

Ім'я користувача:
приховано налаштуваннями конфіденційності

ID перевірки:
1016005203

Дата перевірки:
14.12.2023 12:26:26 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet

Дата звіту:
14.12.2023 12:28:41 EET

ID користувача:
100009701

Назва документа: Ільницький О. Антиплагіат

Кількість сторінок: 61 Кількість слів: 12668 Кількість символів: 97702 Розмір файлу: 2.52 MB ID файлу: 1015689812

6.6% Схожість

Найбільша схожість: 1.97% з Інтернет-джерелом (<http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/d>)

6.6% Джерела з Інтернету

258

Сторінка 63

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

0.66% Цитат

Цитати

5

Сторінка 64

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

3

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗМІ НА РЕГІОНАЛЬНІ ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ

1.1. **Сутність** поняття «регіональний політичний процес».

Особливе значення для вивчення політичного процесу та його видів має структурно-функціональний підхід, висновки концепції політичної системи Г. Алмонда (1911-2002). Завдяки їх використанню розкривається циклічний характер політичного процесу, що складається з етапів:

а) отримання інформації про вимоги навколишнього середовища та вилучення з неї інтелектуальних, матеріальних та кадрових ресурсів; б) аналізу отриманої інформації та вироблення рішень, що забезпечують функціонування та розвиток соціальної системи, а також адаптацію до вимог навколишнього середовища та розвиток самої політичної системи; в) практичної діяльності політичних інститутів та інших суб'єктів політики щодо реалізації прийнятих рішень. Крім того, структурно-функціональний підхід свідчить, що діяльність окремих політичних суб'єктів щодо вирішення будь-яких конкретних завдань утворює відносно самостійні політичні процеси, що є елементами загального політичного процесу функціонування та зміни політичної системи суспільства [20, с. 35].

Застосування синергетичного підходу виявило дві важливі обставини. По-перше, окрім свідомої, цілеспрямованої діяльності суб'єктів політики у політичних процесах велика роль механізмів саморегуляції політичної системи, які можна вивчати та використовувати. По-друге, великий потенціал мають політичні кризи. Вони відкривають нові можливості в управлінні політичним розвитком країн та регіонів і можуть цілеспрямовано створюватися з метою переведення політичних систем, інститутів, режимів та

ситуацій у новий якісний стан [29]. Розглянуті характеристики політичного процесу дозволяють зробити такий висновок. Політичний процес - це послідовна реалізація функцій політичної системи суспільства, що включає певну сукупність послідовних дій суб'єктів політики щодо завоювання, утримання та використання державної влади, регулювання соціальних, економічних, духовно-культурних та політичних відносин та вирішення практичних завдань у різних сферах суспільного життя; це послідовна зміна станів суб'єктів та об'єктів політики, а також відносин між ними внаслідок їхньої взаємодії; це хід розвитку політичних подій та явищ [30]. У політичній науці поняття політичного процесу використовується як у широкому, так і у вузькому сенсах. У широкому – воно означає сукупність всіх дій та змін політичної системи суспільства в цілому, тобто загальносистемний політичний процес. У вузькому - застосовується для позначення певної послідовності дій та ходу змін у її окремих частинах та елементах, тобто приватних політичних процесів чи субпроцесів. Отже, політичний процес - це сукупність політичних процесів у вузькому значенні слова [20]. Будучи динамічною, рухомою, постійно змінюваною стороною політичної системи суспільства, політичний процес сам є складною системою політичної та соціальної взаємодії. Ця система включає ряд компонентів і може аналізуватися під різними кутами зору.

Насамперед політичні процеси ранжуються за рівнем. Він визначається масштабом та значимістю: а) політичних суб'єктів, які здійснюють певний процес; б) територій, де він протікає; в) його результатів та наслідків, що протікають у рамках однієї країни, і зовнішньополітичні, чи глобальні, що стосуються відносин держав із іншими державами чи міжнародними організаціями [41]. У межах внутрішньополітичних процесів виділяються такі чотири рівні. До загальнонаціонального рівня належать процеси, в яких

беруть участь політичні суб'єкти загальнодержавного масштабу (вищі органи держави та політичних партій, політичні еліти, загальнонаціональні лідери, інститути громадянського суспільства, великі групи громадян, електорат загалом) та в ході яких вирішуються політичні, економічні, соціальні, духовно-культурні та інші проблеми усієї країни [38]. Регіональний рівень включає процеси, які відбуваються у суб'єктах федеративних держав (республіках, штатах, землях тощо) чи адміністративно-територіальних утвореннях унітарних держав (областях, провінціях, департаментах тощо). У них беруть участь суб'єкти політики регіонального рівня та вирішуються проблеми відповідного масштабу. Місцевий (муніципальний) рівень охоплює політичні процеси, що реалізуються у межах місцевих територіальних утворень. Вони стосуються питань діяльності органів місцевого самоврядування та місцевих відділень політичних партій щодо вирішення проблем життєзабезпечення населення відповідних територій. Їх активними учасниками виступають політичні суб'єкти муніципального рівня, і навіть пересічні громадяни [14, с. 240]. До мікрорівня політичних процесів відносяться політичні події та зміни, що стосуються окремих осіб, наприклад процес формування їх політичних поглядів та лідерських якостей або процес вироблення їх особистої позиції з якогось політично важливого питання. З погляду складу політичний процес як система взаємодії включає: а) суб'єкти, активні учасники того чи іншого політичного процесу, які виступають у ролі його ініціаторів, організаторів чи кураторів; б) об'єкти впливу суб'єктів, які зазнають певних змін, які є метою чи результатом відповідного політичного процесу; в) ресурси, використовувані суб'єктом політичного процесу з метою на його об'єкти; г) сукупність дій суб'єктів політичного процесу та ланцюг подій, що становлять його зміст та забезпечують досягнення поставленої мети або отримання певного результату.

У ролі суб'єктів політичного процесу можуть виступати всі види суб'єктів політики: індивідуальні – виборці, члени політичних партій та громадських організацій, державні службовці, політичні діячі; групові - різні типи соціальних спільностей (класи; соціальні, професійні та демографічні групи), нації, еліти, суспільство в цілому; інституційні - держава та її органи, політичні партії, профспілки, підприємницькі організації тощо [15].

Головним та наймогутнішим суб'єктом політичного процесу виступає держава. У той самий час ефективність суб'єктів політичного процесу залежить лише від їхнього формального статусу, а й від якісного стану у конкретний період - організованості, мобілізованості, вмотивованості та інших характеристик. На певних етапах розвитку політичного процесу, особливо в умовах глибокої соціально-економічної кризи, політичної кризи та різкого ослаблення держави, вирішальним суб'єктом можуть стати широкі народні маси та їх безпосередні представники. Об'єктами політичного процесу виступають найрізноманітніші явища та процеси, і навіть індивіди, соціальні спільності та інститути, які піддаються впливу суб'єктів політичного процесу з метою зміни і переведення у новий якісний чи кількісний стан. Об'єктами політичного процесу є також новостворені інститути, відносини тощо, наприклад, нові закони, нові політичні партії, нові органи державного управління [20]. Ресурси політичного процесу збігаються з ресурсами політичної влади, оскільки діяльність політичних суб'єктів з управління політичним процесом по суті є реалізація ними своєї влади. Як ресурси політичного процесу використовуються:

- по-перше, джерела політичної влади (як матеріальні - природні та людські ресурси, матеріальні цінності, органи правопорядку, засоби масової інформації і т. д., так і нематеріальні - авторитет, воля, традиції, право, організація, знання, наука, громадська думка тощо);

- по-друге, засоби політичної влади (примусові, утилітарні, нормативні, духовно-ідеологічні та інформаційні методи впливу суб'єктів на об'єкти).

Сукупність дій політичних суб'єктів та ланцюг подій, до яких вони призводять, є найважливішим компонентом будь-якого конкретного політичного процесу чи субпроцесу. Саме оптимальний підбір цих дій та якість їх реалізації, ефективне використання наявних ресурсів впливу суб'єктів на об'єкти багато в чому визначають успіх чи невдачу процесу загалом.

Крім розглянутих компонентів політичного процесу, його структура включає більшу чи меншу кількість субпроцесів, що є складовими частинами загального політичного процесу. Так, наприклад, процес виборів депутатів органів законодавчої влади чи вищих посадових осіб поділяється на відносно самостійні процеси добору та висування кандидатів, реєстрації кандидатів, ведення передвиборчої агітації, контролю за ходом голосування та підрахунком голосів тощо [37]. Політичний процес як хід розвитку політичних подій та явищ природно поділяється на певні стадії чи етапи. На першому, попередньому етапі у суспільстві чи якійсь із його підсистем визріває певне протиріччя, потребує свого вирішення, чи формується певна потреба, яка може бути задоволена лише у вигляді дій органів держави, політичних партій чи інших суб'єктів політики. Це етап зародження політичного процесу. На наступному, другому етапі відбувається усвідомлення суб'єктами політики актуальності певних проблем та протиріччя та необхідності їх вирішення. Це етап актуалізації політичного процесу та його включення до політичного порядку денного. У тих випадках, коли суб'єкти політичної влади планомірно та оперативно виконують свої функції артикуляції (формулювання) та агрегації (узагальнення) інтересів та запитів довкілля, формування політичного порядку денного відбувається своєчасно

та безконфліктно. Якщо ж вони з якихось причин не реагують на потреби суспільства, це призводить до загострення невирішених економічних, соціальних та інших проблем (наприклад, стагнація економіки, падіння життєвого рівня населення, міжнаціональні конфлікти тощо) [29]. У такій ситуації замість політичного процесу вирішення актуальних суспільних проблем може розпочатись політичний процес зміни влади. Третій етап політичного процесу - це визначення позицій політичних суб'єктів, вироблення ними своєї політики та ухвалення відповідних політичних рішень. Його можна назвати етапом інституціалізації. Обсяг і змістом діяльності політичних суб'єктів цьому етапі залежить від масштабу самих суб'єктів і об'єктів політичного процесу складності розв'язуваних завдань, т. е. від рівня політичного процесу. Так, наприклад, у загальнонаціональному політичному процесі управління розвитком економіки країни або її окремих галузей держава розробляє економічну політику, аграрну політику, податкову політику, митну політику тощо. У цьому випадку йдеться про політику в її функціональному значенні як сукупність цілей, принципів, форм і методів використання державної влади на користь вирішення суспільно значимих завдань. Результати вироблення політики закріплюються як політичного рішення, підлягає виконанню. На четвертому, основному етапі здійснюється взаємодія головних суб'єктів політичного процесу з його об'єктами та з іншими, що співробітничать з ними або суб'єктами політики, що протистоять їм; вирішуються або поглиблюються суспільні протиріччя, що спричинили відповідний процес; досягаються або виявляються недосяжними цілі учасників політичних подій. Отже, це етап реалізації потенціалу політичного процесу, закладених у ньому можливостей зміни соціальної дійсності. Головний його зміст складає практична діяльність суб'єктів політики щодо виконання прийнятих рішень і реагування на нові ситуації. Це

найважливіший етап будь-якого політичного процесу, оскільки навіть найобґрунтованіші рішення без ефективної та своєчасної реалізації не гарантують його остаточного успіху [41]. П'ятий етап розвитку політичного процесу - це етап завершення переходу всіх сторін політичної взаємодії у новий якісний стан та визнання, конституювання суспільством та суб'єктами політики нової соціальної та політичної реальності.

