

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра публічного управління та адміністрування

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ Н. Грущинська

«_____» _____ 2020р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬО-КВАЛІФІКАЦІЙНОГО РІВНЯ
«МАГІСТР»
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ «ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА
АДМІНІСТРУВАННЯ»

**ТЕМА: «МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ІНСТИТУТІВ ГРОМАДСЬКОГО
СУСПІЛЬСТВА НА ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ»**

Виконавець: студент гр. ПУ-601 Медведєва-Яцюк Н.Й.

Керівник: к.н. з держ.упр, доцент Задорожній С.А.

Нормоконтролер: _____ доц. Задорожній С.А.

Київ 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут неперервної освіти
Кафедра публічного управління та адміністрування
спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Н. Грущинська

«_____» _____ 2020р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

Медведєва-Яцюк Надія Йосипівна

1. Тема дипломної роботи: «Механізми впливу інститутів громадянського суспільства на органи публічної влади», затверджена наказом ректора затверджена наказом ректора від «30» листопада 2020 р. № 2361/ст.

2. Термін виконання роботи: з 05.10.2020 р. по 31.12.2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: теоретичні засади впливу засобів масової інформації на органи публічної влади, методологічну основу становлять фундаментальні дослідження видатних науковців з проблематики взаємодії ЗМІ та органів публічного управління.

4.Зміст пояснювальної записки: теоретико-методологічні засади об'єктивної необхідності, сутність та особливості взаємодії засобів масової інформації та органів публічної влади.

5.Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: презентація основних результатів магістерської роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office PowerPoint складає 10 слайдів.

Календарний план-графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Затвердження теми магістерської роботи та узгодження її з керівником	05.10.2020-13.10.2020	виконано
2.	Визначення статистичної, інформаційної бази дослідження, складання бібліографії	14.10.2020-31.10.2020	виконано
3.	Написання першого розділу магістерської роботи та надання його керівнику	01.11.2020-05.11.2020	виконано
4.	Написання другого розділу магістерської роботи та надання його керівнику	06.11.2020-14.11.2020	виконано
5.	Написання третього розділу магістерської роботи та надання його керівнику	15.11.2020-30.11.2020	виконано
6.	Оформлення ілюстрованого матеріалу. Проходження нормо контролю. Отримання рецензії та відгуку.	01.12.2020-08.12.2020	виконано
7.	Переплетення магістерської роботи. Подання магістерської роботи та супровідних документів секретарю ДЕК.	19.12.2020-31.12.2020	виконано

7. Консультанти з окремих розділів

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1. Теоретичні засади впливу інститутів громадянського суспільства (ЗМІ) на органи публічної влади			
2. Міжнародний та вітчизняний досвід впливу засобів масової інформації на органи публічної влади.			
3. Вплив інформаційного суспільства на розвиток публічного управління			

8. Дата видачі завдання: 05.10.2020 р.

Керівник магістерської роботи _____
(підпис керівника)

до виконання _____
(підпис випускника)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи :«Механізми впливу інститутів громадського суспільства на органи публічної влади» 89сторінок, 60 використаних джерела.

Ключові слова:ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ, ЗМІ, УПРАВЛІННЯ, МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ

Об'єктом дослідження є засоби масової інформації в державному управлінні.

Предметом дослідження є механізми впливу інститутів громадського суспільства (ЗМІ) на органи публічної влади.

Мета роботи полягає у здійсненні теоретичного аналізу, обґрунтуванні основних механізмів впливу та його напрямів посилення роботи Засобів масової інформації, як одного із інститутів громадянського суспільства на органи публічної влади.

Основне завдання магістерського дослідження: здійснити аналіз основних наукових підходів до визначення сутності засобів масової інформації як інституту громадського суспільства.

Методи дослідження: системний, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, діалектичний, прогностичний, компаративістський, історичний, структурно-функціональний, статистичний.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкта та предмету дослідження: визначення механізмів впливу та подальшої взаємодії органів публічного управління та Засобів масової інформації.

Матеріали магістерської роботи рекомендується використовувати в практичній роботі органів публічної влади та ЗМІ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА (ЗМІ) НА ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ.....	9
1.1. ЗМІ як інститути громадянського суспільства: основні сутнісні поняття та характеристики.....	9
1.2. Нормативно-правове регулювання діяльності ЗМІ в Україні.....	21
1.3. Механізми впливу ЗМІ на органи публічної влади.....	34
Висновки до першого розділу.....	43
РОЗДІЛ 2. МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ВПЛИВУ ЗМІ НА ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ.....	46
2.1. Особливості впливу засобів масової інформації на органи публічної влади в Україні.....	46
2.2. Європейська модель взаємодії ЗМІ та влади.....	51
2.3. Американський приклад впливу засобів масової інформації на органи публічної влади.....	57
Висновки до другого розділу.....	62
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА НА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	65
3.1. Основні фактори ведення діяльності ЗМІ в державному управлінні.....	65
3.2. Напрями посилення роботи ЗМІ як інституту громадянського суспільства.....	73

Висновки до третього розділу.....	77
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84

ВСТУП

Актуальність теми. Без допомоги різних органів влади, а також спеціальних засобів зв'язку між державою та громадянами робота органів державної влади неможлива. Саме ЗМІ, один із засобів комунікації між суспільством і державою. Засоби масової інформації - це не лише (приватна) громадянська установа, а й основний канал поширення різної інформації, включаючи політику. Це соціально важливо і вимагає уваги державних установ, а також впливу на дітей. Вплив засобів масової інформації на рішення щодо управління та вплив громадськості на політику через засоби масової інформації не повністю розкритий, хоча закордонні та вітчизняні вчені вирішили проблему вивчення та аналізу форм, механізмів та перспектив.

