костирі, засоби масової комунікації мають суттєвий вплив на політичні процеси, оскільки вони не лише формують громадську думку, а й безпосередньо впливають на діяльність політичних інституцій та лідерів. Вони також

відіграють роль інструменту політичної боротьби, сприяючи просуванню різних політичних ідеологій та ініціатив [20].

Політичні партії та їхні лідери активно використовують ЗМК для формування суспільної думки, особливо під час виборчих кампаній. Однак варто зазначити, що у сучасних умовах виборчий процес фактично є безперервним, адже використання ЗМК для підтримки іміджу політичних сил або дискредитації опонентів відбувається навіть поза рамками офіційних передвиборчих перегонів.

При цьому рівень впливу ЗМК на формування політичного порядку денного значною мірою залежить від політичного режиму. В авторитарних країнах засоби масової комунікації є невід'ємним інструментом легітимації влади, тоді як у демократичних суспільствах наголос робиться на забезпеченні прозорих взаємозв'язків між владою та медіа.

Політизація медіа також проявляється у тому, що контроль над засобами масової інформації може стати важливим чинником боротьби за владу. У деяких країнах власність на медіаресурси, фінансування їхньої діяльності та кадрова політика редакцій перебувають під впливом політичних еліт, що дає їм змогу формувати інформаційне поле у власних інтересах.

Л. Байрачна зазначає, що політичні лідери активно використовують медіа для побудови власного іміджу та легітимізації своїх рішень. Довіра громадськості до владних інституцій значною мірою залежить від ефективності використання ЗМК у процесі комунікації, оскільки саме медіа є ключовим каналом для інтерпретації суспільно-політичних подій [4].

Крім того, важливу роль відіграє державна політика у сфері регулювання медіа. Вона визначає правила функціонування інформаційного ринку, регулює діяльність медіакомпаній та встановлює межі допустимих висловлювань. У деяких країнах така політика набуває форми цензури, що суттєво обмежує свободу слова та можливість плюралістичного висвітлення подій.

У виборчих кампаніях ЗМК відіграють вирішальну роль у формуванні іміджу кандидатів і політичних партій, що підтверджує їхню функцію як головного інструменту боротьби за владу. Останніми роками все більшого значення набувають

новітні технології політичної комунікації, зокрема таргетована реклама в соціальних мережах, аналіз великих даних для прогнозування електоральних уподобань та використання вірусного контенту для мобілізації виборців.

Однак така інтенсивна медіаактивність може призводити до поширення дезінформації та маніпулятивного контенту, що ускладнює процес прийняття політичних рішень громадянами.

Крім впливу на внутрішню політику, ЗМК також відіграють ключову роль у міжнародних відносинах. Вони використовуються для формування іміджу держав на світовій арені, просування зовнішньополітичних інтересів і ведення інформаційних війн. В умовах сучасного світу, де інформація є стратегічним ресурсом, медіа набувають значення не лише як засоби комунікації, але й як інструмент політичного впливу.

Враховуючи ці аспекти, важливо проаналізувати також економічні фактори, що впливають на функціонування ЗМК. Оскільки більшість медіа є комерційними підприємствами, вони змушені адаптувати редакційну політику до ринкових умов. Це, зокрема, проявляється у тенденції до комерціалізації контенту, орієнтації на сенсаційні матеріали, використанні клікбейтних заголовків і поширенні інформаційних бульбашок, що обмежує плюралізм думок.

Таким чином, аналіз технологічних, соціокультурних, політичних та економічних чинників підтверджує, що засоби масової комунікації відіграють вирішальну роль у формуванні політичної свідомості громадян. Вони впливають на політичну поведінку, виборчі вподобання та участь громадян у суспільному житті. Для забезпечення сталого демократичного розвитку необхідно гарантувати прозорість медіавласності, підтримувати незалежність журналістики та забезпечувати плюралізм інформації у медіапросторі.

3.2 Механізми еволюції взаємодії ЗМІ та органів державної влади в Україні. Шляхи їх покращення.

Взаємодія державних органів та засобів масової інформації також зазнала еволюційних змін під впливом війни. Якщо раніше комунікація обмежувалась офіційними пресрелізами та регулярними брифінгами, то з 2022 року держава перейшла до моделі оперативних стратегічних комунікацій, які охоплюють різні платформи та формати. Формування телемарафону, поява швидких офіційних повідомлень у соціальних мережах, пряма взаємодія посадовців з аудиторією – усе це стало частиною модернізованої моделі політичного процесу.

Засоби масової інформації є одним із найважливіших інститутів громадянського суспільства, що виконують функцію задоволення інформаційних потреб населення та забезпечення ефективної політичної комунікації. Політична комунікація в цьому контексті розглядається як соціальна взаємодія, що здійснюється через передання повідомлень, пов'язаних із функціонуванням державного управління та реалізацією влади у суспільстві.