Політичний регіон (просторово-організоване або історично сформоване співтовариство) стає суб'єктом політичної регіоналізації. Регіоналізм - це особлива стратегія, заснована на злагоді всередині регіону та спрямована на створення в ньому сильних та ефективних політико-адміністративних структур; це сукупність соціокультурних та політичних рухів, що виступають проти уніфікації [38]. У французькій літературі під регіоналізмом розуміється система політичної та адміністративної децентралізації. Система надає територіям держави деяку незалежність щодо центральної влади [30]. Регіоналізм - це особливий комплекс взаємопов'язаних явищ суспільного життя, що свідчать про нестійкий стан політико-територіальної організації держави, яке пов'язане з процесом перерозподілу публічної влади [20]. Розрізняють зовнішній та внутрішній (процес перерозподілу владних повноважень від держави на рівень територіальних утворень) типи регіоналізму. У цьому контексті слід чітко визначити регіоналізацію у співвідношенні з такими процесами як деволюція та децентралізація, кожен з яких виявляється у передачі повноважень від центру до регіонів. Децентралізація - розосередження влади між центром та периферією, передача частини повноважень центру виборним органам департаментів та регіонів [37]. Деволюція передбачає, крім надання широкої автономії, регіонам гарантії збереження переданих повноважень. Політичним результатом регіоналізму стає регіоналізація. Регіоналізація є реальним

процесом структурування простору, більш повного включення регіонів в економічне, соціальне та політичне життя на національному та транснаціональному рівнях [37]; процес, спрямований на створення взаємозалежної політико-економічної системи, що забезпечує особливий статус регіональних утворень у політичній системі держави, участь регіонів у реалізації державної влади, їхню відносно економічну та фінансову самостійність в умовах унітарної держави [20]; політичний процес, який спричиняє територіальну диференціацію та певне структурування простору [20]. Забезпечити державне регулювання територіального розвитку покликана регіональна політика. Вирізняють різні критерії підходу до визначення поняття «регіональна політика»: сфери регулювання проблем регіонів; суб'єкти та об'єкти регіональної політики [15]. Комплексний підхід до розуміння змісту регіональної політики розкриває всі її підсистеми: політичну, економічну, соціальну, етнонаціональну, духовну. Політична наука визначає регіональну політику як складову частину політики держави в особі її політичних інститутів, спрямовану на організацію національного простору (території) відповідно до обраної стратегії розвитку; систему принципів, пріоритетів та норм, що визначають характер взаємодії центральних органів влади з органами влади у регіонах. Головна особливість регіональної політики у тому, що органи в структурі державної влади є координуючою ланкою регіональної політики на всіх рівнях влади. Регіональну політику розрізняють виходячи з трьох рівнів влади - федеральну, субрегіональну та місцеву. Мета регіональної політики - знайти компроміс між інтересами регіональних органів державної влади та органами місцевого самоврядування [41]. Як об'єкт регіональної політики виступають «різного роду регіональні (просторові) нерівності» [38]. Найважливішою причиною просторових нерівностей є політичні умови, форми загальної та регіональної політики,

інституційні фактори, ступінь регіональної автономії, історія розвитку та інші фактори [29]. Державна регіональна політика є основним інструментом регулювання відносин центр-регіон, створення єдиного правового та економічного простору [37]. Посилення латентних протиріч між центром та регіонами, ролі державної домінанти викликають необхідність уточнення та розробки системної регіональної політики. Відповідно цілком доцільне збереження та раціональне використання минулого досвіду державного планування у вирішенні територіальних проблем. Регіональна політика постає як система цілей та завдань органів державної влади щодо управління політичним, економічним та соціальним розвитком регіонів країни, а також як механізм їх реалізації [41]. Основними напрямками регіональної політики там є:

- 1) децентралізація політико-адміністративної влади та економіки;
- 2) розробка спільних стратегій економічного розвитку країни та регіонів;
- 3) вирівнювання рівнів соціального та економічного розвитку територій;
- 4) координація довгострокових регіональних програм [37].

Проаналізувавши вищезазначене, можемо констатувати, що політичний процес є складним, багатогранним явище. Для адекватного розуміння потрібне використання всього арсеналу найважливіших методів політологічного дослідження. Лише їх комплексне застосування дозволяє виявити основні прояви та характерні риси цього феномену. Він включає в себе як усе різноманіття взаємодій політичних інститутів усередині самої політичної системи, так і їх дій з управління економічною, соціальною та духовною сферами життя. У свою чергу економічні, соціальні та духовні фактори надають сильний вплив на зміст та динаміку політичного процесу. Системний підхід також розкриває багаторівневу структуру політичного процесу, що включає світовий політичний процес як динамічний бік світової

політичної системи. Поняття «політичний процес» є категорією наукового аналізу. У політології це одна з основних категорій політичної системи суспільства. Сутність політичного процесу - створення та підтримання політичних інститутів, норм та відносин політичної поведінки (політичної діяльності та участі). Політичний процес постає як сукупна діяльність всіх суб'єктів політичних відносин, що забезпечує існування та життєздатність політичної системи суспільства.

Отже, регіональний політичний процес, регіональна політика, політичні процеси та регіоналізм - це ключові аспекти аналізу впливу ЗМІ на громадянську участь у політичному житті регіонів. Їх взаємозв'язок та взаємодія відображають динаміку впливу медіа на формування політичних дискусій, сприяючи зростанню свідомості громадян у країні. Регіональний політичний процес, що виникає у контексті регіональної політики та регіоналізму, залежить від сприйняття та інтерпретації інформації, що поступає через ЗМІ. Це спільно визначає активність громадян у політичних процесах регіону, зокрема їхня участь у прийнятті рішень та формуванні громадської думки.

1.2. Становлення та еволюція ЗМІ.

Історія розвитку ЗМІ свідчить про постійний рух та зміну комунікаційних каналів, починаючи з доісторичних часів. Еволюція журналістики зосереджувалася на задоволенні потреб людей у соціально значущій інформації, яка поширювалася шляхом різноманітних носіїв та способів комунікації, від шаманів та оракулів до писемних видань та газет. Історія виходу перших газет у Римі, зокрема «Acta diurna» («Події дня») у 5

столітті до н. е., підкреслює значущість преси ще з давніх часів. Дослідження також згадують про доісторичні видання у Азії, такі як «Діба» та «Кібелчжі» у Китаї, або «Іоміурі каварабан» у Японії, що свідчать про прагазетні тенденції у цих регіонах. Такий розвиток підкреслює значення ЗМІ від ранніх часів і їхню постійну адаптацію до потреб суспільства.

Хронологія основних етапів розвитку ЗМІ виглядає наступним чином: до початку нашої ери, спілкування та обмін інформацією відбувалися через різноманітні канали, від усної передачі до символічних записів на глиняних дошках. Ці прагазетні явища є свідченням спроби людства систематизувати інформацію та передати її наступним поколінням. З початку нашої ери до 15 століття н.е. рукописні видання стали першими спробами організації знань в письмовій формі. Цей етап відзначався першими спробами структурування та збереження інформації. З 15 століття починається епоха друкарства, що значно розширює можливості розповсюдження інформації. Поява друкованих видань відкрила шлях до масового розповсюдження знань. З 18 століття журналістика стає важливим суспільним інститутом, а преса - основою демократії. Розвиток поліграфічної техніки дозволяє значно підвищити обсяг і якість видань. Від 1900 до 1945 року преса набуває функцій "четвертої влади", стаючи ключовим інструментом контролю та впливу на суспільство. Процес концентрації та монополізації ЗМІ, що відбувався з 1945 до 1955 року, вплинув на контроль інформації, обмеживши медійне різноманіття. Від 1955 до 1990 року електронні засоби комунікації набувають переваги, ведучи до нових шляхів передачі та сприйняття інформації. З 1990 року і до сьогодні, становлення нового інформаційного порядку в світі супроводжується стрімким розвитком технологій та зміною підходів до сприйняття та обміну інформацією [12].

Сучасне суспільство переживає значні зміни в медіа-ландшафті, а регіональні ЗМІ виступають ключовим елементом цього процесу. Зростаюча конкуренція, вплив інтернет-технологій, зміни в політичному та економічному середовищі вносять суттєві виклики для цього сегменту медіа. Окрім того, відносно України, де питання медіа-плюралізму та громадянського суспільства є актуальними, розгляд становлення регіональних ЗМІ має важливий практичний аспект. Як стверджує М. Удуг, «ЗМІ – це частина масових інформаційних процесів, елемент у системі засобів масової комунікації, що включає всі види масового спілкування як технічні, так і усні. Засоби масової інформації – це періодична преса, радіо, телебачення, звукозапис, відеозапис, комп'ютерні нагромадження, обробка, передача й прийом інформації, система Інтернет» [43, с.35].

Синонімічним до «регіонального» може бути «локальний» чи «місцевий». Згідно тлумачення Всесвітнього словника української мови, «місцевий – це такий, який стосується певної місцевості, живе в якійсь місцевості тощо; властивий даній місцевості, поширений в ній» [4]. «Локальний», відповідно до визначення Тлумачного словника української мови означає «місцевий; властивий певній місцевості, певному середовищі» [1].

Регіональні ЗМІ в сучасному інформаційному ландшафті виконують невід'ємну роль у формуванні громадської свідомості та політичної культури на місцевому рівні. Об'єктивна та доступна інформація, яку надають ці медійні засоби, визначає їхню ключову роль у підтримці громадської активності та стабільності у суспільстві.

Регіональні ЗМІ, орієнтовані на місцеву аудиторію, володіють важливою функцією інформування громадян про події, що відбуваються в їхньому конкретному регіоні чи області. Це дозволяє населенню бути в курсі того, що

відбувається навколо, та приймати обдумані рішення в контексті місцевого співтовариства. Регіональні ЗМІ є каналом для висловлення проблем та інтересів місцевого населення, створюючи платформу для діалогу між громадою та владою.

Регіональні ЗМІ, як ключовий елемент медійного простору, виконують ряд основних функцій, що визначають їхню важливу роль у формуванні громадянського суспільства та регулюванні політичної комунікації на місцевому рівні.

На нашу думку, регіональні ЗМІ виконують такі функції: по-перше, функція інформаційного постачання є основою існування регіональних ЗМІ. Вони відіграють роль посередника між подіями та місцевою аудиторією, забезпечуючи актуальну та об'єктивну інформацію про те, що відбувається в конкретному регіоні. Це дозволяє громадянам бути в курсі подій та приймати обдумані рішення. По-друге, регіональні ЗМІ виконують роль платформи для висловлення різноманітних голосів та точок зору в межах місцевого співтовариства. Ця функція сприяє розвитку громадянської активності та підтримує прозорість владних структур. Можливість висловлювати свої ідеї та переконання через регіональні ЗМІ зміцнює соціальну взаємодію та сприяє розвитку громадянської суспільності. По-третє, регіональні ЗМІ є важливим інструментом утвердження локальної ідентичності та культурного спадку. Вони акцентують увагу на традиціях, подіях та ініціативах, які визначають особливості конкретного регіону. Це важливо для утримання відчуття приналежності та єдності серед мешканців. По-четверте, регіональні ЗМІ виступають в ролі контролера влади на місцевому рівні. Шляхом висвітлення діяльності місцевих владних структур та виявлення можливих недоліків чи корупції, вони сприяють формуванню критичного мислення та взаємодії громадян з політичним процесом.

Загалом, основні функції регіональних ЗМІ включають інформаційне забезпечення, забезпечення громадської участі, утвердження ідентичності та культурного спадку, а також контроль над владою. Ці функції формують образ регіональних ЗМІ як ключового інструменту для стабільності та розвитку місцевого суспільства.

Регіональна преса, яка виникла у початкових етапах розвитку журналістики, визначала важливий етап у становленні громадянського суспільства. Поява регіональних видань була відповіддю на потреби місцевих спільнот отримувати актуальну та релевантну інформацію про події, які відбуваються в їхніх територіальних рамках.

Регіональні ЗМІ, як стверджує К. Коверга, відображають культурні особливості представників різних регіонів та сприяють консолідації мешканців однієї місцевості. Більше, ніж загальнонаціональні, місцеві медіа забезпечують умови для зворотного зв'язку, формування спільного комунікативного простору для мешканців певної місцевості, відображають культурні особливості своєї території. Якісній роботі регіональних ЗМІ сприяє, зокрема, і розвиток місцевого самоврядування [13, с. 240]. Перший важливий аспект ролі регіональної преси полягав у тому, що вона сприяла зближенню громадян та залученню їх до активної участі в суспільному житті. Інформація, яку надавала місцева преса, створювала спільноту, об'єднуючи людей навколо спільних ідей, проблем та цінностей. Громадські обговорення, порушені регіональними виданнями, створювали основу для розвитку громадянського діалогу та формування громадянського суспільства на місцевому рівні.

Другий аспект полягав у відображенні місцевих проблем та подій, що визначало активну громадську позицію. Регіональна преса виступала каталізатором для залучення уваги до ключових питань, які стосувалися

місцевого населення. Це надавало громадянам можливість висловлювати свої думки, вимагати відповідальності влади та сприяло створенню взаємодії між громадянами та органами влади.

Не менш важливим було формування ідентичності та культурного обличчя місцевих спільнот. Регіональна преса виступала носієм місцевої історії, традицій та цінностей. Шляхом висвітлення культурних подій, видатних особистостей та унікальних рис регіону, вона сприяла утвердженню самосвідомості громадян і формуванню їхньої приналежності до місцевої спільноти.