Україні потрібно реструктуризувати друковані ЗМІ не лише відкрито, а й з газет, а не з державних джерел, щоб забезпечити приватне фінансування, закликаючи журналістів висвітлювати діяльність уряду з негативним поглядом. Вплив засобів масової інформації на діяльність уряду також залежить від несправедливості та об'єктивності відомих журналістів та редакторів.

ЗМІ є одним з найважливіших центрів громадянського суспільства, що представляє громадську думку та впливає на її структуру. Це підтверджує незаперечну важливість цієї проблеми. Крім того, актуальність цієї статті визначається її значенням для розробки сучасної державної політики та правового процесу в Україні, що вимагає пошуку ефективних механізмів 'співпраці та співпраці'. мохо. та інших організацій громадянського

суспільства, політичних партій, місцевих органів влади та місцевого самоврядування. статус громадянина.

За час незалежного існування України ультрасучасна система управління інформацією, успадкована від СРСР, зазнала значних інституційних, правових, динамічних та операційних змін, а також змін у ефективності. та повноваження різних регулюючих органів. В даний час система складається з підконтрольних інститутів Президента, Парламенту та Держави, низки ключових складових Національної виконавчої влади, а також різних дорадчих органів та структурних компонентів в органах влади. місцеві органи влади визначати, впроваджувати та керувати політикою публічної інформації. Кожен аспект роботи системи безпосередньо пов'язаний з проблемами незалежних засобів масової інформації, свободи вираження поглядів, а отже, оцінка їх функцій дозволяє визначити якість операцій. у ЗМІ "– влада".

Мета і зміст поставлених завдань. Метою магістерської роботи є здійснення теоретичного аналізу, обґрунтування основних механізмів впливу та його напрямів посилення роботи Засобів масової інформації, як одного із інститутів громадянського суспільства на органи публічної влади. Удосконалення взаємодії органів публічної влади та ЗМІ.

Завдання магістерської роботи:

1) здійснити аналіз основних наукових підходів до визначення сутності засобів масової інформації як інституту громадянського суспільства.

2) узагальнити основні механізми впливу засобів масової інформації на органи публічної влади

3) проаналізувати зарубіжний і вітчизняний досвід і встановити взаємозв'язок ЗМІ і органів публічної влади

4) визначити основні фактори здійснення діяльності засобів масової інформації в державному управлінні

5) визначити перспективні підходи щодо посилення роботи ЗМІ як інституту громадянського суспільства.

Об'єкт дослідження. Засоби масової інформації в державному управлінні.

Предмет дослідження. Механізми впливу інститутів громадянського суспільства (ЗМІ) на органи публічної влади.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є як загальнонаукові, так і спеціально наукові методи наукового пізнання, зокрема:

- системний, який уможливив розгляд інституту громадянського суспільства і державного управління як цілісних взаємодіючих структур;
- аналізу та синтезу, що дали змогу дослідити еволюцію взаємодії суспільства й держави;
- індукції та дедукції, завдяки яким розвиток, взаємодія та взаємовплив засобів масової інформації і держави розглядаються як динамічний процес змін від окремого прояву до загальної форми і навпаки;
- діалектичний, який дав змогу дослідити суспільні вищі й цінності, які впливають на формування і функціонування системи державного управління;
- прогностичний, що дав можливість визначити перспективи вдосконалення взаємодії державного управління та ЗМІ;
- компаративістський, за допомогою якого порівнювалися особливості функціонування інституту громадянського суспільства і державного управління в Україні та зарубіжних країнах;
- історичний, з використанням якого досліджувалися етапи участі засобів масової інформації в державному управлінні;
- структурно-функціональний, який використано для виокремлення складових та розробки напрямів оптимізації взаємодії інституту громадянського суспільства з органами державної влади;
- статистичний, що дав можливість розглянути реальні дані, які характеризують ступінь розвитку громадянського

суспільства, фактичний стан системи державного управління, оцінити нормативно-правову базу.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА (ЗМІ) НА ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

1.1. ЗМІ як інститути громадянського суспільства: основні сутнісні поняття та характеристики

ЗМІ є одним з найважливіших центрів громадянського суспільства, що представляє громадську думку та впливає на її структуру. Це підтверджує незаперечну важливість цієї проблеми. Крім того, актуальність цієї статті визначається її значенням для розробки сучасної державної політики та правового процесу в Україні, що вимагає пошуку ефективних механізмів 'співпраці та співпраці'. мохо. та інших організацій громадянського суспільства, політичних партій, місцевих органів влади та місцевого самоврядування. статус громадянина.