Сучасні демократичні суспільства значною мірою залежать від засобів масової інформації у процесі політичної комунікації, оскільки саме через медіаплатформи відбувається основний обмін політичною інформацією. Високий рівень впливовості ЗМІ зумовлений кількома ключовими факторами:

- широким охопленням аудиторії;
- технологічною ефективністю у поширенні інформації;
- оперативністю передання новин;
- залежністю як громадян, так і політичних лідерів від мас-медіа як основного джерела інформації про політичну реальність;
- репутацією достовірності та об'єктивності, яку мас-медіа набули в демократичних суспільствах [24].

Таким чином, діяльність засобів масової інформації, особливо їхня комунікативна функція, нерозривно пов'язана з державними органами. Мас-медіа сприяють реалізації права громадян на свободу висловлення поглядів, що, у свою чергу, є механізмом захисту суспільства від зловживань з боку державних інституцій.

Для громадян засоби масової інформації є основним джерелом відомостей про політичну систему та діяльність органів влади. Крім цього, ЗМІ виконують роль незалежного контролюючого механізму («сторожового пса»), що здійснює моніторинг діяльності державних структур. Публічне висвітлення політичних подій може вплинути як на зростання довіри до державних інституцій, так і на їхню дискредитацію, що, у певних випадках, може навіть призвести до відставки посадових осіб чи поразки політичних сил на виборах.

У демократичному суспільстві засоби масової інформації беруть безпосередню участь у всіх етапах формування та реалізації державної політики:

1. Артикуляція суспільних проблем – мас-медіа визначають, які питання будуть актуалізовані у суспільному дискурсі, виконуючи функцію інформаційного «фільтра» або «підсилювача».
2. Інформування державних органів про актуальні проблеми – медійний тиск може сприяти оперативному реагуванню органів влади на суспільні виклики.
3. Розробка політичних рішень – хоча безпосередній вплив ЗМІ на процес нормотворчості є обмеженим, активне висвітлення питань може сприяти відкритості обговорень та суспільному залученню до процесу прийняття рішень.
4. Імплементация державної політики – медіа здійснюють контроль за впровадженням політичних рішень, висвітлюючи їхні наслідки та можливі проблеми, що може спричинити повторний перегляд політичного курсу [52].

Таким чином, і державна влада, і засоби масової інформації виконують у суспільстві різні, проте взаємодоповнювані функції. Ефективна взаємодія між цими інституціями є важливою передумовою демократичного врядування, оскільки забезпечує суспільство об'єктивною інформацією та гарантує двосторонній зв'язок між громадянами і державними органами.

Функціонування засобів масової інформації та їхня взаємодія з державними органами регулюється рядом законодавчих актів, серед яких ключову роль відіграє Закон України «Про інформацію» [24].

Стаття 24 цього закону прямо забороняє цензуру, тобто будь-які вимоги щодо узгодження змісту публікацій до їхнього поширення. Також забороняється будь-яке втручання у журналістську діяльність, що може включати:

- контроль над змістом поширюваної інформації;
- приховування суспільно значущої інформації;
- обмеження критики органів влади, за винятком передбачених законом випадків.

Стаття 25 передбачає додаткові гарантії свободи діяльності журналістів, включаючи:

- право безперешкодного доступу до приміщень державних установ;
- можливість особистого прийому посадовими особами у розумні строки.

Окремі аспекти регулювання висвітлення діяльності органів влади визначені законами України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [9] та «Про телебачення і радіомовлення» [51].

Згідно зі статтею 2 Закону «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», забороняється:

- попереднє узгодження змісту журналістських матеріалів з державними органами;
- заборона поширення певних матеріалів, окрім випадків, передбачених законом.

Разом з тим цей закон встановлює заборону на використання мас-медіа для розпалювання національної та релігійної ворожнечі, пропаганди насильства, виправдання терористичних актів або підтримки держави-агресора. Стаття 26 цього ж закону гарантує журналістам такі права:

- вільний доступ до державних установ;
- можливість фіксації подій із використанням технічних засобів;
- право на перебування у місцях громадських зібрань, демонстрацій та надзвичайних ситуацій.

Водночас журналісти зобов'язані дотримуватися стандартів професійної діяльності, зокрема подавати об'єктивну та достовірну інформацію.

Таким чином, законодавче регулювання визначає як гарантії свободи діяльності ЗМІ, так і їхню відповідальність у процесі висвітлення діяльності державних інституцій. Встановлення прозорих стандартів співпраці між державними структурами та засобами масової інформації є необхідною умовою забезпечення демократичних принципів врядування та суспільного контролю.

Окреме значення для діяльності засобів масової інформації має доступ до інформації про функціонування органів державної влади, що регулюється, зокрема, законами України «Про інформацію» та «Про доступ до публічної інформації». У цьому контексті також важливим є положення статті 10 Конвенції Ради Європи про доступ до офіційних документів, згідно з яким органи державної влади зобов'язані за власною ініціативою, а також у разі необхідності, вживати заходів для публікації офіційних документів, які знаходяться в їхньому розпорядженні. Такий підхід сприяє забезпеченню прозорості діяльності державного апарату та залученню громадськості до процесів прийняття суспільно важливих рішень [18].