Отже, започаткування регіональної преси визначило ключову роль у формуванні громадянського суспільства. Її завдання включало в себе забезпечення доступу до інформації, активізацію громадянської участі та сприяння розвитку місцевої ідентичності. Регіональна преса стала не лише свідком, але і активним учасником становлення громадянського суспільства на рівні спільнот та регіонів.

Сьогодні, в епоху інтернету та глобалізації, регіональні ЗМІ виконують ключову роль у забезпеченні інформаційного простору та формуванні громадської свідомості. З одного боку, це кидає виклик традиційній ролі інформаційних видань, з іншого - відкриває широкі можливості для регіональної журналістики.

З поширенням інтернету регіональні ЗМІ стали важливим інструментом для забезпечення доступу до локальної інформації в будь-якому куточку світу. Це дозволяє не лише місцевим мешканцям слідкувати за подіями у своєму регіоні, але й студентам та всім, хто цікавиться долею конкретного регіону. Регіональні ЗМІ стають важливим зв'язком між різними культурами та сприяють взаєморозумінню у глобальному суспільстві.

Однак глобалізація не означає втрату унікальності та важливості регіональної журналістики. Навпаки, вона надає можливість висвітлювати місцеві питання на світовому рівні. Регіональні ЗМІ можуть привертати увагу до унікальних культурних, екологічних та економічних особливостей свого регіону, розширюючи світове розуміння різноманітності та унікальності. Однією з ключових ролей регіональних ЗМІ в епоху глобалізації є підтримка громадської свідомості та активізація громадської участі. Завдяки доступності інтернету і соціальних мереж, ЗМІ можуть організовувати дискусії, опитування, та залучати аудиторію до вирішення проблем свого регіону. Це формує відчуття спільності та відповідальності, сприяючи розвитку місцевих громад. У підсумку, регіональні ЗМІ в епоху інтернету та глобалізації виконують важливу місію як на місцевому, так і на світовому рівні. Вони забезпечують доступ до локальної інформації для глобальної аудиторії, а також активно сприяють розвитку громадянського суспільства, формуючи єдине інформаційне просторове спільноти.

Історія ЗМІ в Україні впродовж демократичних перетворень в країні була складною та багатогранною. Період незалежності, починаючи з 1991 року, спостерігав значні зміни в медіа-ландшафті, які відбивали динаміку політичних, економічних та соціокультурних процесів. На початку 1990-х років розвивалася свобода слова, і нові медіа-платформи виходили на ринок. ЗМІ відігравали ключову роль у формуванні громадянського суспільства та виробленні національної ідентичності після розпаду Радянського Союзу. Однак цей період також відзначався деякою нестабільністю, зокрема у сфері власності на ЗМІ та його впливом на контент. У 2000-х роках спостерігався зростаючий вплив олігархів на ЗМІ, що призвело до проблем концентрації власності та впливу на інформаційні потоки. Одночасно з цим, інтернет та соціальні мережі стали значущими факторами у розповсюдженні інформації

та формуванні громадської думки. Під час Революції Гідності в 2014 році ЗМІ знову відіграли визначальну роль у мобілізації суспільства та донесенні подій до громадськості. Однак, разом з цим, зросла загроза для журналістів та свободи слова.

Наразі в Законі України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста» є статті які регулюють державну підтримку медіа [8]. До прикладу, Стаття 4 цього закону описує механізми державної підтримки ЗМІ через протекціоністську політику, що спрямована на зниження вартості інформаційної продукції. Це включає різні заходи, такі як податкове, тарифне, митне, валютне та господарське регулювання, відшкодування збитків, фінансова допомога. Стаття також регламентує виділення коштів з державного бюджету та їх обслуговування центральним органом виконавчої влади. Стаття 8 визначає обов'язки місцевого самоврядування та місцевих державних адміністрацій у виконанні фінансових зобов'язань перед ЗМІ на рівні міста, району тощо. Невиконання фінансових зобов'язань засновниками ЗМІ може бути підставою для судового розгляду.

Висновок полягає у встановленні механізмів та правил для фінансової підтримки ЗМІ, розповсюдження та обслуговування державної інформаційної продукції в Україні. Ці статті визначають механізми фінансової підтримки, обов'язки місцевих органів у виконанні фінансових зобов'язань перед ЗМІ та встановлюють тарифи на передплату та доставку друкованих видань.

У сучасний період українські ЗМІ знаходяться під впливом різних факторів, таких як економічні труднощі, політичні тиск та вплив зовнішніх акторів. Важливою є постійна боротьба за незалежність ЗМІ та забезпечення їхньої ролі як об'єктивного інформаційного джерела в рамках української демократії.

Одним із ключових аспектів є вірогідності в роботі регіональних ЗМІ в умовах інформаційної перенасиченості. З одного боку, швидкість інтернет-поширення новин створює можливість для регіональних ЗМІ оперативно і ефективно інформувати громадян. З іншого боку, конкуренція з національними та глобальними медіа додає тиск на регіональні видання, змушуючи їх шукати нові формати та підходи. Серед численних проблем свободи слова в Україні залишається недостатнє фінансування нових незалежних державних мовників, доступ до інформації, маніпуляції в медіа, порушення конфіденційності джерел, кібератаки та боротьба з фейковими новинами [45].

Економічні труднощі, з якими стикаються регіональні ЗМІ, стали ще одним важливим викликом. Зменшення обсягів реклами та збільшення витрат на папір, друкарську продукцію та доставку призвели до фінансових труднощів для багатьох місцевих видань. Це може вплинути на їхню журналістську незалежність та здатність виконувати роль сторожа громадської правди.

Політичний контекст також вносить свій внесок у роботу регіональних ЗМІ. З одного боку, вони можуть слугувати інструментом для підтримки демократичних процесів, активно інформуючи громадян та висвітлюючи події на місцевому рівні. З іншого боку, можлива політизація ЗМІ, втручання в їхню редакційну політику може підірвати їхню об'єктивність та авторитет.

Зростаючий вплив соціальних мереж та громадянського журналізму представляє ще один виклик для регіональних ЗМІ. Громадяни отримали можливість самостійно публікувати новини та власні оцінки подій, що вимагає від традиційних видань зберігати високий рівень професіоналізму та довіри аудиторії. Українські регіональні ЗМІ стоять перед завданням адаптації до нових реалій, зберігаючи свою роль як ключового

інформаційного джерела для місцевих громад та сприяючи розвитку цивілізованого громадянського суспільства.

Регіональні ЗМІ є елементом культури громадянського суспільства і відповідають за формування колективного мислення на місцях. Із завдань, які сьогодні є для них першочерговими, – збереження історичної свідомості населення краю та вироблення образу Малої Вітчизни, який зберігатиме етнічні особливості регіону та продовжуватиме загальнонаціональні ідеї. На сучасному етапі важливим є визначити умови якісної роботи регіональних ЗМІ, окреслити їхні основні функції, з'ясувати проблеми, з якими стикаються працівники місцевих редакцій сьогодні та запропонувати шляхи до їх вирішення [17, с. 152].

До проблем регіональної преси І.І. Паславський додає інертність її кадрів: «небажання до радикальних і сміливих впроваджень, до ризикованих експериментів і глибоких перетворень» [26, с. 224]. Німецькі медіадослідники виокремлюють ще такі недоліки місцевих видань:

- відносно молодий середній рівень працівників, а, отже, і менший досвід;
- вужчий спектр тем (менше подій, тому відносно прості теми беруть верх над складними);
- порівняно звужено кількість жанрових різновидів (жанри, які вимагають більших затрат часу та коштів (як-от журналістське розслідування), менше розвинені);
- невелика кількість критичних матеріалів: журналісти обмежуються вже відомою інформацією чи тою, яка «лежить на поверхні», щоб зменшити конфлікт з місцевою елітою;
- в ефірному просторі переважає певна організаційна еліта;

- скорочення редакційного персоналу, велика кількість позаштатних працівників;

- більшість інформації - це повідомлення, а не власні, ексклюзивні теми [2, с. 312 – 313].

Але варто зазначити і про позитивні аспекти. Так, наприклад, в умовах російсько-української війни журналісти краще дотримуються стандартів доступності та відсутності мови ворожнечі [33].

Щодо перспектив розвитку регіональних ЗМІ, важливо враховувати вплив технологічних інновацій та зміни споживчих звичок глядачів. Зростаюча роль інтернет-платформ та соціальних мереж може відкривати нові можливості для регіональних ЗМІ взаємодіяти з аудиторією, але також ставити перед ними завдання ефективного управління контентом та збереження довіри аудиторії.

Загалом, регіональні ЗМІ є невід'ємною частиною громадянського суспільства, вони формують громадянську свідомість, забезпечують взаємодію між громадянами та владою та виконують важливу роль у зміцненні демократичних цінностей на локальному рівні.

У контексті теоретичних аспектів регіональних ЗМІ важливо підкреслити їхню ключову роль у формуванні громадянського суспільства та забезпеченні локальної інформаційної сфери. Регіональні ЗМІ виступають медіаторами між владою та громадянами, сприяючи створенню об'єктивної інформації та стимулюючи громадянську активність. Їхні функції включають не лише поширення новин, але й захист інтересів локальних громад перед владою.

На етапах становлення регіональних ЗМІ відзначається не лише їхній технічний та організаційний розвиток, але й визначення їхньої соціокультурної значущості. Спочатку, в їхньому виникненні відображено

прагнення задовольнити потреби локальної спільноти в інформації. З розвитком технологій та розширенням засобів масової інформації регіональні ЗМІ пройшли шлях від скромних локальних видань до потужних медіа організацій, важливих для формування громадської думки та взаємодії у місцевих спільнотах. На сучасному етапі вони не тільки виконують роль постачальників новин, а й активно взаємодіють із глядачами через інтерактивні платформи.

У процесі демократичних перетворень в Україні історія ЗМІ відображає важливі моменти в розвитку суспільства та його зусиль у формуванні громадянського суспільства. ЗМІ виступали не тільки інформаційними посередниками, але й інструментами, що сприяли мобілізації громадян та консолідації національного самоусвідомлення. Однак в цьому процесі також виявилися виклики, такі як концентрація власності та політичний тиск на ЗМІ.

Незважаючи на досягнення у побудові вільного суспільства, історія ЗМІ підкреслює потребу постійної боротьби за свободу слова, незалежність та об'єктивність інформації. Українські ЗМІ залишаються важливим гравцем у формуванні громадянського суспільства, а їхні виклики та досягнення в історії є важливими уроками для майбутнього розвитку.

Отже, становлення та розвитку регіональних ЗМІ українського простору свідчить про важливість цих медіа для формування місцевої ідентичності та інформаційної культури. Еволюція регіональних ЗМІ відображає трансформацію їхнього впливу від місцевого до глобального, враховуючи зростання інформаційних потреб суспільства.

Історія регіональних ЗМІ свідчить про їхню важливу роль у зміцненні місцевої демократії та підвищенні обізнаності громадськості. Цей процес постійно змінюється під впливом нових технологій та потреб сучасного

суспільства, відіграючи ключову роль у формуванні громадянського ставлення до життєвих питань. Регіональні ЗМІ – це не лише канали передачі інформації, але й катализатори соціальних змін, що сприяють активізації громадянської участі у розвитку своїх регіонів та країни в цілому.

РОЗДІЛ 2

МЕДІА ТА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ

2.1. Формування регіональної ідентичності через регіональні медіа та ЗМІ

Ідентичність є складним і багатограним феноменом, який включає в себе особистісні, соціальні, культурні та інші аспекти. Вона формується під впливом різноманітних факторів, одним з яких є ЗМІ.