За час незалежного існування України ультрасучасна система управління інформацією, успадкована від СРСР, зазнала значних інституційних, правових, динамічних та операційних змін, а також змін у ефективності. та повноваження різних регулюючих органів. В даний час система складається з підконтрольних інститутів Президента, Парламенту та Держави, низки ключових складових Національної виконавчої влади, а також різних дорадчих органів та структурних компонентів в органах влади. місцеві органи влади визначати, впроваджувати та керувати політикою публічної інформації. Кожен аспект роботи системи безпосередньо пов'язаний з проблемами незалежних засобів масової інформації, свободи вираження поглядів, а отже, оцінка їх функцій дозволяє визначити якість операцій.

Виходячи із завдань громадянського суспільства можна визначити такі його цілі: гарантована свобода об'єднань; плюралізм, забезпечення різноманітності форм життя і діяльності, свобода суспільного життя і діяльності; законність основних прав людини, недоторканність приватного життя, інституціоналізація громадянського суспільства; забезпечення політичної культури громадян та ефективності соціокультурної політики, що проводиться, завдяки якій члени суспільства стають суб'єктами колективної взаємодії; впровадження спеціальних процедур, що підвищують раціональність в оцінках ефективності політичного курсу.

Реалізація вказаних завдань і цілей громадянського суспільства здійснюється шляхом мобілізації людей у рамках політичних партій, професійних союзів, громадських організацій та асоціацій, соціальних рухів, третього некомерційного сектору, місцевого самоврядування, ЗМІ, експертів, які оцінюють політичний курс з погляду його відповідності інтересам громадян, тощо.

Завдяки цим інститутам громадянського суспільства суспільство виконує різноманітні функції, які поділяються на дві категорії: проста участь, спрямована на державні установи та структури, та вплив соціальних інститутів на державних чиновників. Перша категорія охоплює три види діяльності: участь у виборчих кампаніях, голосування та лобіювання. Друга категорія охоплює активність та участь у формі протесту, який "підриває існування еліти", тобто у формі демонстрацій, страйків, мітингів, коли мають місце соціальні, економічні, правові, культурні, політичні порушення прав і свобод.

Існує лише один надійний «метод» побудови громадянського суспільства - це, на думку Дж. Хабермаса, написання конституції та розвиток інститутів. Філософ і соціолог розглядають їх як головний інструмент об'єднання громадян [16, с. 139].

Більшість дослідників сходяться на думці, що система інститутів, зокрема незалежних ЗМІ, створює умови для вираження ідей, поглядів та інтересів,

щоб задовольнити потреби як окремої людини, так і всіх членів суспільства [35, с. 131].

Інститути громадянського суспільства будуються поступово. Як цілісний механізм вони виникають на певному етапі історичного розвитку. Основними передумовами процесу побудови громадянського суспільства є: людина з основними громадянськими правами і свободами; існування «зон», вільних від прямого втручання держави, необхідних для створення інститутів громадянського суспільства; формалізована законність, свобода підприємництва, реклама, наявність у суспільстві прагнення до злагодності, толерантності, взаємоповаги, що повинно бути основою мотивації поведінки як окремої людини, так і всього суспільства.

ЗМІ займають особливе місце в системі інститутів громадянського суспільства. Повідомляючи про події у світі та в державі, про політичне та громадське життя, вони впливають на формування загальних поглядів та громадської думки, що є важливим інститутом демократичної системи управління та проявом функціонуючої "сфери відкритості".

Структура громадської думки є важливою функцією журналістики з публічної точки зору. Крім того, існує безліч інших центрів, щоб з'ясувати, що думає громада. Наприклад, вибори з високою вірністю розкривають громадську думку та погляди інших груп громадянського суспільства своїм політичним лідерам, партіям та програмам. Участь у конференціях, зустрічах та виставках також є способом публічного коментаря. Його вивчають спеціалізовані установи, які проводять регулярні психологічні дослідження. Але наскільки обґрунтованою, різноманітною, висловлюється громадська думка - особливо з точки зору якості, відкритості та вільних засобів масової інформації.

Щоб ЗМІ впливали на формування громадської думки, громадськість повинна ним користуватися.

Серед останніх теоретиків новин - німецький філософ Юрген Хабермас. Він розглянув розвиток засобів масової інформації від початку 18 століття до

наших днів, досліджуючи появу та трансформацію "державного сектору", тобто сферу публічних дебатів з питань, що стосуються всіх.

Виникнення громадянського суспільства в Європі датується XVII ст. , А XVIII – XIX ст. Вважаються періодом його існування. Цього разу в житті розвиненого світу, згідно з теорією Дж. Хабермаса, слід розглядати чітку парадигму, рекламу, кому «державний сектор» є гарною ідеєю для розумних громадян. "У кожній країні, на шляху покращення соціальних умов або в процесі формування, нове суспільство шукало унікальні способи вираження своїх ідей та інтересів. "

Іншими словами, державний сектор вперше з'явився в європейських салонах та кафе. Люди зібрались там, щоб обговорити останні новинні повідомлення у газетах та бюлетенях. Політичні дебати, що відбувалися в таких розважальних закладах, зіграли життєво важливу роль у народженні демократії, адже саме тут виникла ідея вирішення політичних проблем шляхом діалогу. Однак Хабермас робить висновок, що підхід ще не повністю реалізований, значною мірою "спричинений" розвитком традиційної галузі, яка перетворила державний сектор на реальність. Політика була запроваджена до парламенту та засобів масової інформації, тоді як ділові інтереси вищі за інтереси громадськості. Як результат, громадська думка базується не на відкритому, раціональному спілкуванні, а на обмані та контролі, як у рекламі [16, с. 141].