Законодавство України передбачає певні гарантії реалізації права на інформацію. Так, згідно зі статтею 6 Закону України «Про інформацію», органи державної влади повинні інформувати суспільство та засоби масової інформації про свою діяльність, прийняті рішення та забезпечувати функціонування відповідних підрозділів або визначених осіб, відповідальних за доступ до інформації. Разом з тим, це право може бути обмежене у випадках, коли йдеться про забезпечення національної безпеки, захист громадського порядку, запобігання злочинам, збереження державної таємниці або захист репутації та прав інших осіб [34].

Закон України «Про доступ до публічної інформації» визначає публічну інформацію як задокументовані відомості, що були створені або отримані органами державної влади чи іншими розпорядниками інформації під час виконання їхніх повноважень. Відповідно до цього закону, органи державної влади повинні оприлюднювати інформацію, яка стосується їхньої діяльності, зокрема відомості про організаційну структуру, функції, напрями роботи, фінансові ресурси та механізми їхнього використання. Окрім цього, до відкритих джерел належать також нормативно-правові акти, акти індивідуальної дії (за винятком

внутрішньоорганізаційних документів), проєкти нормативних актів, які перебувають на стадії обговорення, а також звіти про діяльність розпорядників інформації [32].

Журналісти можуть отримувати інформацію не лише з відкритих джерел, а й шляхом подання запитів до органів державної влади. Закон визначає запит на інформацію як звернення особи до розпорядника інформації з проханням надати відомості, які перебувають у його розпорядженні. Важливо, що запитувач має право звертатися за інформацією незалежно від того, чи стосується вона його особисто, і не зобов'язаний пояснювати мету свого запиту. Законодавство дозволяє подавати такі запити як у письмовій, так і в усній формі, а також через електронні засоби зв'язку.

Запит на інформацію повинен містити дані про запитувача, зокрема його ім'я та контактні відомості, а також опис запитуваної інформації. Якщо запит подається в письмовій формі, до нього додається підпис і дата. Водночас важливо розрізняти запит на інформацію та звернення за коментарем чи офіційною позицією органу влади, які надсилаються безпосередньо до прес-служб або прес-секретарів відповідних установ.

Запити на інформацію можуть оформлюватися на спеціальних формах, які надають самі розпорядники інформації. Ці форми містять інструкції щодо процедури подання та отримання відповіді. Відповідно до статті 20 Закону України «Про доступ до публічної інформації», органи державної влади зобов'язані надати відповідь на запит не пізніше ніж через п'ять робочих днів. Якщо запит стосується інформації, що має критичне значення, наприклад пов'язаної із захистом життя, екологічною безпекою або надзвичайними ситуаціями, відповідь має бути надана упродовж 48 годин. У разі, якщо обсяг запитуваної інформації є значним або потребує тривалого пошуку, строк розгляду запиту може бути продовжений до 20 робочих днів, про що запитувач інформується у письмовій формі [32].

Інформація, отримана на запит, надається безкоштовно. Однак, якщо відповідь передбачає виготовлення копій документів понад 10 сторінок, запитувач повинен відшкодувати витрати на копіювання та друк. Винятки становлять випадки, коли інформація стосується самого запитувача або має суспільний інтерес.

Водночас законодавство передбачає випадки, коли розпорядник інформації може відмовити у наданні запитуваних даних. Таке рішення може бути обґрунтоване тим, що запитувана інформація не перебуває у розпорядника, належить до категорії обмеженого доступу, або якщо запитувач не сплатив витрати на копіювання. Окрім того, якщо запит не відповідає вимогам щодо форми або змісту, це також може бути підставою для відмови. Неправомірною вважається відмова у наданні інформації у випадку, коли запитувачу просто вказують на можливість отримання даних із загальнодоступних джерел без конкретного надання відповідної інформації.

Якщо орган державної влади не володіє запитуваною інформацією, але йому відомо, хто нею розпоряджається, він повинен перенаправити запит відповідному суб'єкту, повідомивши про це запитувача. У такому разі строк надання відповіді розпочинається з моменту отримання запиту належним розпорядником.

У разі порушення права на доступ до інформації журналісти можуть оскаржити такі дії до керівника органу державної влади, вищої інстанції або до суду. Також можливо звернутися до Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини. У разі виявлення порушень Уповноважений може ініціювати притягнення винних осіб до адміністративної відповідальності. Кодекс України про адміністративні правопорушення передбачає, що уповноважені особи мають право складати протоколи про порушення права на інформацію та передавати їх до суду.

Законодавство дозволяє оскаржувати відмову у наданні інформації, затримку відповіді, ненадання повної або достовірної інформації, невиконання органами влади обов'язку щодо її оприлюднення, а також інші дії чи бездіяльність, що обмежують доступ до інформації. Особи, винні у порушенні закону, можуть бути притягнуті до відповідальності за такі дії, як ненадання або несвоєчасне надання відповіді, поширення неправдивої інформації, безпідставне віднесення даних до обмеженого доступу або приховування суспільно важливих відомостей.