Регіональні ЗМІ, які охоплюють певну територію, відіграють важливу роль у формуванні регіональної ідентичності. Вони розповідають про місцеві події, людей і культуру, формуючи у громадян відчуття приналежності до певної території. Регіональні ЗМІ є основним джерелом інформації про місцеві події, людей і культуру. Вони розповідають про життя людей, які живуть у регіоні, про їхні проблеми, досягнення та успіхи. Завдяки регіональним ЗМІ громадяни отримують інформацію про те, що відбувається в їхньому регіоні. Вони дізнаються про місцеві події, такі як політичні, економічні, соціальні та культурні зміни. Регіональні ЗМІ також розповідають про місцевих людей. Вони розповідають про їхні життєві історії, досягнення та успіхи. Це допомагає громадянам познайомитися з місцевою культурою і

традиціями, зрозуміти цінності та переконання людей, які живуть у регіоні. Регіональні ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні регіональної ідентичності. Вони сприяють формуванню у громадян почуття приналежності до певної території. Це відбувається завдяки тому, що регіональні ЗМІ:

- розповідають про місцеві події, людей і культуру, що допомагає громадянам познайомитися з регіоном і відчутти себе частиною його.
- визначають і пропагують регіональні цінності та традиції, що сприяє формуванню спільної регіональної ідентичності.
- створюють позитивний образ регіону, що підвищує почуття гордості за нього у громадян.

Регіональні ЗМІ також можуть сприяти об'єднанню громадян навколо спільних інтересів. Вони можуть об'єднувати людей навколо певних тем, таких як культура, спорт, соціальні проблеми тощо.

Це відбувається завдяки тому, що регіональні ЗМІ:

- Створюють простір для діалогу і обміну думками між громадянами, що сприяє розумінню та взаємодії між ними.
- Допомагають громадянам знайти спільні інтереси, що може стати основою для спільних дій.

В Україні наразі лише йдеться про прийняття законів, які б сприяли децентралізації усіх державних процесів. Тим часом, принаймні частина нашої держави, потерпає від культурного імперіалізму [16]. З цим можна погодитись, адже автори даної публікації обурені тим, що південно-східний регіон України піддається культурному впливу сусідньої держави через медіа та інші канали. Це призводить до загострення політичної ситуації, втрати територій та конфліктів. ЗМІ не лише відображають події, але й мають активну роль у формуванні нашого сприйняття світу. Якби ми не мали цих

засобів масової інформації, було б складніше розуміти та аналізувати складні соціальні проблеми, в які потрапляємо. ЗМІ, на мою думку, є ключовим фактором у створенні громадянського суспільства. Вони дають нам можливість бути поінформованими, розуміти проблеми та реагувати на них. Це важливо, бо саме через ЗМІ громадяни можуть виступати як активні учасники вирішення проблем, що виникають у суспільстві. Інформація, яку нам постачають ЗМІ, формує наше світосприйняття, допомагає у формуванні наших поглядів та підходів до різних аспектів життя. І це, на мою думку, є важливим фактором у підтримці та розвитку громадянського суспільства.

Щодо функцій регіональних ЗМІ. Польська дослідниця Йоланта Кемпа-Ментрак виділяє такі функції місцевих ЗМІ:

- пізнавальна (забезпечення знання навколишньої дійсності);
- функція переконання (роз'яснення відповідних суспільних зв'язків та стосунків);
- контролю (за соціальними, політичними, економічними структурами);
- мотивації (стимулювання людей до різних форм діяльності);
- інтеграції (інтеграція людей в суспільство, гуртування їх навколо важливих питань);
- соціалізації (навчати на позитивних цінностях і зразках поведінки);
- розваги [49].

Ці функції, як виділені польською дослідницею, широко охоплюють спектр впливу місцевих ЗМІ на суспільство. Вони відображають не лише надання інформації та контроль за соціальними структурами, а й активне формування сприйняття людьми світу навколо них. Ці функції, такі як мотивація, інтеграція та соціалізація, важливі для формування сприйняття громадянами власної ролі в суспільстві. Розважальна функція також не менш важлива, оскільки забезпечує відпочинок та розваги, що також формують

ідентичність спільноти. Для належної роботи цих функцій потрібна об'єктивність та відповідальність з боку ЗМІ. Прозорість у джерелах інформації, фактів, аналіз та висвітлення різних точок зору є критичними. Недоброчесні ЗМІ, що маніпулюють інформацією, порушують ці принципи. Ключове значення має критичне мислення аудиторії, її здатність аналізувати інформацію та шукати додаткові джерела підтвердження фактів. Також важливо, щоб існували механізми контролю та нагляду за ЗМІ, що сприяє виявленню та припиненню маніпуляцій.

Для підвищення ролі регіональних ЗМІ у формуванні ідентичності необхідно:

- збільшити якість контенту регіональних ЗМІ, щоб він був цікавим і актуальним для громадян.
- розширити доступ до регіональних ЗМІ, щоб якомога більше громадян могли отримувати інформацію про регіон.
- сприяти розвитку регіональних ЗМІ, щоб вони могли вільно і незалежно виконувати свою роль у суспільстві.

Культура також є складним і багатогранним поняттям, яке включає в себе все, що створює і передає суспільство від покоління до покоління. До культурних аспектів регіону можна віднести:

- історію та традиції регіону;
- мову та фольклор регіону;
- мистецтво та музику регіону;
- кухню та звичаї регіону.

ЗМІ відіграють важливу роль у відтворенні та трансляції культурних аспектів регіону. Через свої публікації та передачі ЗМІ можуть формувати громадську думку щодо культури регіону, а також сприяти розвитку самоідентифікації людей, які проживають у цьому регіоні [40].

Культурні аспекти регіону можуть відображатися в публікаціях ЗМІ різними способами. Наприклад, ЗМІ можуть публікувати:

- **статті** та репортажі про історію та традиції регіону;
- статті та репортажі про мову та фольклор регіону;
- статті та репортажі про мистецтво та музику регіону;
- статті та репортажі про кухню та звичаї регіону.

Ось кілька прикладів того, як культурні аспекти регіону можуть відображатися в публікаціях ЗМІ:

- стаття в газеті про традиційне свято регіону;
- репортаж на телебаченні про місцевого художника, який створює картини на основі місцевих пейзажів;
- стаття в журналі про традиційну кухню регіону.

Культурні аспекти регіону можуть також відображатися в передачах ЗМІ. Наприклад, ЗМІ можуть транслювати:

- фільми та телепередачі, які розповідають про історію та традиції регіону;
- музичні програми, які представляють місцеву музику;
- програми про мистецтво та культуру регіону;
- програми про кухню та кулінарні традиції регіону.

Ось кілька прикладів того, як культурні аспекти регіону можуть відображатися в передачах ЗМІ:

- фільм про заснування міста в регіоні;
- телепередача про місцевий фольклорний ансамбль;
- музична програма, яка представляє місцевих виконавців;
- програма про місцевий музей мистецтва.

ЗМІ можуть впливати на культурну ідентичність регіону двома основними способами:

- ЗМІ можуть формувати громадську думку щодо культури регіону;
- ЗМІ можуть сприяти розвитку самоідентифікації людей, які проживають у цьому регіоні.

ЗМІ можуть формувати громадську думку щодо культури регіону, вибираючи, які культурні аспекти регіону висвітлювати, а які - ні. Наприклад, якщо ЗМІ часто висвітлюють негативні новини про регіон, це може призвести до формування негативного уявлення про цей регіон у суспільстві. ЗМІ можуть сприяти розвитку самоідентифікації людей, які проживають у регіоні, висвітлюючи культурні аспекти цього регіону. Коли люди дізнаються про культуру свого регіону, вони починають відчувати себе більш близькими до цього регіону і до інших людей, які проживають у цьому регіоні. ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні та трансляції культурних цінностей та ідентичності. Вони можуть сприяти культурній толерантності та взаєморозумінню, а також формувати спільне почуття приналежності до певного регіону.

Висвітлення культурної тематики органічно пов'язане з культурно-історичним процесом і цей зв'язок тісніший, аніж може видатися на перший погляд. Сьогодні, коли медіаконтент переповнений політичними й економічними новинами, царина культури залишається важливою територією суспільної консолідації, інтелектуальним простором для розвитку особистості. Культурологічна журналістика покликана інформувати про культурно-мистецьке життя і формувати світогляд та духовну культуру аудиторії, прищеплювати розуміння культурних процесів, що відбуваються у суспільстві. Однак ефективність цього сегменту журналістики недостатня. Сьогодні культурна проблематика, на жаль, залишається без належної уваги українських ЗМІ. Нестача звертання до питань культури відчувається в теле-та радіосюжетах.

Як для мене, важливою є присутність культурно-тематичних ресурсів у великій кількості в інтернеті, оскільки вони стають доступною платформою для висвітлення культурних явищ та подій. Я підтримую ідею про те, що спеціалізовані електронні видання мають потенціал відкривати нових героїв, тренди та формувати культурну ідентичність.

Зокрема, в Україні на момент мого пошуку культурних видань, я знайшов їх список, але половина з них в не робочому стані, тобто на мою думку вони взагалі перестали існувати [24].

В телевізійних новинах часто бракує обґрунтованих матеріалів про культуру, а також цілісних програм, присвячених цій сфері. Українські медіа часто виявляють недостатній інтерес до матеріалів про культуру, відносно них менше переглядів, ніж в програмах про політику чи надзвичайні події. Однак, у друкованих та онлайн ЗМІ України ситуація з презентацією культурної тематики трохи краща. У багатьох друкованих та інтернет-ЗМІ культурі відведено окремий розділ, який часто так і називається – «Культура». І навіть якщо такої рубрики немає, про найважливіші події культурного характеру можна дізнатись у розділах «Суспільство», «Актуально», «Погляд» тощо. Але у них роль культури може бути звужена до розважальної, а сама тема стає прихистком і стартовим майданчиком для багатьох початківців, які планують згодом зайнятися «серйозною журналістикою». Тенденція українських видань полягає й у тому, що журналісти більше тяжіють до новинних матеріалів, де простіше знайти «сенсацію». А сучасна культурологічна журналістика потребує ґрунтовних матеріалів, об'єктивного й прискіпливого розгляду, з оцінками і прогнозами.

В умовах російсько-української війни, важливість культурних аспектів регіону не можна знехтувати, але може спостерігатися перехід акценту у ЗМІ на інші аспекти. Це обумовлено тим, що війна може змусити ЗМІ активніше

висвітлювати події, пов'язані зі збройними конфліктами, безпекою та іншими аспектами воєнного стану. Тим не менш, культурні аспекти регіону залишаються важливими, оскільки вони формують ідентичність та сприяють самоідентифікації мешканців регіону. Якщо ЗМІ надалі акцентуватимуть увагу на цих аспектах, це сприятиме підтримці та розвитку культурної самосвідомості людей у регіоні.

Громадянське суспільство надає можливість громадянам висловлювати свої погляди та вносити ініціативи для вирішення різних соціальних, економічних і культурних питань. Регіональні ЗМІ, як представники масової інформації, відіграють значну роль у цьому процесі, сприяючи взаємодії між активними громадянами та суспільством. Їх важливість для функціонування держави і суспільства надзвичайно висока, особливо у підтримці стабільності влади. Основне завдання ЗМІ полягає у розповсюдженні інформації серед громадян про різноманітні аспекти життя держави та суспільства, сприяючи забезпеченню їхньої стабільності. Також важливим є їхня роль у сприянні діалогу між соціально-політичними силами та установленні контактів між владою та громадськістю.

В умовах глибоких змін роль масових медіа в суспільстві значно зростає, бо люди все більше прагнуть оцінювати події навколо об'єктивно та вільно. Щоб зрозуміти, наскільки вільно громадяни можуть висловлювати свої думки через ЗМІ, користуються різними показниками. Згідно індексу свободи ЗМІ за 2020 рік, Україна посідає 96-ту позицію (індекс – 32,52) [34], навіть піднявшись у рейтингу на шість пунктів. Проте цей ріст пов'язаний із погіршенням показників інших країн. Україна все ще має численні проблеми у сфері свободи слова, такі як нестача фінансування для нових незалежних медіа, обмежений доступ до інформації, медійні маніпуляції, порушення конфіденційності. Якщо поглянути на сьогоднішній день, то цей показник вже виріс,

Україна в цьому рейтингу посіла 79 місце [44]. Ситуація зі свободою слова в Україні постійно еволюціонує. Зростаюча потреба у вільному обміні думками та об'єктивній інформації призводить до зростання значення масових медіа. Люди хочуть бути освіченими та мати можливість вільно висловлювати свою думку. Індекс свободи ЗМІ за 2020 рік показав, що Україна піднялася у рейтингу, але це було пов'язано не з власним поліпшенням, а через погіршення ситуації в інших країнах. Проте, існують проблеми: обмежений доступ до інформації, медійні маніпуляції та інші проблеми, які ще потребують вирішення. Однак зараз вже спостерігається певний прогрес у цьому напрямку, що відображається в підвищенні України у рейтингу.