Існують дебати, дебати, критика уряду та вимоги враховувати його погляди при формуванні державної політики.

У Британії незалежна журналістика швидко коментує рішення уряду та захищає переконання опозиції. Преса стала "розумним державним органом" і "четвертим станом" (у поточному терміні "четвертим станом"). «Постійна критика та критика міри корони, рішення парламенту та інституційного статусу змінює обличчя державної влади» [16, с. 105].

Хабермас Поява нових організацій громадянського суспільства в Німеччині зумовлена тим, що громадськість стала більш

відкритою для громадськості, відкритішою до критики та більш ізольованою від буржуазії та незалежності читачів. [16, с. 118].

Вивчення витоків та розвитку зв'язків з громадськістю та ядра його структури, галузі громадянської відкритості, дає можливість зрозуміти специфіку діяльності організацій громадянського суспільства на цьому етапі. Демократія полягає у встановленні відкритого спілкування та створенні багатогранного "громадського кола" у 21 столітті для громадян за участю засобів масової інформації, відомих як "четвертий стан". соціально активний, "спілкування, взаємодія, самоорганізація, орган самоврядування", "контроль державної влади на всіх рівнях (незалежно від територіальних питань) України" Інформаційний сектор забезпечує справжню демократію та запобігає загрозам що є потужним інструментом (наприклад, Крим, Донбас). Такі загрози, як диктатура, монополії, олігархічні аномалії. Цей фактор певною мірою означає усунення небезпек та небезпек інформування громадян [32, с. 85].

Інший теоретик ЗМІ, Жан Бодрійяр, розглядає вплив сучасних ЗМІ як цілком оригінальну і дуже важливу форму технології. Поява засобів масової інформації, особливо електронних, особливо телебачення, докорінно змінило життя сучасного суспільства. Телебачення не тільки «дарує» нам світ, але все більше визначає, яким є насправді наш світ. У рамках концепції Бодрійяра засоби масової інформації мають можливість здійснювати соціальний контроль - спокушаючи громадськість особливою сенсорно-символічною реальністю засобів масової інформації, яка має чітку тенденцію до самовідтворення, надмірне зростання персонажів, що призводить до витіснення значень і значень.

ЗМІ залишаються чутливими до загальнокультурних змін, але вони також можуть створювати так звані симулятичні образи, які залучають громадськість своїми достовірними зауваженнями щодо реальності. Така "сила симулякра" не менш жорстка, ніж керування будь-якими енергетичними структурами. Це призводить до перетворення аудиторії на споживачів спокусливих знаків, що

призводить до руйнування соціальних зв'язків між ними та згасання соціальної реальності. Бодрійяр стверджує, що в часи широкого проникнення ЗМІ виникає нова реальність - гіперреальність, що складається із суміші людської діяльності та образів із ЗМІ. Наприклад, сьогодні жоден політик не може виграти вибори, не завжди з'являючись на телевізійному екрані, оскільки телевізійний образ цього персонажа - це «людина», відома більшості глядачів.

На сучасному етапі політичного розвитку України формування інститутів громадянського суспільства відбувається в процесі модернізації, тобто комплексу соціальних, економічних, політичних, культурних та інтелектуальних перетворень.

Більшість українських дослідників, особливо С. Барматов, І. Кипич, А. Колодій, О. Михайловська, Ф. Рудич, В. Степаненко, О. Чувардинський, сходяться на думці, що громадянське суспільство має розгалужувати соціальні інститути, практики та цінності, які будуть постійно підтримувати та щодня уточнювати межі громадянського суспільства з державою через два процеси: розширення соціальної рівності та свободи, реструктуризацію та демократизацію державних інституцій.

Головна особливість установ полягає в тому, що їх створює не держава, а самі особи. Їх реальне безперешкодне функціонування є показником громадянської зрілості всього суспільства, рівня його свідомості, усвідомлення власних потреб [32, с. 34]. Одним із найважливіших засобів масової інформації в Україні є телебачення. Майже в кожному будинку є телевізор і радіо, і вони майже безкоштовні, а купівля чи передплата газет шкодить сімейному бюджету пересічного українця. Опитування "Социс-Галлап" 1998 року показало, що 62% українців отримували інформацію про соціальні та політичні події з телевізійних програм, 38% з радіо і лише 18% з газет.