Журналісти можуть обрати один із доступних способів захисту свого права на інформацію: подати скаргу керівнику відповідного органу влади, звернутися до вищої інстанції, суду або до Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини. Вибір механізму залежить від обставин справи. Подання скарги до вищого органу або до

Уповноваженого є безкоштовним і регулюється Законом України «Про звернення громадян». Судове звернення потребує сплати судового збору, однак у разі позитивного рішення можливе примусове виконання судового рішення, включно з відшкодуванням моральної та матеріальної шкоди [33].

Взаємодія засобів масової інформації та органів державної влади є одним із ключових механізмів функціонування демократичного суспільства. Мас-медіа не лише виконують функцію передання інформації, а й забезпечують громадський контроль над діяльністю державних органів, сприяючи прозорості та підзвітності влади перед суспільством. Водночас ефективність цього механізму значною мірою залежить від рівня свободи преси, дотримання законодавчих гарантій доступу до інформації, а також від спроможності ЗМІ виконувати свої функції без політичного чи економічного тиску.

Аналіз чинного законодавства України свідчить про наявність правових гарантій для роботи журналістів, зокрема захисту їхніх прав на доступ до інформації та заборони цензури. Закони України «Про інформацію» та «Про доступ до публічної інформації» забезпечують механізми отримання суспільно важливих даних, регулюють порядок подання інформаційних запитів та передбачають відповідальність державних органів за порушення права на доступ до інформації. Водночас існують певні обмеження, пов'язані із захистом національної безпеки, конфіденційності та громадського порядку, що можуть використовуватися як формальні підстави для обмеження доступу до окремих категорій даних.

Незважаючи на наявність нормативної бази, на практиці взаємодія між ЗМІ та державними органами залишається недосконалою. Часто спостерігаються випадки затримки у наданні відповідей на запити, приховування інформації або створення бюрократичних перешкод для доступу до важливих відомостей. У цьому контексті важливо вдосконалювати механізми правозастосування, зокрема підвищувати рівень відповідальності посадових осіб за порушення права на інформацію, а також розширювати можливості журналістів для захисту своїх прав через судові та адміністративні процедури.

Отже, для покращення взаємодії між ЗМІ та органами державної влади необхідно посилювати законодавчі механізми забезпечення інформаційної відкритості, а також сприяти підвищенню професійних стандартів журналістської діяльності. Важливим напрямом розвитку є впровадження сучасних цифрових технологій для полегшення доступу до державної інформації, розширення можливостей громадянського контролю та забезпечення більшої транспарентності діяльності державних інституцій.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

Аналіз механізмів взаємодії засобів масової інформації (ЗМІ) та органів державної влади в Україні дозволив окреслити ключові аспекти цієї взаємодії, її вплив на формування суспільної думки, демократичний процес та політичну стабільність. Взаємовідносини між ЗМІ та державними інституціями мають багатовекторний характер, оскільки передбачають як співпрацю в контексті забезпечення прозорості влади, так і конфліктні ситуації, спричинені різними інтересами сторін.

Дослідження дозволило визначити основні напрями та форми взаємодії між державою та засобами масової інформації. Одним із ключових механізмів комунікації є система офіційних інформаційних каналів, які використовуються для поширення офіційної інформації державними органами. До таких каналів належать прес-конференції, офіційні брифінги, заяви державних установ, прес-релізи, інформаційні платформи державних структур та урядові інформаційні агентства.

Однак, ефективність цих комунікаційних механізмів значною мірою залежить від рівня прозорості державного апарату та готовності органів влади до відкритої взаємодії з журналістами. Проблеми, що виникають у цьому процесі, пов'язані з обмеженим доступом ЗМІ до інформації, закритістю частини державних структур, наявністю бюрократичних перешкод у процесі отримання офіційних даних, а також нерідкими випадками маніпуляції інформаційним простором з боку політичних еліт.

У рамках дослідження також було проаналізовано роль прес-служб державних органів як важливих посередників у взаємодії держави та медіа. Прес-служби забезпечують інформаційний супровід діяльності органів влади, організовують комунікацію посадових осіб із журналістами, надають коментарі та офіційні відповіді на запити представників ЗМІ. Водночас ефективність їхньої роботи часто залежить від політичних пріоритетів керівництва державних органів, що може впливати на об'єктивність та оперативність подачі інформації.

Окрему увагу слід приділити питанням регулювання доступу журналістів до публічної інформації. Законодавча база України передбачає низку механізмів, що регулюють доступ представників медіа до офіційних даних. Основні положення щодо цього містяться в Законах України «Про інформацію» та «Про доступ до публічної

інформації». Вони гарантують право журналістів отримувати інформацію, яка має суспільне значення, та визначають процедуру подання запитів на її отримання.

Проте аналіз правозастосовної практики показує, що в Україні нерідко виникають ситуації, коли державні органи зловживають положеннями про обмежений доступ до інформації, посиляючись на законодавчі норми щодо державної таємниці, конфіденційності або захисту персональних даних. У багатьох випадках запити журналістів ігноруються або розглядаються з порушенням встановлених строків, що суттєво ускладнює роботу ЗМІ та обмежує можливості суспільства отримувати актуальну інформацію.