Серед ключових позитивних аспектів роботи місцевих ЗМІ варто відзначити їхню спрямованість на подання інформації про регіональну громаду, актуальні проблеми самоврядування та соціальні питання. Також важливою є їхня роль у висвітленні успіхів та досягнень у процесі децентралізації та реформатування стандартних моделей функціонування. Сучасні формати ЗМІ на регіональному рівні, такі як сіті-гайди, мультимедійні проекти та платформи соціальних мереж, активно сприяють створенню простору для взаємодії громади та влади.

Наслідком негативних тенденцій в роботі місцевих ЗМІ є орієнтація на загальнодержавний новинний контент, який відбивається у дублюванні інформації від національних медіа. Низька якість контенту та пасивність працівників також ускладнюють ситуацію. Додатково варто відзначити недовіру населення до місцевих видань, ігнорування місцевих проблем і відсутність оперативної інформації. Деякі місцеві видання можуть проявляти політичну лояльність, що призводить до недостатньої відкритості в поданні інформації та об'єктивності.

Аналізуючи роль місцевих ЗМІ у формуванні регіональної ідентичності, я відзначаю, що вони відіграють ключову роль у висвітленні подій та проблем моєї місцевої громади. Вони забезпечують інформацію, активно сприяють взаємодії між громадою та владою, але також мають свої недоліки, такі як низька якість контенту та відсутність об'єктивності. Для покращення ситуації важливо вдосконалювати законодавство та підвищувати якість інформаційного контенту, щоб сприяти більш об'єктивному відображенню подій та сприяти консолідації суспільства.

2.2. Роль регіональних ЗМІ у підтримці або зміні політичних поглядів в регіоні

На сьогоднішній день засоби масової інформації посідають особливо важливе місце у житті людини. Саме вони виступають у якості основного джерела інформації про будь-які події, ситуації або явища, що відбуваються у країні та світі. Усе це стає основою для формування світогляду людини, оскільки, отримуючи інформацію з даних джерел, людина має можливість сформувати комплексне уявлення про навколишній світ, сформування певне ставлення до різних подій чи явищ.

Особливо актуальною тематикою публікацій у сучасних засобах масової інформації є саме тема політики. Політика – невід'ємна частина життя будь-якого суспільства, окрім цього, це та тема, яка цікавить найбільшу кількість громадян, тому публікації, у яких порушуються теми політики, будуть збирати найбільшу кількість аудиторії. Окрім цього, саме тема політики сьогодні в цілому є найбільш актуальною, оскільки політика так чи інакше впливає на життя кожного українця, насамперед – в умовах війни. Враховуючи усе це, щодня у засобах масової інформації можна побачити

новини, у яких йдеться мова про політику – як політичні новини України, так і політичні новини світу.

Враховуючи усе це, засоби масової інформації відіграють провідну роль у формуванні політичних поглядів регіону, що, у свою чергу, є складовою світогляду громадян. Публікуючи інформацію стосовно певної події, ЗМІ впливають на формування ставлення до неї, що і формує політичні погляди громадян. Однак, даний вплив далеко не завжди є позитивним, що можна прослідкувати на прикладі північного сусіда, ЗМІ якого спрямовують усі зусилля на формування політичних поглядів громадян, вигідних державі. Таким чином, необхідно детально проаналізувати як саме ЗМІ впливають на формування політичних поглядів у регіоні з точки зору регіональних ЗМІ.

Загалом, на сьогодні питання впливу ЗМІ на свідомість громадян, їх світогляд, а також їх погляди, є важливим аспектом дослідження великої кількості вітчизняних дослідників. Більшість досліджень спрямовані на теоретичний аналіз даного питання, що дає можливість встановити як саме ЗМІ впливають на політичні погляди громадян. Так, Мороз Н. звертає увагу на те, що засоби масової інформації відіграють основну роль у формуванні громадянського суспільства в Україні [23]. Загалом, громадянське суспільство є середовищем реалізації творчих ініціатив громадян у вирішенні соціальних, економічних, культурних проблем. У такому випадку ЗМІ відіграють роль своєрідного посередника між різними соціально-політичними силами, між владою та суспільством у першу чергу. Таким чином, важливим є створення незалежних ЗМІ, що дасть можливість забезпечити діалог між владою та суспільством, а також дасть можливість громадянам отримати інформацію, яка не була видозміненою державою, що сьогодні спостерігається у медіасфері північного сусіда. У такому випадку саме незалежні ЗМІ є основою для формування громадянського суспільства і саме вони сприяють формуванню

певних політичних поглядів громадян, які можуть бути у тому числі і спрямовані проти влади [23].

Окрім цього, до питань впливу регіональних ЗМІ на громадян звертається у своєму дослідженні С. М. Матвієнків. Згідно з даним дослідженням регіональні ЗМІ відіграють важливу роль з точки зору формування локальної ідентичності, оскільки слугують ефективним інструментом збереження історичної свідомості населення краю та вироблення образу Малої Вітчизни. У такому випадку регіональні ЗМІ слугують важливим джерелом інформації про власний регіон, слугують інструментом для збереження та просування демократії у регіоні, збереження культурної та національної ідентичності тощо. Враховуючи усе це, регіональні ЗМІ здатні вплинути на формування політичних уподобань громадян, оскільки публікують інформацію про події, що насамперед відбуваються у регіоні. Зокрема – діяльність місцевих політиків. При цьому ЗМІ можуть бути як незалежними, так і належати представникам влади, тим самим формуючи провладну позицію громадян або надаючи їм можливість отримати нейтральну та об'єктивну інформацію [32; 18]. Таким чином, можна сказати, що регіональні ЗМІ дійсно виступають у якості одного з найбільших інструментів впливу на політичні погляди громадян, тим самим підтримуючи або змінюючи їх політичні погляди. Зазначимо наступні види ЗМІ, які використовуються у такому випадку:

- регіональні телеканали, які транслюються на місцевому телебаченні, мають переважно інформаційний характер;
- регіональні газети, особливо поширені серед осіб старшого віку;
- регіональні інтернет-ЗМІ у вигляді новинних сайтів;
- регіональні спільноти у соціальних мережах, особливо поширені серед осіб молодого віку.

Окрім цього, слід підкреслити, що основний вплив на підтримку або зміну політичних поглядів у регіоні здійснюється шляхом поширення насамперед новин про країну в цілому та регіон, новини про інші країни у таких ЗМІ зазвичай майже не публікуються. Це дозволяє зробити акцент саме на внутрішніх питаннях, які можуть бути цікаві глядачам. Медіа мають величезний вплив на глядачів, оскільки вони є ключовим джерелом інформації та впливають на уявлення та переконання суспільства. Їхня роль полягає в формуванні наших уявлень про події у світі та сприйнятті цієї інформації. Медіа не тільки повідомляють про те, що відбувається, але і визначають, як ми розуміємо цю інформацію.

Це важливо не лише для нашого розуміння світу, але й для формування громадської думки. Інформація, яку ми отримуємо через медіа, може впливати на наші погляди та переконання.

Також варто зазначити, що медіа впливають на наші культурні стандарти та соціальні норми. Вони формують те, що ми вважаємо прийнятним чи нормальним для суспільства.

У сучасному світі соціальні мережі та онлайн-платформи ще більше посилили вплив медіа на нас, оскільки вони швидко розповсюджують інформацію та впливають на наші думки та переконання. Тому важливо, щоб медіа несли відповідальність перед суспільством за достовірність і об'єктивність інформації, яку вони поширюють[32].

Зв'язок між ЗМІ та владою, особливо в умовах, коли певні сили контролюють певні медіа-ресурси, може суттєво впливати на сприйняття глядачами інформації. Це відкриває двері до використання медіа для передачі певних політичних чи комерційних інтересів, що може відобразитися у вибіркового поданні новин та інформації.

Коли власники ЗМІ мають певні політичні чи комерційні інтереси, це може призвести до спрямованості інформації на підтримку конкретних поглядів або цілей. Такі дії можуть включати зміщене представлення фактів, приховування певних аспектів подій або навіть спотворення інформації, що впливає на утворення у глядачів конкретних поглядів та переконань.

Цей вплив може викликати в глядачів враження однобічності та однозначності поглядів, що пропонуються ЗМІ. Така ситуація може впливати на сприйняття подій, формування громадської думки та ставлення до певних осіб або ситуацій.

Отже, контроль над медіа може мати значний вплив на сприйняття та уявлення глядачів про інформацію, що надходить через ЗМІ, і це може мати значущий вплив на формування громадської думки.

Так, існує ймовірність, що телеканал, який знаходиться під контролем певного депутата чи політичної особи, може впливати на те, яким чином вони будуть представлені в медіа. Такі канали можуть ставити вигідніші для себе або своїх власників наративи та відобразити ці особи в більш вигідному світлі. Це може включати приховування негативних фактів або спроби змінити сприйняття глядачів про дану особу через позитивне чи приховане відображення їхніх дій чи досягнень. Однак, важливо зазначити, що це може впливати на об'єктивність та достовірність інформації, яка надходить до громадськості.

Стан свободи ЗМІ в Україні може бути оцінений як різноманітний. З одного боку, Україна має живу та різноманітну медіасферу, де діють різні видання та телеканали. Це вказує на певний рівень різноманітності і плюралізму у медіа.

Проте, на жаль, існують певні обмеження і проблеми. Є питання щодо власності над ЗМІ, впливу окремих олігархів чи політичних сил на деякі

видання та телеканали. Це може впливати на об'єктивність і незалежність інформації, яка надходить до громадськості.

Також були випадки, коли журналісти та ЗМІ були піддані тискам, переслідуванням чи фізичним нападам через свою діяльність. Це створює певні обмеження для свободи слова та журналістської роботи.

У Законі України «Про інформацію» зазначено основні принципи інформаційних відносин [31]. Серед них зокрема такі: гарантованість права на інформацію, відкритість, доступність інформації та свобода її обміну. Стаття 10 цього ж закону говорить, що Обов'язок органів державної та місцевої влади щодо інформування про свою діяльність та прийняті рішення є важливим елементом забезпечення права на інформацію. Проте існують ситуації, коли це положення порушується. Деякі органи влади демонструють несприятливе ставлення до журналістів замість співпраці з ними, що ускладнює процес отримання доступу до об'єктивної інформації для громадськості.

Отже, хоча існує певний рівень свободи ЗМІ в Україні, проте залишаються питання стосовно незалежності та об'єктивності представлення інформації.

Ситуація з міською та районною пресою може відрізнитися від загального зображення національних ЗМІ. Часто вони є більш зв'язаними з конкретними місцевими темами, мають більш прямий доступ до подій у відповідних місцевостях. Але, в той же час, існує ймовірність, що через близькість до місцевих владних структур, ця преса може бути більш піддатлива до зовнішнього впливу або цензури з боку місцевих владних органів. Під час передвиборної кампанії на різних рівнях влади, включаючи міський, районний і державний, особливо активізується вплив місцевих ЗМІ. Ці видання можуть відображати інтереси своїх засновників через залежність

від бюджетних дотацій. Така залежність може спонукати кандидатів у президенти активно лобіювати свої позиції серед місцевих чиновників, оскільки на цьому рівні здійснення впливу може бути зручнішим та ефективнішим. Колективи редакцій таких видань часто не можуть діяти вільно, оскільки їхні можливості та вибір в редактора обмежуються рішеннями органів місцевої чи районної ради.

У першу чергу, звернемо увагу на те, як регіональні ЗМІ впливали на політичні погляди громадян до початку повномасштабної війни у нашій країні. Яскравим прикладом впливу на політичні погляди громадян буде слугувати передвиборча кампанія місцевих виборів 2020 року. У цей час у регіональних ЗМІ з'являлась велика кількість публікацій, спрямованих на поширення передвиборчої агітації певних кандидатів. Насамперед, поширеними були відео-ролики реклами кандидатів на місцевих виборах, які транслювались по телебаченню. Окрім цього, публікувались також і елементи передвиборчої агітації у інтернет-медіа, насамперед – на новинних сайтах. В цілому, мала місце стандартна передвиборча агітація, яка була спрямована на формування позитивного іміджу певних кандидатів. У такому випадку регіональні ЗМІ спрямовували свої зусилля на підтримку позитивних політичних поглядів громадян на користь чинних мерів та депутатів або на зміну їх політичних поглядів на користь потенційних кандидатів. У якості прикладу звернемо увагу на передвиборчу агітацію Ірини Верещук, яка балотувалась у цей час у мери Києва [22] (Рис.1).