Ще одним фактором впливу засобів масової інформації на формування громадської думки є довіра громадськості до них. Рівень довіри до ЗМІ в Україні низький. За даними Сосіс-Галлапа, у 1998 р. Лише 19% дорослого

населення вірили в національні ЗМІ, незважаючи на те, що вони були серед трьох соціальних інститутів, людям найбільше довіряли (для релігійних організацій та військових на третьому місці). Знову ж таки, телебачення було найнадійнішим. Нарешті, якість та спрямованість впливу залежить від ступеня об'єктивності та справедливості інформації та аналізу, що пропонуються ЗМІ. Це найкраще видно під час виборчих кампаній та інших критичних моментів у суспільстві.

Наприклад, під час президентських виборів 1999 року міжнародні місії також заявили, що "ЗМІ не змогли висвітлити передвиборчу кампанію справедливо та об'єктивно". Їхні спостереження показують, що нічого не можна сказати про те, що всі кандидати мають рівні права на пресу.

Преса традиційно є важливим засобом масової інформації. Несприятливим фактом у суспільному житті України є подорожчання друкованих видань відносно рівня доходів населення. Слово, надруковане в Україні, зараз більш незвичне, ніж було 10 років тому. На сьогоднішній день з 4500 зареєстрованих в Україні газет видається лише 2500-3000. За словами Сочі-Галлапа, напередодні виборів 1998 року 20% дорослих українців регулярно читають газети, а 14% - взагалі. Отже, їх роль у формуванні громадської думки та громадянського суспільства відповідно зменшилась.

В останні виборчі кампанії преса зайняла далеко не незалежну позицію: вона відкрито дискримінувала інших на користь деяких партій та політичних лідерів. Від виборів до виборів ЗМІ недостатньо аналізують можливі варіанти. Їх сильна участь заважає їм виступати незалежними посередниками між виборцями та політиками. Тут ми знову говоримо про неправові відносини у сфері громадянського суспільства, які перешкоджають формуванню громадянської культури.

Рівень свободи та незалежності ЗМІ визначається трьома основними факторами: 1) їх економічна життєздатність та відносна фінансова незалежність (здатність жити за рахунок продажу своєї продукції та реклами);

2) невтручання органів державної влади у їх діяльність;

3) створити умови для професійних ЗМІ: шляхом підготовки висококласних журналістів, які мають професійні навички, а також достатньо високий рівень відповідальності та моралі; підготовка професійних менеджерів преси, які можуть забезпечити економічну життєздатність різних типів засобів масової інформації.

На запитання під час опитування, що слід зробити насамперед для забезпечення вищого рівня свободи слова в Україні, вони відповіли: створити умови для фінансової незалежності ЗМІ та журналістів (як запевнила переважна більшість журналістів). Опитування західних спостерігачів та журналістів в Україні показує, що найбільший тиск у пресі чиниться на виконавчу владу.

Серед засобів 'впливу' був насамперед 'психологічний тиск' на журналіста та редактора; по-друге, економічні санкції за видання; по-третє, фізичне насильство над журналістом. У той же час журналісти регіональних видань застосовували сильний метод тиску проти економічних санкцій. Редактори газет вказують на такі методи політичного тиску, як контроль над розподілом, фінансово невиправдані, політично мотивовані податкові перевірки, а також блокування публікацій тощо.

Завдання преси, радіо та телебачення полягає в тому, щоб бути носієм плюралізму думок, поглядів, орієнтацій і джерелом всебічної інформації, яка справді впливала б на формування громадської думки, а коли треба, то разом з іншими інститутами громадянського суспільства виступала б щодо неї противагою, запобігаючи можливим зловживанням владою.

За словами журналістки Hromadske.tv Анастасії Канарьової, громадянський журналіст – це відповідальний активний член громадянського суспільства, котрий хоче змінити щось і надає суспільно важливу інформацію. Щоби залучити громадян до громадянської журналістики та заохотити їх займатися цією справою, організаціям треба бути доступнішими, більше розповідати про себе, робити відкриті заходи [20].

Але, розкриваючи нинішні негативні тенденції у засобах масової інформації, голова національного спілки журналістів І.Луб'янченко сказав: "Цензура є і нам немає приводу дискутувати з даного питання".

Наприклад, що стосується тиску на ЗМІ, то регіональні журналісти вважають, що одним з найприйнятніших засобів боротьби з журналістами є судові позови з непомірними розмірами штрафів. Як зазначає виконавчий директор Інституту масової інформації Л.Зверев, прослідковуються тенденції до збільшення резонансних справ, що стосуються ЗМІ: у 2000р. справ про відшкодування морального збитку з божевільними штрафами нараховувалось приблизно з десяток, в 2001р. було подано 15 позовів, в 2002р. - 23. При цьому за півтора року існування у Кримінальному кодексі статті 171, котра передбачає відповідальність за перешкоджання професійній діяльності журналістів, жодної справи по цій статті порушити не вдалося.

На думку Я. Жаліла, наявність та дієздатність інститутів українського громадянського суспільства дає нові можливості для поступу країни, усвідомлення необхідності опертя, передусім, на власні сили, на організовану українську громадськість, вимагає остаточної відмови від практики формалізованих та імітаційних взаємин між державою та громадянським суспільством [48].

А. Колодій в складній внутрішній структурі громадянського суспільства виділяє компоненти інституційного плану і певний тип культури

Науковець підкреслює, що незалежні засоби масової інформації як інститут обслуговують громадські потреби та інтереси, формулюють і оприлюднюють громадську думку. В аспекті культури панують цінності громадянської культури, спілкування відбувається на засадах довіри й толерантності.[32,с.45].