Крім того, особливістю сучасного інформаційного середовища є активне використання державними органами цифрових комунікаційних платформ. Сайти міністерств, відомств, Офісу Президента України, Верховної Ради та інших установ є основними джерелами поширення офіційної інформації. Разом із цим зростає роль соціальних мереж, через які державні інституції також здійснюють комунікацію з громадянами та ЗМІ. Такі механізми мають позитивний ефект, оскільки забезпечують оперативність і доступність інформації, однак водночас створюють ризики поширення маніпулятивного контенту та відсутності незалежного контролю над інформаційним потоком.

Ще одним важливим аспектом взаємодії ЗМІ та органів державної влади є процес формування інформаційної політики. В демократичних країнах інформаційна політика спрямована на забезпечення балансу між відкритістю державних структур, правом громадян на інформацію та необхідністю захисту національних інтересів. В Україні ж державна інформаційна політика часто виконує радше стратегічну функцію підтримки державного іміджу, що може включати як прозорі комунікаційні стратегії, так і контрольоване висвітлення діяльності влади у медіа.

Значний вплив на комунікаційну взаємодію між державними органами та ЗМІ мають політичні та економічні чинники. В Україні спостерігається тенденція до монополізації медіапростору, що призводить до ситуації, коли значна частина інформаційних ресурсів перебуває під контролем фінансово-політичних груп. Це, у

свою чергу, впливає на об'єктивність висвітлення подій та створює умови для маніпулювання суспільною думкою.

Окремо слід розглянути проблему впливу держави на ЗМІ через механізми фінансування та державного регулювання. Існування державних ЗМІ, таких як Національна суспільна телерадіокомпанія України, має на меті забезпечення незалежного та об'єктивного інформування населення. Однак ефективність таких медіа значною мірою залежить від рівня фінансової незалежності та свободи редакційної політики. Водночас державне регулювання у сфері медіа може використовуватися як інструмент тиску на незалежні ЗМІ, зокрема через механізми ліцензування, контроль за розподілом бюджетних коштів на інформаційну діяльність або адміністративний вплив на редакційну політику окремих медіаресурсів.

У процесі аналізу міжнародного досвіду було встановлено, що ефективна комунікація між державою та медіа є невід'ємною складовою розвиненої демократії. Наприклад, у країнах Європейського Союзу існують механізми забезпечення прозорості державної влади, включаючи регулярні публічні звіти органів влади, відкриті засідання уряду, гарантований доступ журналістів до державних установ та незалежні регуляторні органи, які контролюють діяльність ЗМІ та державних структур.

З огляду на зазначене, основні напрями покращення взаємодії ЗМІ та державних органів в Україні мають включати посилення законодавчих гарантій доступу до інформації, створення дієвих механізмів громадського контролю за діяльністю державних органів, розвиток суспільного мовлення та підтримку незалежних медіа. Важливим також є впровадження європейських стандартів комунікації влади, що передбачають розширення відкритих платформ для діалогу між державними структурами, медіа та громадянським суспільством.

Таким чином, проведений аналіз засвідчив, що взаємодія ЗМІ та органів державної влади є складним багатовекторним процесом, який включає співпрацю, інформаційну боротьбу, комунікаційну політику та медіарегулювання. Оптимізація цього процесу є ключовим фактором для забезпечення демократичних стандартів

функціонування суспільства та підвищення рівня довіри громадян до державних інституцій.

ВИСНОВОК

Дослідження еволюції засобів масової інформації (ЗМІ) як системного чинника політичного процесу дозволило зробити низку важливих висновків щодо ролі медіа у формуванні суспільної свідомості, політичного порядку денного та взаємодії між державними інституціями, суспільством і журналістськими структурами.

1. Роль ЗМІ у політичному процесі

Засоби масової інформації є не лише механізмом передавання інформації, а й активним учасником політичного дискурсу. Вони визначають головні теми обговорень, формують суспільний порядок денний, сприяють політичній соціалізації та впливають на формування громадської думки. У демократичних суспільствах медіа відіграють роль так званої «четвертої влади», здійснюючи громадський контроль над діяльністю урядових структур. Проте, їхній вплив може бути як позитивним, так і деструктивним у разі використання медійних ресурсів для маніпуляції, пропаганди чи дезінформації.

2. Політизація ЗМІ та проблема медіа-маніпуляції

Сучасні політичні процеси все частіше характеризуються тенденцією до політизації ЗМІ. У багатьох країнах світу, зокрема і в Україні, медіа використовуються як інструмент політичної боротьби, що веде до спотворення інформаційного простору. Особливу небезпеку становлять інформаційні війни та технології маніпуляції громадською думкою, що широко застосовуються в умовах гібридних конфліктів. Одним із ключових викликів у цьому контексті є поширення фейкових новин та дезінформаційних кампаній, що можуть суттєво впливати на електоральні уподобання громадян і державні рішення.