Рис.1: Публікація про передвиборчу агітацію Ірини Верещук

У одній з публікацій місцевих ЗМІ повідомлялось про унікальну форму передвиборчої агітації – створення рекламно відео-ролика, у якому Ірина Верещук літала з парасолькою, тим самим прагнучи таким чином привернути увагу виборців. Роль ЗМІ у даному випадку – інформаційна, однак така інформація про кандидатку могла позитивно вплинути на її репутацію, що свідчить про вплив ЗМІ на формування позитивних поглядів у бік певного кандидата.

Окрім цього, звернемо увагу на наступну публікацію, у якій йдеться мова про порушення з боку одного з кандидатів у депутати Ковельської

міської ради. У даному випадку кандидат разом з агітаційними матеріалами поширював кондитерські вироби – цукерки власного виробництва, що, як виявилось, є порушенням правил передвиборчої агітації (Рис.2) [3].



Рис.2: Передвиборча агітація одного з кандидатів у депутати Ковельської міської ради

Дана публікація є негативним чинником формування політичних поглядів громадян стосовно даного кандидата, оскільки негативно впливає на його репутацію.

Окрім цього, звернемо увагу на те, як регіональні ЗМІ впливають на політичні погляди громадян у контексті чинних місцевих політиків. У якості прикладу звернемось до скандальної новини літа 2023 року, коли мера Одеси Геннадія Труханова було взято під варту за справою незаконного продажу місцевого заводу. Регіональні ЗМІ, у даному випадку – «Коментарі. Одеса»

публікували новини, у яких повідомляли про деталі даної ситуації та справи в цілому [21] (Рис.3).



Рис.3: Публікація про Геннадія Труханова

Дана публікація спрямована на формування негативного іміджу чинного мера міста Одеси, що, у свою чергу, може змінити політичні погляди громадян у регіоні, оскільки вони будуть негативно ставитись до мера міста.

Окрім цього, важливо підкреслити, що регіональні ЗМІ впливають на політичні погляди громадян насамперед під час війни у нашій країні. Сьогодні як ніколи важливо, щоб усі регіони нашої країни були позитивно налаштовані по відношенню до України в цілому, її ідей та цілей на полі бою. Тому регіональні ЗМІ публікують чимало новин, спрямованих на підтримку

позитивних політичних поглядів громадян стосовно насамперед нашої країни. Так, публікуються новини про захисників, про дії служб порятунку, позитивні дії влади тощо. усе це сприяє збереженню позитивного ставлення до держави, що дає можливість уникнути негативних ситуацій у суспільстві, які б стали причиною дестабілізації ситуації у суспільстві.

Разом з тим, публікується також і правдива інформація про існуючу корупцію, що дає можливість підтримати позитивне ставлення до України, однак змінити політичні погляди громадян стосовно місцевої влади, яка «списує» кошти місцевого бюджету, які могли б піти на користь воїнам (Рис.4).



Рис.4: Публікація про тендер місцевої влади на Одещині

Аналізуючи стан регіональних ЗМІ в Україні та їхнє правове забезпечення, можна зробити висновок, що існують серйозні проблеми, що потребують уваги. Однією з найактуальніших є вплив власників та політичних структур на діяльність цих ЗМІ, що порушує об'єктивність та незалежність інформаційного простору. Деякі редакційні колективи відчувають тиск та мають обмежені можливості висвітлення об'єктивних новин та аналізу подій.

Рекомендацією до вдосконалення ситуації може бути створення більш жорсткого правового регулювання, яке гарантуватиме незалежність ЗМІ від політичних та корпоративних впливів. Зокрема, важливо забезпечити прозорість власності над ЗМІ, зробити доступними для громадськості інформацію про власників та їхні зв'язки з політичними структурами. Також, потрібно розвивати механізми захисту журналістів від тиску та втручання у їхню професійну діяльність, забезпечуючи їм правову підтримку та захист від цензури чи переслідувань за висловлення своєї думки.

Підводячи підсумок, можна зазначити, що журналістські колективи у деяких регіонах стикаються з впливом вузької групи "власників", чий уявлення про функцію ЗМІ не завжди співпадають з бажаннями журналістів та населення. Намагання перетворити ЗМІ на інструмент пропаганди обмежує їх можливості самостійного розвитку, відхиляючи від їхньої первинної мети – постачання оперативної та об'єктивної інформації про події.

Суспільство вимагає від ЗМІ не лише розважальної інформації, а й підвищення культурного рівня. Оцінюючи регіональну інформаційну продукцію порівняно з центральними ЗМІ, аудиторія віддає перевагу останнім, що свідчить про певні проблеми місцевих ЗМІ, але також вказує на перспективи їхнього розвитку. Це свідчить про потребу в ретельному використанні можливостей, які існують у місцевих ЗМІ для подальшого розвитку, тому, що регіональна преса має важливий потенціал для формування світогляду суспільства.

РОЗДІЛ 3

КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЗМІ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ УЧАСТІ

3.1. Ефективність комунікаційних стратегій ЗМІ

Особливо важливою є сучасна роль ЗМІ у якості основного засобу формування громадянської свідомості, а також агітація громадян до участі у

суспільних процесах. У такому випадку ЗМІ – це не лише джерело інформації, але й засіб виховання людини та формування її особистості. Для цього ЗМІ шляхом використання різних методів та інструментів мають можливість перетворити звичайну інформацію на засіб формування свідомості людини, що, у свою чергу, є основною суспільного розвитку. Окрім цього, у такому випадку ЗМІ використовують спеціально створені комунікаційні стратегії, які спрямовані на формування свідомості читача. Загалом, саме від якості комунікації з читачами залежить успішність ЗМІ та успішність їх позиції на інформаційному ринку. Таким чином ЗМІ створюють комунікаційні стратегії, які передбачають покращення взаємодії з читачами, що, у свою чергу, впливає на формування громадянської свідомості. Особливо важливою така діяльність ЗМІ є за сучасних умов війни у нашій країні, оскільки формування особливої свідомості громадян, спрямованої на жагу до перемоги і незламність, позитивно впливає на успіхи нашої держави.

Отже, шляхом теоретичного аналізу та аналізу сучасних вітчизняних ЗМІ з'ясуємо наскільки ефективними є сучасні комунікаційні стратегії ЗМІ у контексті формування громадянської свідомості та участі у суспільних процесах.

В цілому, комунікаційна стратегія ЗМІ являє собою комплекс заходів, спрямованих на формування попиту та просування бренду ЗМІ через спілкування та взаємодію з цільовою аудиторією. Дані стратегії необхідні для того, щоб:

- проінформувати;
- закликати до дії;
- подолати стереотипи;
- змінити поведінку;
- підштовхнути до системних змін.

З точки зору маркетингу комунікаційні стратегії дають можливість сформувати позитивне ставлення до бренду, забезпечити інформаційну підтримку розвитку бренду тощо. З точки зору використання комунікаційних стратегій засобами масової інформації, то у такому випадку вони спрямовані не лише на інформування громадян, але й на заклик до дій, змін, а також і спрямовані на формування певного типу свідомості, а саме – громадянської, що передбачає оволодіння політичними та громадянськими установками. Громадянська свідомість є важливою рисою кожного члена суспільства, оскільки така свідомість дає можливість громадянину не стояти осторонь подій, що відбуваються в державі, а бути активним та брати активну роль у розвитку суспільства [27].

Відповідно, актуальним є формування громадянської свідомості на сучасному етапі, оскільки завдяки цьому ЗМІ мають можливість налаштувати українців до боротьби з ворогом в умовах війни, до вирішення актуальних суспільних проблем, до активної участі у житті суспільства тощо, а, отже, й до участі у суспільних процесах [9].

Отже, головна мета комунікаційних стратегій ЗМІ на сучасному етапі – це формування громадської думки та поширення певних ідей [27]. Для цього вітчизняні ЗМІ використовують різні тактики, спрямовані на:

- формування позитивного іміджу України в цілому – у такому випадку ЗМІ публікують інформацію про успіхи України – не лише на лінії фронту, але й в освіті, науці, техніці, економіці, спорті, культурі тощо. Окрім цього, публікують інформацію про красу української природи, про українську культуру та її унікальність тощо, що дає можливість сформувати позитивний імідж держави як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні;
- формування позитивного іміджу українців – для цього використовуються тактики інформування, за умов яких публікуються новини

про успіхи українців у різних галузях, про успіхи воїнів на лінії фронту, про успіхи артистів, спортсменів тощо. Разом з тим, це новини про звичайних українців, які роблять свій внесок у розвиток держави;

- формування ідей з метою боротьби з ворогом. У такому випадку створюються публікації на тему агресора та його агресивних дій, його вплив на історію та сучасність України, його вплив на руйнування українських населених пунктів та життя українців тощо.

Дані тактики дають можливість сформувати певні риси громадянської думки та свідомості, які формують патріотичні настрої у суспільстві, а також налаштовують українців позитивно до рідної держави, а негативно – по відношенню до ворога.

Окрім цього, відзначимо, що важливим напрямком використання комунікаційних стратегій ЗМІ є формування такого типу громадянської свідомості, за якої українці усвідомлюють усю сутність війни, яка зараз відбувається у нашій країні, а також усвідомлюють негативний характер ворога. Завдяки цьому формується позитивне ставлення до вітчизняних силових структур, влади та захисників, а також негативне ставлення до ворога. Для цього ЗМІ використовують наступні комунікаційні стратегії [28]:

- стратегія формування позитивного іміджу захисника, яка є провідною для видань, що висвітлюють військову тематику та передбачає позитивне відображення захисника, як героя, що виборює свободу України;
- стратегія формування позитивного іміджу силових структур та позитивної оцінки їх діяльності;
- стратегія формування образу ворога, яка передбачає формування різко негативного ставлення до країни-агресора;
- стратегія емоційного налаштування.

Розглянемо приклади застосування даних стратегій сучасними вітчизняними ЗМІ:

1) Для формування позитивного іміджу захисника ЗМІ, по-перше, систематично публікують інформацію у вигляді «сводок», у яких повідомляють про втрати ворога. Це дає можливість сформувати усталене уявлення про успішну діяльність наших захисників на лінії фронту [10].

Окрім цього, публікуються позитивні новини, у яких повідомляється про такі напрямки діяльності наших захисників, як, зокрема – навчання «бойових котів», що дає можливість сформувати позитивне ставлення до захисників, викликавши позитивні асоціації з захисниками та милими тваринами. Також це дає можливість показати доброту та милосердя захисників, оскільки вони постійно рятують тварин, які опиняються на лінії фронту [47].

2) Формування позитивного ставлення до силових структур наразі є недостатньо ефективним, оскільки однією з силових структур є ТЦК, ставлення до якого у суспільстві є негативним, що в цілому формує негативний імідж інших силових структур, не пов'язаних з даною організацією. У якості прикладу звернемо увагу на наступну новину [42]: на жаль, під час війни кількість подібних новин лише збільшується, оскільки працівники ТЦК систематично стають учасниками подібних подій, що негативно впливає на імідж інших силових структур, насамперед – ЗСУ в цілому. Разом з тим, кількість позитивних публікацій про ТЦК майже немає, що також додатково негативно впливає на імідж даної структури.

3) Для формування негативного ставлення до ворогу та, як наслідок, негативного іміджу, використовується низка інструментів. По-перше, це публікація новин про агресію ворога, про постійні бомбардування та жертви, про постійні обстріли українських міст тощо, що дає можливість розкрити правдиву інформацію про дії ворога та їх вплив на українців. Окрім цього,

використовуються і інші тактики, зокрема – висміювання держави ворога, її громадян, її воїнів та влади, що також є логічним та прийнятним. Використовуються і наступні інструменти, як можна побачити у даній новині [35]:

4) Стратегії емоційного налаштування ЗМІ полягають у публікації новин про успіхи українських воїнів на лінії фронту, звільнення населених пунктів, знищення російської техніки тощо, що дає можливість надати читачам надію та сформувати відчуття у впевненості в успішній діяльності українських захисників.

Підкреслимо, що сьогодні у суспільстві ставлення до захисників є позитивним, так само, як і негативним є ставлення до ворога, у контексті чого можна вважати ефективним застосування відповідних комунікаційних стратегій ЗМІ у контексті формування відповідних рис громадянської свідомості українців. Однак, з точки зору формування позитивного іміджу силових структур стратегії ЗМІ є недостатньо ефективними.