Тобто, громадянське суспільство – це не лише сфера, але й тип взаємодії, певна модель соціальної організації, з притаманними їй якісними характеристиками, а саме:

- суб'єктами взаємодії в громадянському суспільстві є вільні та рівні індивіди, які вірять у свою здатність вирішувати малі й великі справи в суспільстві;
- їм не чужі суспільні проблеми і вони зорієнтовані на громадські справи;
- індивідуалізм та конкурентність у їхній діяльності поєднуються з відносинами взаємної довіри та співробітництва, здатністю йти на компроміси, поміркованістю і толерантністю [32,с.47].

Дж. Александер називає три рівні громадянського суспільства як незалежної сфери суспільного життя, в якій люди формулюють і реалізують свої соціальні права та обов'язки, діючи солідарно: культурний рівень (рівень цінностей); інституційний рівень; практичний рівень людської взаємодії [32,с.56].

Згідно соціологічної концепції, В. Степаненко пропонує подібну структуру громадянського суспільства, в якій незалежні ЗМІ відносять до соціальних інститутів. Вони здійснюють свою діяльність через соціальні практики, створюють символічну публічну сферу – уявну загальногромадську трибуну, яка може слугувати для висловлення та лобіювання суспільних та місцевих інтересів", що є основною функцією мас-медіа (суспільна активність громадян — вибори та референдуми; громадські рухи; ініціативні групи; громадянська залученість до добровільних суспільних та "віртуальних" об'єднань; поінформованість знання — місцевих та загальнонаціональних новин; правова культура та вміння застосовувати правозахисну та судову систему; діяльність незалежних правозахисних недержавних організацій; лобіювання суспільно-значимих ініціатив) [8, с.334].

В. Степаненко справедливо зауважує, що в структурі важливі реалізація потенціалу соціальних практик при наявності та розвиненості суспільних цінностей та чеснот, прагнення до об'єднання заради досягнення спільних цілей. Громадянське суспільство повинно мати динамічну соціальну структуру, яка постійно розвивається та вдосконалюється [8, с.335].

ЗМІ, або мас-медіа, є відносно новим соціальним інститутом, функція якого полягає у виробництві і поширенні знань в найширшому значенні слова. Так, одне з найчастіше цитованих визначень, що належать М. Яновицу, свідчить: "Масова комунікація охоплює інститути і техніку, за допомогою яких спеціалізовані групи використовують технологічні засоби (пресу, радіо, кіно і т.д.) для поширення символічного змісту на великі, гетерогенні і надзвичайно розсіяні аудиторії" [5, с. 52].

На думку Джона Томпсона, "масова комунікація є інституціоналізованим виробництвом і масовим поширенням символічних матеріалів за допомогою передачі і накопичення інформації" [8, с. 219].

За визначенням науковців, найбільш значущі характеристики цього порівняно нового інституту такі:

1) як і більшість сучасних інститутів, мас-медіа є інституційно-організаційною єдністю;

2) інститут ЗМІ виконує особливу, тільки йому властиву функцію створення інформаційного аналога суспільства шляхом побудови визначеної картини світу, а також освітлення функціонування інших соціальних інститутів;

3) виступаючи як рупор громадської думки, інститут масової комунікації в силу свого мобілізаційного потенціалу – здібності впливати на великі групи людей – грає особливу роль в формуванні сучасного громадянського суспільства.

ЗМІ, або мас-медіа, це модератор думок, механізм формування громадської думки, запорука гласності. Вони можуть взяти на себе ряд важливих функцій політичних інститутів у різних сферах суспільного життя.

Такими, безперечно, можуть бути функції соціального контролю по відношенню до політичних, економічних інститутів; комунікативна функція щодо інформування держави про конкретні інтереси громадян, задоволення яких можливе тільки силами останньої. Вони можуть виконувати стабілізаційну функцію; активно залучати громадянську ініціативу, позицію,

найвищим проявом яких є досягнення високого рівня громадянської культури. Наявність функцій, які є вираженням основних напрямів діяльності інституту та їх вплив на суспільне життя, забезпечують цивілізовані відносини між усіма учасниками мас-медійного простору.

Отже, перш за все, це спосіб самовираження, самоорганізації та досягнення своїх інтересів. ЗМІ створюють та публікують значну частину важливих соціальних медіа, а також інформують та забезпечують комунікацію для спілкування.

По-друге, засоби масової інформації часто захищають від порушення прав людини.

По-третє, засоби масової інформації працюють задля захисту інтересів певної групи, коли вона стикається з іншими групами інтересів.

По-четверте, установа створює ідеальні умови для функціонування демократичного уряду, оскільки здійснює підготовку та оприлюднення статусу громадян у різних аспектах охорони здоров'я та соціальної політики; повністю розглядати скарги та потреби людей, сприяти конфліктам, допомагати знаходити основу для згоди та консенсусу; коли потрібно, допомагайте людям організувати незаконну діяльність тих, хто має владу, або намагатися організувати узурпацію влади.