3. Вплив цифровізації на медіапростір

Стрімкий розвиток цифрових технологій та соціальних мереж докорінно змінив медійний ландшафт. Інтернет-ЗМІ, соціальні платформи та алгоритмічне ранжування контенту дозволяють поширювати інформацію з безпрецедентною швидкістю. Це створює можливості для ширшої демократизації інформаційного простору, проте водночас підсилює ризики інформаційного хаосу, втрати традиційних журналістських стандартів та поширення дезінформації. Крім того, цифровізація

створює нові механізми державного контролю над інформаційним простором, що особливо помітно в авторитарних і гібридних режимах.

4. Взаємодія ЗМІ та державних інституцій

Аналіз засвідчив, що ефективність функціонування демократичної системи значною мірою залежить від рівня свободи преси та відкритості державних органів. В Україні, попри законодавчі гарантії свободи слова, взаємодія між ЗМІ та владою часто супроводжується спробами цензури, тиску на журналістів і обмеження доступу до публічної інформації. Для забезпечення демократичних стандартів необхідно вдосконалювати механізми захисту журналістів, сприяти незалежності медіа від олігархічних структур та посилювати правове регулювання інформаційного простору.

5. Роль ЗМІ у кризових ситуаціях та воєнний час

Значна увага у дослідженні приділена аналізу функціонування ЗМІ в умовах політичної кризи та воєнного стану. Досвід України засвідчив, що під час війни медіа відіграють критично важливу роль у підтримці морального духу суспільства, мобілізації громадян та боротьбі з ворожою пропагандою. Водночас воєнні умови спричиняють необхідність державного регулювання медійного простору, що може викликати дискусії щодо меж свободи слова та правомірності цензури в умовах національної безпеки.

6. Пропозиції щодо вдосконалення медійного регулювання

З метою підвищення ефективності ЗМІ як системного чинника політичного процесу доцільно впроваджувати наступні заходи:

- Підвищення стандартів журналістики шляхом запровадження незалежних медійних регуляторів, розширення професійних стандартів журналістської етики та створення механізмів перевірки фактів.
- Посилення медіаграмотності серед громадян, що дозволить зменшити вплив маніпуляцій та дезінформації на суспільну свідомість.
- Розвиток механізмів громадського контролю над діяльністю ЗМІ, зокрема через незалежні громадські ради, що оцінюватимуть якість інформаційного контенту.

- Адаптація законодавства до європейських стандартів у сфері медіарегулювання, зокрема посилення гарантій свободи слова та незалежності редакційної політики ЗМІ від політичного впливу.
- Запровадження технологічних рішень для боротьби з дезінформацією, зокрема алгоритмів штучного інтелекту для ідентифікації фейкових новин та координації міжнародних ініціатив з протидії інформаційним загрозам.

Засоби масової інформації залишаються ключовим елементом політичного процесу, виконуючи як інформативну, так і контролюючу функцію. Однак їхня роль безпосередньо залежить від рівня демократії, розвитку правової бази та рівня професійної відповідальності журналістів. В умовах глобальної цифровізації та інформаційних війн особливо важливим є розвиток стійкої та відповідальної медійної системи, що забезпечить прозорість, плюралізм думок та захист від маніпуляцій. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на аналіз інноваційних підходів до регулювання інформаційного простору, зокрема через механізми штучного інтелекту та децентралізованих інформаційних платформ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алєйник В. Технологічні чинники зростання ролі ЗМК як фактору формування політичної свідомості в сучасному світі. Ольвійський форум. Стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі. Актуальні проблеми соціології, політології, філософії. Тези XXI Міжнар. наук. конф., 20–23 червня. Миколаїв. Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2024. С. 20–24.
2. Анісімович-Шевчук О. Політична комунікація. До проблеми формування інформаційного простору України. International scientific and practical conference. 2020. № 10. С. 103–107.
3. Антонюк О. Сучасний стан стратегії просування бренда держави в Україні. Економіка та держава. 2011. № 8. С. 64–67.
4. Байрачна Л. Засоби масової комунікації як інструмент легітимації державної влади. Інформація і право. 2015. № 3(15). С. 27–35.
5. Бойко П. Цифрові комунікації та їх вплив на політичну участь громадян. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2023. № 4(78). С. 39–47.
6. Войчук В. Роль засобів масової інформації у демократичному політичному режимі. Вісник МАУП. 2024. № 3. С. 45–52.
7. Главацька Ю. Класифікація «фейкових» новин у сучасному медіапросторі. Синергетичний аспект. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія. Германістика та міжкультурна комунікація. 2019. № 1. С. 275–280.
8. Горбач О. Вплив соціальних медіа на політичну комунікацію в Україні. Соціальні науки. 2024. № 2. С. 45–58. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1416>.
9. Горбенко Н. Медіатизація та вплив ЗМІ на порядок денний. Актуальні проблеми політики. 2021. № 67. С. 53–60.
10. Горбенко Н. Постправда як феномен сучасної політики. Education and science of today. Intersectoral issues and development of sciences. 2021. Vol. 3. С. 23–27.