Окрім цього, звернемо увагу на те, що важливим для вітчизняних ЗМІ є вплив комунікаційних стратегій на участь українців у різних суспільних процесах. У такому випадку важливо зазначити наступне:

- ЗМІ відігравали провідну роль у заохоченні українців до участі у Помаранчевій революції та Революції Гідності, оскільки виступали основним інструментом поширення інформації про дані події та закликів українців до участі у них, що дає можливість зазначити ефективність комунікаційних стратегій ЗМІ у даному контексті [36];

- від початку повномасштабної війни ЗМІ є основним інструментом формування громадянської свідомості, а також основним інструментом поширення інформації про негативні дії з боку ворога. Усе це, у свою чергу, закликає українців до вступу у ряди збройних сил, завдяки чому кількість

українських воїнів збільшується. У такому випадку роль ЗМІ є невід’ємною та напроцуд важливою [7];

- окрім цього, ЗМІ відіграють важливу роль у агітації громадян до участі у різних громадських акціях, наприклад – мітингах проти корупції у владі та витрат кошти на нечесні тендери замість допомоги воїнам тощо;

- ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні екологічної свідомості громадян, тим самим закликаючи їх до участі у різноманітних заходах екологічного спрямування тощо.

У такому випадку підкреслимо, що у контексті заохочення до участі у суспільних процесах роль комунікаційних стратегій ЗМІ є важливою та ефективною. Шляхом використання стратегій інформування та заклику до дій вони позитивно налаштовують українців до дії, що, у свою чергу, впливає також і на їх громадянську свідомість.

Отже, проаналізувавши теоретичні особливості комунікаційних стратегій ЗМІ та визначивши основні особливості їх стратегій у контексті сучасних подій, підкреслимо, що у більшості випадків роль комунікаційних стратегій ЗМІ у формуванні громадянської свідомості та заохочення до участі у суспільних процесах є ефективною, що можна прослідкувати на прикладі впливу ЗМІ на формування позитивного налаштування українців по відношенню до України, формування позитивного іміджу захисника тощо. Окрім цього, важливою є роль ЗМІ і у формуванні негативного образу ворога. Також комунікаційні стратегії ЗМІ є важливими з точки зору заохочення до участі у суспільних процесах. У такому випадку достатньо використання стратегій інформування та заклику до дії шляхом створення відповідних публікацій, що дає можливість заохочувати громадян до участі у мітингах, спрямованих на зміни в державі, до участі у війні проти ворога, до участі у різних масових заходах тощо.

Патріотизм і національні почуття в суспільстві є життєво важливими під час війни з російським агресором. Сила українського духу залежить від почуття патріотизму та готовності захистити свою країну. Засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні національних почуттів. Саме комунікаційні тактики, які використовують українські ЗМІ, можуть впливати на громадську думку та об'єднувати суспільство навколо важливих патріотичних ідей. Одним із найефективніших методів у цій ситуації є підкреслення позитивних прикладів патріотизму, героїзму та самопожертви заради України. Сюжети та публікації про добровольців, волонтерів, лікарів, бійців ЗСУ та простих українців, які рятують життя інших, надихають суспільство своїм подвигом. ЗМІ чудово розповідають такі історії, викликаючи гордість і бажання бути схожим на героїв [36].

Крім того, комунікаційні стратегії ЗМІ активно використовують історичні паралелі, щоб підкреслити боротьбу українців за свободу в минулому та показати, що сучасні захисники підтримують цінності козацтва, УПА та революціонерів минулого. Це створює зв'язок поколінь, єдність українців різних поколінь у боротьбі за незалежність. Вдалим прикладом є гасло Армії «Слава Україні! Героям Слава!», яке поєднує традиції в єдине патріотичне гасло сьогодення.

Тим не менш, залишаються певні проблеми та недоліки в використанні стратегій комунікації ЗМІ в контексті національного виховання. Зокрема, іноді історичні паралелі виглядають поверхневими та непереконливими, без ретельної оцінки подібностей і відмінностей між різними періодами часу. Крім того, деякі патріотичні гасла стають надмірно патетичні та не мають реального змісту.

За результатами аналізу можна вважати, що комунікаційні стратегії ЗМІ є ефективними для формування патріотизму, але вони мають деякі недоліки,

коли справа доходить до їхнього впровадження. Щоб використовувати цей потужний інструмент для досягнення перемоги, важливо постійно удосконалювати інформаційну політику та підходи до патріотичного виховання. Основним завданням ЗМІ під час війни є об'єднання суспільства. З цієї причини єдність і згуртованість громадян є основою для стійкості та протидії ворогу. Чи здатні українські ЗМІ об'єднати громадян?

З іншого боку, комунікаційні методи ЗМІ спрямовані на розширення спільної ідентичності та встановлення зв'язку з кожним громадянином. Гасла, такі як «Разом переможемо!» і «Єдина країна - єдиний народ», активно транслиуються в інформаційному просторі. Наголошується на тому, що війна є спільним лихом для всіх українців, незалежно від регіону чи поглядів, і що єдиний спосіб подолати цю катастрофу полягає в тому, щоб усі працювали разом.

Тим не менш, вдалося подолати лише частково сильні розбіжності в суспільстві. Зокрема, гостро стоїть питання мови, оскільки частина громадян все ще не сприймає українську мову та відчуває себе осторонь. Крім того, важко подолати історичний розрив між двома частинами України, які мають різні бачення культурної та історичної спадщини. Не вдається повністю об'єднати суспільство та оцінити діяльність влади, армії та політичних сил. Незважаючи на те, що ЗМІ прагнуть поширювати ідеї об'єднання та боротьби, глибинні розколи в суспільстві не можна подолати. Потрібно шукати більш ефективні методи, апелюючи до того, що об'єднує українців, а не розділяє їх. Справжня консолідація заради перемоги можлива лише на цій основі [7].

Невід'ємною частиною російської агресії проти України є інформаційна війна. Путін активно використовує пропаганду та брехню, щоб маніпулювати

громадською думкою, створювати паніку та розколоти суспільство в Україні. Як ЗМІ протистоять цим небезпекам?

З початком повномасштабного вторгнення українські медіа значно зосередилися на перевірці брехні та пропагандистських міфів кремля. Були створені окремі проекти та рубрики, які систематично моніторять брехню в російських ЗМІ та надають вичерпні фактчеки. Це дозволило ефективно реагувати на більшість інформаційних вкидів і запобігти поширенню дезінформації. Але деякі складні для спростування технології все ще є дієвим інструментом Кремля. Це включає глибинні маніпуляції історичною пам'яттю українців. Крім того, недостатньо системних зусиль, спрямованих на розвиток критичного мислення аудиторії, розуміння медіа грамотності та здатності розрізнати пропаганду. Більшість проектів фактчекінгу вже орієнтовані на обізнаних громадян.

Незважаючи на те, що українські ЗМІ досить успішно борються з фейками, існує ряд аспектів, у яких необхідно посилити боротьбу, щоб протистояти складним технологіям ворожої пропаганди та захистити свідомість українців. Це має вирішальне значення для перемоги в інформаційній війні. Виділити можна «Центр протидії дезінформації», який аналізує актуальні новини сьогодення від нашого ворога, і спростовує або наголошує на фейкості цих новин [48].

Однак вітчизняні видання та телеканали швидко розпочали кампанії з викриття фейків російських ЗМІ, особливо блогерських розслідувань. Вдається спростовувати більшість вигадок російських пропагандистів за допомогою фактчекінгу та критичного аналізу. Але іноді складно швидко розпізнати приховані маніпуляції з пам'яттю українців. Довгий час брехня Кремля щодо «одного народу» та «фашистів у Києві» вкорінилася в частині аудиторії, і її важко подолати за короткий час. Крім того, українські ЗМІ не

приділяють достатньої уваги розвитку критичного мислення та медіаграмотності аудиторії. Більшість матеріалів спрямовані на свідомих людей, а не на тих, хто може бути маніпульований.

Незважаючи на те, що швидке реагування та спростування фейків є ефективними, розвиток стійкого імунітету до брехні вимагає більшої освіти та обізнаності аудиторії, особливо з уразливими групами населення.

Комунікаційні стратегії вітчизняних ЗМІ формують громадську думку під час війни. Тим не менш, вирішення багатьох проблем, пов'язаних із їх виконанням, допоможе підвищити ефективність **ЗМІ**.

Одним із основних недоліків є надмірна поляризація та радикалізація тональності в повідомленнях. Часто ЗМІ лише розширюють розбіжності, дискредитуючи противників, а не об'єднуючи суспільство.

Брак стратегічного плану комунікацій також є проблемою. Від події до події посилюються хаотично, а не послідовно надсилаються протягом 2-3 місяців.

Для вирішення цих проблем можна рекомендувати:

- 1) Відмовитись від радикальної риторики, замінивши її на помірковану та об'єднувальну.
- 2) Розробити стратегічні 3-5 ключових наративів та послідовно їх транслювати незалежно від поточних подій.
- 3) Посилити виважені аналітичні матеріали замість емоційних повідомлень.

Реалізація цих рекомендацій призведе до більш ефективного впливу ЗМІ на суспільну свідомість і міцнішої єдності українців проти небезпек.

Друга проблема, з якою вітчизняні ЗМІ не досягають бажаного ефекту, полягає в тому, що вони не звертають достатньої уваги на аудиторію, яка перебуває на окупованих територіях і в районах, де тривають бойові дії.

Через пошкодження інфраструктури та відсутність доступу до українського медіапростору ці громадяни почувають себе ізольованими, що посилює їхню чутливість до російської пропаганди.

Для вирішення цієї проблеми можна рекомендувати:

1) Налагодити доставку друкованих видань в райони активних бойових дій навіть ціною додаткових витрат.

2) Запустити місцеві радіостанції на частотах, доступних на непідконтрольних територіях.

3) Посилити групи журналістів та блогерів, які працюють безпосередньо в зоні ООС, для швидкого реагування та спростування фейків.

Проведення цих заходів не лише посилить боротьбу з дезінформацією, розробленою Росією, але й підвищить моральний дух людей на сході країни.

Інформаційна кампанія щодо звільнення цивільних заручників і військовополонених українців є одним із яскравих прикладів ефективного використання комунікаційних стратегій. Ця тема була постійно в центрі уваги ЗМІ; вони розповідали історії невільників Кремля та вимагали їх повернення. Результатом було повернення понад 1300 громадян України додому з початку повномасштабного вторгнення.

Тим часом спроба зв'язатися з жителями тимчасово окупованих територій виглядає невдалою. Фактично, українські ЗМІ втратили цю аудиторію через блокування телебачення та радіо в Україні, а також перешкоди для доступу до Інтернету. Тільки 17% жителів Криму та 40% населення ОРДЛО хоч іноді дивляться телебачення в Україні. Це ускладнює протидію пропаганді Росії та реінтеграцію окупованих територій.

Інформаційна кампанія на підтримку Збройних Сил України та волонтерський рух є ще одним позитивним прикладом. ЗМІ не просто розповсюджували інформацію про потреби армії, вони також стали рупором

для збору фінансування, засобів захисту та транспорту. Дослідження показало, що 86% українців особисто підтримували ЗСУ, зібравши за оцінками понад 50 мільярдів гривень. Наглядно можна побачити на рис.5 [50]:

Загальні середньомісячні донати/пожертви ЗСУ/волонтерам у гривнях (в середньому на місяць, спираючись на останні 3 місяці), загальний, статевий, віковий та регіональний розподіли, N=1200, %

Розмір донату/пожертви	Усі	Стать		Вік			Region				
		Чоловік	Жінка	18-35	36-50	51 рік і старше	Захід	Центр	м. Київ	Південь	Схід
До 300 грн.	48,5	44,0	52,0	42,6	48,6	52,2	49,7	52,7	39,3	48,4	44,1
301-500 грн.	13,9	13,5	14,3	17,0	11,8	13,2	15,0	15,2	16,7	11,7	11,7
501-1000 грн.	9,2	10,5	8,0	12,8	9,9	6,3	10,0	9,4	7,1	8,5	8,9
1001-2000 грн.	5,5	5,5	5,5	6,2	6,7	4,1	6,3	3,6	3,3	3,2	5,6
2001-3000 грн.	2,3	3,4	1,4	4,3	1,9	1,3	2,8	1,8	1,2	1,6	3,8
3001-10 000 грн.	2,1	2,8	1,5	1,6	2,6	2,2	3,1	1,8	2,4	1,6	1,4
Більше 10 001 грн.	0,3	0,6	0,2	0,3	1,0	0,0	0,0	0,4	1,2	0,5	0,5
Не допомагав /допомагала ЗСУ/волонтерам грошима протягом останніх 3х місяців	18,2	19,6	17,1	15,1	17,6	20,8	13,1	15,2	17,9	24,5	23,9

Рис.5: Статистика донатів на ЗСУ в середьому на місяць

Однак висвітлення діяльності політиків і чиновників виглядає невдалим. За даними соціопитувань, лише 5% українців довіряють Верховній Раді через надмірну кількість скандалів і проблем. Крім того, 59% людей вважають, що влада працює на користь олігархів. Така інформаційна політика шкодить суспільству.