Таким чином, як і всі інші соціальні інститути, засоби масової інформації формують "ідеологію, політику, економіку та інші ідеології, установки, знання та експерименти, що впливають на життя, відпочинок, культуру, мораль та всі сфери життя".

У ЗМІ "слово, як одна з форм інформації, набуло змісту могутнього засобу, за допомогою якого, впливаючи на свідомість, можна позитивно або негативно впливати на людей"[60, с. 314].

Український науковець Соснін О. В. вважає, що під впливом бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій відбуваються фундаментальні зміни в організації суспільно-політичного життя в усьому

світі. Сьогодні формується новий тип суспільної облаштованості — інформаційне й водночас громадянське суспільства, тісно пов'язані одне з одним. Ще неможливо віднайти єдину (або навіть головну) причину виникнення таких процесів трансформації, однак незаперечним є те, що їхньою головною ознакою усюди стає вихід на авансцену народних мас як суб'єкта і найважливішого актора політичного життя [54, с. 25].

Загалом, роль засобів масової інформації є двоякою. З одного боку, більшість ЗМІ є не державними, а саме приватними. У цій іпостасі теле- і радіоканали, газети, журнали, Інтернет-ресурси – ні що інше як бізнес, тобто, з цієї точки зору, вони виступають в якості комерційного проекту, покликаного приносити прибутки своїм власникам. Проте з іншого боку, ЗМІ також виступають в якості інституту громадянського суспільства. І не просто інституту, а й дуже потужного інструменту, покликаного, по-перше, інформувати суспільство про актуальні події, по-друге, давати максимально об'єктивну, зважену і повну оцінку подій, певною мірою формуючи масову свідомість громадян, по-третє, контролювати владу, слідкуючи за її роботою, успіхами і досягненнями, помилками і прорахунками.

1.2. Нормативно-правове регулювання діяльності ЗМІ в Україні

Роль засобів масової інформації у впливі на політичний процес полягає не стільки в їх здатності переконувати і переконувати, скільки в їх здатності привертати увагу громадськості та формувати критерії, що лежать в основі оцінки та прийняття рішень.

На жаль, на відміну від американських ЗМІ, щодо яких у минулому існувала чітка політична прихильність, українські ЗМІ продовжують представляти себе не нейтральними постачальниками інформації, а активними учасниками політичної боротьби. Якщо перспектива інтеграції України у світовий інформаційний простір, міжнародний ринок інформаційних товарів та послуг також вимагає активної національно-правової імплементації

міжнародно-правових стандартів у сфері інформації. інформація у відповідному національному законодавстві.

Так, згідно статті 19 Загальної декларації прав людини, прийнятої 10.12.1948 р. Генеральною Асамблеєю ООН, кожному громадянину надається право шукати, отримувати, розповсюджувати інформацію та діяти будь-якими засобами і незалежно від кордонів. Європейський вибір України потребує від неї приведення законодавства до норм і принципів Європейського співтовариства. Враховуючи наведене, Україна, як суб'єкт міжнародного права, має дотримуватися його певних принципів і норм. На початок ХХІ століття Радою Європи, членом якої є Україна, прийнято більше ста нормативно-правових документів, рекомендації тощо, спрямованих на врегулювання суспільних відносин в інформаційній сфері [28].

Одним із найважливіших засобів забезпечення свободи вираження поглядів та думок є законопроект про ЗМІ. Сьогодні в Україні він досить великий, але не цілком послідовний. Але головною перешкодою на шляху забезпечення свободи ЗМІ є верховенство закону в Україні. Дуже складно, а в деяких випадках майже неможливо домогтися справедливості в суді людині, а особливо журналісту. Третя гілка, як і "квартал", розглядається багатьма впливовими людьми як слуга палати, а судові процеси часто служать "каральною зброєю" в руках інших гілок влади, а не інструментом громадянських прав. Таким чином, під тиском журналісти, згідно з опитуваннями громадської думки, покладаються менше на справедливість, більше на вплив впливових «покровителів». І це прояв відносин із споживачами, а не цивільних.

Іншим способом захисту своїх інтересів та свободи вираження поглядів є створення профспілок та асоціацій з боку журналістів, які також є частиною громадянського суспільства.

Інформаційне законодавство України в редакції Закону України "Про інформацію" до 13 січня 2011 р. визначало масову інформацію як публічно поширювану друковану та аудіовізуальну інформацію. При цьому

"друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання (преса) – газети, журнали, бюлетені тощо і разові видання з визначеним тиражем. Аудіовізуальними засобами масової інформації є: радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо" [25].

Згодом були прийняті закони України "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні", "Про телебачення і радіомовлення", "Про державну підтримку ЗМІ та соціальний захист журналістів", "Про захист суспільної моралі" тощо, які, з одного боку, деталізували регулювання ЗМІ, а з іншого, лише цементували нерозв'язану теоретичну проблему щодо сутності ЗМІ, а відтак і недолугу законодавчу реакцію на це явище.