- 11.Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів. Протокол I. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/go/995_199.
- 12.Дойч К. Народи, нації та комунікація. Націоналізм. Антологія. Упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. Київ, 2000. 546 с.
- 13.Дроботун Д. Медіафактор у діяльності політичних еліт. Політичні інститути та процеси. 2021. № 4. С. 33–38.
- 14.Інструменти інформаційної війни Росії проти України під час повномасштабного вторгнення 2022–2024 рр. Журнал політичних досліджень. 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/16104>.
- 15.Інтерфакс-Україна. Трансформація українських медіа під час війни. Здобутки, виклики і перспективи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/blog/914975.html>.
- 16.Кацуба М. Художнє кіно як засіб формування масової політичної свідомості. Політичний менеджмент. 2013. № 1–2. С. 136–144.
- 17.Качинська Н. Формування та реалізація іміджевої стратегії держав в умовах глобалізаційних змін. Політичний менеджмент. 2010. № 1. С. 163–169.
- 18.Конвенція Ради Європи про доступ до офіційних документів. Конвенція Ради Європи від 18 червня 2009 року. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_001-09
- 19.Конституція України. Від 28 червня 1996 року № 254к/96-ВР. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
- 20.Костиря І. Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні. Політичні інститути та процеси. Політичний менеджмент. 2013. № 1–2. С. 109–118.
- 21.Кравчук В. Трансформація інформаційного простору. Роль цифрових платформ у політичній комунікації. Науковий вісник Інституту журналістики. 2024. № 1. С. 102–111.

- 22.Кравчук С. Експерти ГО «Детектор медіа» презентували тенденції в інформаційному просторі на старті місцевої виборчої кампанії 2020. Детектор медіа.
- 23.Кресіна І. Правовий вимір інформаційної політики України в умовах глобальних викликів. Монографія. Київ. Логос, 2018. 240 с.
- 24.Крос К. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах. Перспективи конкуренції. К. Крос, Р. Гакет. Пер. з англ. Р. Ткачук. Київ. Основи, 2000. 142 с.
- 25.Медіа в Україні. Державна політика. Міністерство культури та інформаційної політики України, 2023. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mcsc.gov.ua/news/media-v-ukrayini-derzhavna-polityka-v-sferi>.
- 26.Мельник М., Постульга В. ЗМІ і влада в Україні. Як подолати корупцію? Національна безпека і оборона. 2001. № 1.
- 27.Мороз К. ЗМІ як засіб впливу на політичні уподобання аудиторії. Архів кваліфікаційних робіт. 2023.
- 28.Національний інститут стратегічних досліджень. Приватні розвідувальні компанії. Іноземний досвід залучення. Аналітична доповідь. Київ, 2022. С. 11–12. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-06/analitichna-dopovid.pdf>.
- 29.Парфенюк І. Інструментарій інформаційних війн. Традиційні та новітні засоби. Вісник Книжкової палати. 2019. № 1. С. 7–10.
- 30.Пасько І., Пасько Я. Громадянське суспільство і національна ідея. Україна на тлі європейських процесів. Компаративні нариси. Донецьк, 1999. 58 с.
- 31.«Позитивні» публікації про Україну. Покращення іміджу чи «джинса»? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/inozmi/deutschewelle/2013/08/23/6996551>.
- 32.Про доступ до публічної інформації. Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. Станом на 8 жовтня 2023 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>

33. Про звернення громадян. Закон України від 02.10.1996 № 393/96-ВР. Станом на 31 грудня 2023 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр>
34. Про інформацію. Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. Станом на 15 листопада 2024 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
35. Проноза І. Політичні PR-технології як інструмент формування політичної свідомості. Політичне життя. 2021. № 2. С. 96–101.
36. Рафальський О. Консолідація українського суспільства. Етнополітичний вимір. Київ. Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2018. 400 с.
37. Роль засобів масової інформації у політичній стратегії інформаційного суспільства. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/27249>.
38. Савкіна А. Політична мова ЗМІ. Характерні особливості та маніпулятивний потенціал. 2024.
39. СБУ спростувала інформацію про диверсантів з Білорусі на Волині. Укрінформ. 2022. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3428165-sbu-sprostuvala-informaciu-pro-diversantiv-z-bilorusi.html>.
40. Семенець О. Синергетичні аспекти формування медійних дискурсивних практик. Нова філологія. 2018. № 73. С. 122–129.
41. Скандальна компанія Cambridge Analytica працювала на українську партію – експівробітниця. УНІАН. 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.unian.ua/politics/10819673-skandalna-kompaniya-cambridge-analytica-pracyuvala-na-ukrajinsku-partiyu-eks-spivrobitnicya.html>.
42. Соломенко Л. Особливості впливу сучасних засобів масової інформації на формування та розвиток масової мовленнєвої культури. Культура і сучасність. Альманах. 2022. № 2. С. 42–48.
43. Соціологічні дослідження. Центр Разумкова. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/>