Отже, ці конкретні приклади показують, що довгострокова свідомо комунікаційна стратегія ЗМІ може принести бажані результати. Але стратегічний вплив медіа значно ослаблюється, коли аудиторія зникає. Отже,

збереження можливості донесення повідомлень до різних груп населення є важливим для успіху.

3.2. Стимулювання громадської участі через ЗМІ: практичні рекомендації

Сучасний світ постійно перебуває під впливом масових комунікаційних засобів, які грають важливу роль у формуванні громадської думки та участі громадян у політичних процесах. У сфері медіа постійно народжуються нові технології та ініціативи, що стимулюють обговорення та активну участь громадян. Поряд з цим, розвиток регіональних ЗМІ відіграє значущу роль у формуванні громадянської свідомості та забезпеченні доступу до об'єктивної інформації. Осмислене використання медіа та ефективна комунікація є ключовими чинниками для підвищення громадянської участі та створення активного громадянського суспільства.

Почати свої практичні рекомендації я хочу з основних принципів – доступності та прозорості інформації, що є ключовим аспектом активізації громадянської участі та розвитку суспільства. Ці принципи сприяють демократизації доступу до знань і можливості участі громадян у прийнятті рішень. Прозорість інформації формує захист від маніпуляцій та сприяє формуванню об'єктивної думки, спрощуючи процеси прийняття рішень на основі фактів та обґрунтованих даних. Це є важливим для визначення напрямку розвитку суспільства та забезпечення громадянської участі в публічних процесах. Всі громадяни повинні бути надійно забезпечені повною, оперативною інформацією, що дає кожному з соціальних суб'єктів можливість гранично всебічно і максимально об'єктивно, відповідно до своїх потреб, положенню в суспільстві, орієнтуватися в дійсності (факти,

оцінки, норми, ідеали) і приймати оціночні і поведінкові рішення, адекватні ситуації в конкретній сфері (світі, регіоні, країні, місті, районі), аж до міжособистісних відносин на роботі, в сім'ї тощо [25]. Без доступної та прозорої інформації можуть виникнути численні проблеми. Це може стати перешкодою для об'єктивного оцінювання подій та прийняття обґрунтованих рішень. Відсутність доступу до інформації може призвести до неправдивих та спотворених даних, що ускладнює розуміння ситуації і прийняття оптимальних рішень. Брак прозорості може призвести до корупційних схем, відсутності відповідальності та підпорядкованості, порушуючи основні принципи демократії та прав людини. Така ситуація може призвести до недовіри до влади та загострення конфліктів у суспільстві.

Другою рекомендацією я би відзначив налагоджений розвиток партнерських зв'язків між ЗМІ та громадськістю. Розвиток партнерських зв'язків між ЗМІ та громадськістю створює основу для більшої довіри та взаєморозуміння. Взаємодія між ЗМІ та громадськістю має стратегічне значення для сучасного суспільства – де партнерство між ними створює сприятливі умови для обміну інформацією та ідей - це сприяє підвищенню рівня освіченості та свідомості суспільства. Розширення цих зв'язків сприяє формуванню довіри між різними соціальними групами та ЗМІ. Це відкриває нові можливості для взаємодії, вирішення проблем і підвищення якості інформаційного простору. Партнерство сприяє уникненню конфліктів та формуванню позитивного сприйняття громадськістю ЗМІ.

Засоби масової інформації, спільно працюючи з громадськістю, забезпечують швидкий і доступний обмін інформацією про події та розвиток суспільства. Це сприяє створенню відкритого та діалогового середовища для обміну думками та ідеями. Партнерські відносини між ЗМІ та громадськістю зміцнюють демократичні цінності та стимулюють розвиток громадянського

суспільства. Таке партнерство сприяє ефективнішому вирішенню загальносуспільних проблем та стимулює соціальну відповідальність. Якщо не буде налагодженої взаємодії між ЗМІ та громадськістю, це може призвести до виникнення численних негативних наслідків. Відсутність співпраці може призвести до зростання недовіри до інформації, що подається ЗМІ. Це може призвести до поширення дезінформації та спричинити збентеження в суспільстві. Недостатня увага до взаємодії може зробити ЗМІ менш чутливими до потреб аудиторії, що загрожує втратою аудиторії та авторитету. Також це може спричинити втрату можливості для ефективної взаємодії у вирішенні соціальних проблем. Недостатня взаємодія може призвести до зниження рівня довіри громадськості до ЗМІ та послабити їхню роль у формуванні громадянської свідомості. Також це може призвести до зростання апатії та відчуженості громадськості від політичного процесу, що загрожує зростанню соціальної напруги та конфліктів. Не налагоджена взаємодія може призвести до зміцнення впливу альтернативних джерел інформації, що може бути менш об'єктивними та відповідальними. Важливим є усвідомлення менеджментом ЗМІ необхідності якісного PR для підтримки зв'язків з аудиторією поза шпальтами та ефіром для забезпечення довіри й формування позитивної репутації [11].

Застосування інтерактивних форматів комунікації медіа-громадськість та навпаки, також дає можливість активніше залучати аудиторію до обговорень та діалогів, такі як соціальні мережі, форуми та онлайн-чати, для створення віртуальних просторів для обговорення. Ці платформи створюють можливість громадянам обмінюватися думками, досліджувати питання та висловлювати свої погляди на різні теми. Публічні дебати, організовані ЗМІ, надають можливість політичним кандидатам і представникам різних поглядів висловлювати свої позиції перед аудиторією. Анкетування та опитування,

проведені через онлайн-ресурси ЗМІ, допомагають виміряти громадську думку щодо конкретних питань або подій. Інтерактивність цих форматів стимулює активність учасників, спонукає до обговорень та сприяє залученню різноманітних поглядів. Окрім цього, соціальні мережі дозволяють громадянам швидко реагувати на події та висловлювати свої позиції. Участь у цих форматах дозволяє людям відчувати себе частиною спільноти, вплинути на рішення та висловити свої думки. Організація таких обговорень через ЗМІ сприяє формуванню відкритого інформаційного простору для громадян. Використання цих форматів дозволяє виявити громадську думку та врахувати її при формуванні різноманітних стратегій чи прийнятті рішень.

Потрібно врахувати проблеми, такі як маніпуляції та фальсифікації інформації в соціальних медіа, це може стати серйозною загрозою. Через доступність і відкритий характер платформ для обговорень, вони стають потенційним полем для небажаних втручань та маніпуляцій. Фейкові новини та недостовірні дані можуть легко поширюватися, викликаючи змішання в громадській думці та впливаючи на формування переконань аудиторії. Це може вплинути на думку громадськості та навіть викликати реальні соціальні реакції, створюючи конфлікти та підкопуючи довіру до інформації, що надходить через ЗМІ.

В цілому я би погодився з думкою Матвієнків С. та поділив формати комунікації на:

- класичний формат, який включає в себе редакційні матеріали, експертні коментарі, колонки, інтерв'ю з представниками проекту та телесюжети - це традиційні матеріали, які досить зрозумілі та звичні для ЗМІ;
- креативний формат, який відображає новаторські ідеї у створенні матеріалів, спеціальних проєктів або інших креативних витоків спільно з медіа;

- такі матеріали можуть включати спецпроекти, що виникають в результаті співпраці зі ЗМІ, або івенти, організовані для широкої аудиторії з використанням різних форматів [17].

Акцентувати увагу потрібно саме на креативному форматі. Креативний формат взаємодії з медіа є важливим, оскільки він дозволяє ефективно впливати на аудиторію через нестандартні підходи. Матеріали та спецпроекти цього формату створюють нові можливості для сприйняття інформації, привертаючи увагу через оригінальність і несподіваність. Вони дозволяють залучити увагу аудиторії та показати інформацію у новому світлі. Ці матеріали можуть включати інфографіку, нестандартні формати текстів та креативні візуалізації, що допомагають спростувати складні поняття або ідеї. Такий підхід дає можливість досягти більшого емоційного зв'язку з аудиторією, що сприяє збільшенню зацікавлення та взаєморозуміння. Ось декілька прикладів креативних форматів:

- інтерактивність на платформах - розробка інтерактивних відео, де глядачі можуть впливати на сюжет або вибирати розвиток історії;
- спеціальні проекти та івенти - організація тематичних подій або конференцій, що поєднують елементи медіа та презентацій для публіки;
- креативна візуалізація - використання нестандартних форматів візуалізації, таких як інфографіка, анімація чи художній дизайн, для подачі складної інформації;
- альтернативні формати текстів - розробка нестандартних статей чи матеріалів, наприклад, тестів замість статей або створення мультимедійних віджетів замість звичних текстів;
- застосування технологій AR/VR - створення власних реальностей через розробку AR/VR-додатків або використання цих технологій для розширення інтерактивності матеріалів;

- участь глядачів/читачів у контенті - створення платформ для залучення глядачів/читачів у створення контенту або його частини (конкурси, акції, виклики тощо).

Заключно, соціальні мережі відкривають можливості для активної участі громадян у висловлюванні власних думок та реакцій на події. Їхня участь у спільних обговореннях допомагає сформувати відкритий інформаційний простір для всіх. Проте, на фоні цієї активності, важливо врахувати проблеми маніпуляцій та фальсифікації інформації в цих медіа, які можуть спотворити загальну картину та викликати серйозні наслідки.

21	http://repositc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11539/1/VDU13.pdf	8 джерел	0.08%
22	http://referat-ok.com.ua/pravo/pravove-regulyuvannya-obliku-platnikiv-podatkiv-yak-element-podatkovoji-diyalnosti	4 джерела	0.07%
23	https://pedbezpeka.vntu.edu.ua/index.php/pb/article/download/114/106/164		0.07%
24	http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/issue/download/17264/10000		0.07%
25	https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/483/zbirnik-13062023.pdf		0.06%
26	https://history.sspu.edu.ua/images/2022/conferences/2022/e-books/Conference_2022_.pdf	2 джерела	0.06%
27	https://www.pgaction.org/pdf/2016/GRC-Domestic-Implementation-IHL-Report-UKR.pdf		0.06%
28	http://www.info-works.com.ua/referats/pedagogika/3242.html	30 джерел	0.06%
29	https://shron1.chtyvo.org.ua/Kotsur_Vitalii/Natsionalni_menshyny_Ukrainy_v_konteksti_suspilno-politychnykh_transformatsii_90		0.06%
30	http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/3172/Morozova.pdf?isAllowed=y&sequence=1	17 джерел	0.06%
31	https://despro.org.ua/library/radnik_starosti%20(2019)_u.pdf	6 джерел	0.06%
32	https://www.nuczu.edu.ua/images/topmenu/science/spetsializovani-vcheni-rady/arefLukin.pdf	6 джерел	0.06%
33	http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/download/materialy_2015.pdf		0.06%

Цитати

Цитати

5

1 «різного роду регіональні (просторові) нерівності»

2 «ЗМІ - це частина масових інформаційних процесів, елемент у системі засобів масової комунікації, що включає всі види масового спілкування як технічні, так і усні. Засоби масової інформації - це періодична преса, радіо, телебачення, звукозапис, відеозапис, комп'ютерні нагромадження, обробка, передача й прийом інформації, система Інтернет»

3 «місцевий - це такий, який стосується певної місцевості, живе в якійсь місцевості тощо; властивий даній місцевості, поширений в ній»

4 «місцевий; властивий певній місцевості, певному середовищі»

5 «небажання до радикальних і сміливих впроваджень, до ризикованих експериментів і глибоких перетворень»