- 44.Стаття 79. Заходи щодо захисту журналістів. Журналісти, що перебувають у небезпечних професійних відрядженнях. Захищена сторінка. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/pravovi-akti-mijnarodni/stattya-zahodi-schodo-zahistu-137146.html>
- 45.Третій день нападу Росії. Що відбувається на Волині – онлайн. Сила Правди. 2022. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://sylapravdy.com/tretij-den-napadu-rosiyi-shho-vidbuvayetsya-na-volyni-onlajn>.
- 46.Укрінформ. До середини року більш як половина населення світу буде користувачами соцмереж. Укрінформ. 2020. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubrictechnology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naselenna-svitubude-koristuvacami-socmerez.html>.
- 47.Фейк. Сумська обласна лікарня повідомила про термінову потребу крові для поранених в Курській області. Гвара Медіа. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://gwaramedia.com/feyk-terminova-potreba-v-sumakh-donorskiy-krovi-dlia-poranenykh-v-kurskiy-oblasti>
- 48.Халипов В. Введение в науку о власти. Москва. Технологическая школа бизнеса, 1995. 156 с.
- 49.Штучний інтелект та DeepFake – нові методи ворожої пропаганди. Ukr.net. 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukr.net/news/details/technologies/100152508.html>.
- 50.Яремчук С. Соціологія масової комунікації. Навч. посібник. Чернівці. Чернівецький національний університет, 2015. 248 с.
- 51.Про телебачення і радіомовлення. Закон України від 21.12.1993 № 3759-XII. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/3759-12>.
- 52.Мас-медіа на перехідному етапі. Система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження. За ред. Р. Блюма, М. Герольда, В. Іванова, В. Різуна. Київ, 2001. 302 с.
- 53.Cadwalladr C., Graham-Harrison E. Revealed. 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. The Guardian. 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу:

- <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>.
54. Collection of documents of the Council of Europe. Safety of journalists. Kyiv. LLC LIV PRINT, 2016.
 55. Confessore N. Cambridge Analytica and Facebook. The Scandal and the Fallout So Far. The New York Times. 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>.
 56. DataReportal. Digital 2024. July Global Statshot. DataReportal. – 2024. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-july-global-statshot>.
 57. Digital 2024. 5 billion social media users. We Are Social UK. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users>
 58. Evaluating News. Fake News and Beyond. Case Study. Pizzagate. Lakeland Community College. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://research.lakelandcc.edu/fakenews/pizzagate>.
 59. Gitnux. Mobile Phone Users Statistics. Gitnux. 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://gitnux.org/mobile-phone-users-statistics/>.
 60. Gorokhovska O., Semenyuk I. Lieber Code and its implications for development and codification of international humanitarian law. Derzhava ta Regiony. Seriya Pravo. 2014. № 2. С. 114–118.
 61. Howard D. Remaking the pen mightier than the sword. An evaluation of the growing need for the international protection of journalists. Digital Commons. University of Georgia Law Library. 2022.
 62. Journalism in Conflict. Best Practices and Recommendations. A Handbook of Recommendations for Media Workers. Kyiv. VAITE Company. 2016.
 63. Kleinwachter W. The Protection of Journalists in Armed Conflicts. Historical Developments and Challenges. International Communication Gazette. 2019. Vol.

- 81(6). С. 534–550. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048518802245>
64. Kline J. G. Jung and Norman Cohn Explain Pizzagate. The Archetypal Dimension of a Conspiracy Theory. *Psychological Perspectives*. 2017. № 60(2). С. 186–195.
65. Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2013. Т. 110. № 15. С. 5802–5805.
66. Medellin Declaration Securing the Safety of Journalists and Combating Impunity. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cutt.ly/3wXUcBfb>.
67. Price M. Press Freedom and International Human Rights. Oxford University Press. 2018. С. 87–110. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://global.oup.com/academic/product/press-freedom-and-international-human-rights-9780198715065>.
68. Resolution 1265. The Protection of civilians in armed conflict adopted by the Security Council. United Nations Digital Library. 1999. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cutt.ly/lwXUbUnw>.
69. Resolution 1674 at its 5430th meeting. Official Documents System of the United Nations. 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cutt.ly/OwXUvTxo>.
70. Safety Guide for Journalists. A Handbook for Reporters in High-Risk Environments. Paris. Reporters Without Borders International Secretariat. 2017.
71. Statista. Internet Usage Worldwide. Statista. 2024. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/>.
72. Tykhonenko I. Evolution of International Legal Framework for the Activities of Mass Media in Wars and Armed Conflicts. *Засновник видання*. 2024. № 7. 76 с.
73. UNESCO. Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Media to Strengthening Peace, Human Rights and Countering Racism and Incitement to War. Adopted at the 20th Session of the General Conference of UNESCO. 1978. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000048054>

74. What's The Big Data. Smartphone Statistics. What's The Big Data. 2024. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://whatsthebigdata.com/smartphone-stats/>
75. Wylie C. Mindf*ck. Inside Cambridge Analytica's Plot to Break the World. Random House. 2019.
76. Zuckerberg M. Zuckerberg says he regrets caving to White House pressure on content. Politico. 2024. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.politico.com/news/2024/08/26/zuckerberg-meta-white-house-pressure-00176399>.