Незважаючи на те, що із змінами, внесеними згідно із Законом України «Про інформацію» від 13 січня 2011 року, засоби масової інформації вже визначені як засіб розповсюдження друкованої або аудіовізуальної інформації серед громадськості, проте інші вищезазначені закони не приведені у відповідність із цією поправкою. Час всебічного аналізу законів України "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні" та "Про видавничу діяльність" у друкованих засобах масової інформації слід розуміти як "періодичні та продовжувані роботи (документи), вироблені пресою". Відповідно до положень українського закону "Про державну допомогу ЗМІ та соціальний захист журналістів" (стаття 1), до списку [державних] засобів масової інформації входять телерадіоорганізації, прес-агенції, друковані ЗМІ, тобто друковані твори. Зі змісту статті 68 Закону України "Про вибори народних представників в Україні" від 17 листопада 2011 року термін "електронні засоби масової інформації", введений виборчим законодавством попередньої редакції, залишається, маючи на увазі "аудіовізуальні засоби масової інформації", що є Законом України "про телебачення та радіомовлення" визначається як організація ". Той самий закон "про телебачення і радіомовлення" також передбачає, що "суспільне телерадіомовлення в Україні є організаційно-правовою формою некомерційного телебачення", яке далі визначається як телерадіоорганізація,

юридична особа згідно із Законом України "Про систему суспільного телебачення і радіо в Україні"., тобто ми маємо, що телебачення є юридичною особою. Однак відразу визначено, що "телебачення - виробництво аудіовізуальних програм та програм або придбання (упаковка) придбаних аудіовізуальних програм та програм та їх розповсюдження незалежно від технічних засобів розповсюдження", тобто певна діяльність, що здійснюється телерадіоорганізаціями в тій мірі, в якій в якому компанія виробляє те саме телебачення на основі ліцензії на мовлення, виданої Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення.

Лише у Законі України "Про захист суспільної моралі" визначено, що "спеціалізований засіб масової інформації – це періодичне друковане видання, радіо-, теле-, відеопрограми, інша форма розповсюдження масової інформації, у тому числі на електронних носіях...", тобто український законодавець лише в цьому законі врешті визначив ЗМІ не лише через перелік конкретних видів ЗМІ, а через визначення терміну через інше поняття, тобто "ЗМІ" – через "форму розповсюдження".

Правові основи діяльності друкованих засобів масової інформації в Україні визначені в Законі "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні", в якому встановлені основні положення їх організації і діяльності відповідно до Конституції, Закону "Про інформацію" та інших актів чинного законодавства і визнаних Україною міжнародно-правових договорів.

Таким чином, стаття 34 Конституції України гарантує кожному громадянину України, незалежно від його професії, право на свободу думки та слова вільно висловлювати свої погляди та переконання.

Кожна людина має право вільно збирати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію усно, письмово або іншим способом на свій вибір.

Здійснення цих прав може бути законодавчо обмежене в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, захисту громадського здоров'я, захисту репутації чи прав інших осіб, запобігання розголошенню

конфіденційної інформації. інформації або для підтримки авторитету та неупередженості правосуддя.

Конституційно визначена свобода слова та скасування цензури дозволяють журналістам всебічно висвітлювати важливі події та явища.

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

Слід зауважити також явище ймовірної девіантності журналістської моралі: факт конструювання засобами масової інформації реальності шляхом контролю над порядком висвітлення подій.

Свобода не означає відсутність стриманості; вони були і будуть, і ЗМІ повинні їх враховувати. Ці обмеження можна охарактеризувати як державну таємницю; заклик до повалення діючої влади, що є неконституційним, оскільки зміна уряду можлива, але лише законна; пропаганда насильства, пияцтва, куріння, засуджена офіційною та громадською думкою; втручання в інтимне життя. Неприпустимі необгрунтовані зображення людини, недоведені характеристики - ярлики, порнографія. На жаль, в Україні не існує чітких законів. У США - є. Існує закон "про захист приватного життя" (приватна сфера життя). За законодавством США використання образливих слів у пресі карається штрафом або позбавленням волі.

Відповідні закони існують у розвинених європейських країнах. Кожна свобода, включаючи свободу вираження поглядів, створює можливості для зловживань. Тому кожна свобода завжди повинна бути збалансована з відповідальністю. Відповідно до європейської практики регулювання ЗМІ, зловживання свободою вираження поглядів, незалежно від ступеня її прояву, не повинно включати негайне застосування максимального покарання - анулювання ліцензії та закриття ЗМІ.

В принципі, максимально жорсткий каральний засіб впливу на ЗМІ може бути застосовано у випадку, якщо відбуваються грубі й свідомі порушення, що призводять до суттєвих суспільних загроз і збитків – наприклад, ведуться заклики до повалення конституційного порядку, ліквідації незалежності, пропаганда війни і т. д. Вища міра покарання шляхом ліквідації медіа-інституції може застосовуватися й тоді, якщо вичерпується й виявляється безрезультативним арсенал превентивних і менш жорстких засобів адміністративного впливу, і не залишається нічого іншого, як ліквідувати цілу інформаційну інституцію, зупинивши її руйнівні дії.

Також, частиною третьою статті 15 Конституції України встановлено, що цензура в Україні заборонена[33].

Законодавство України про інформаційні агентства складають Конституція України, закони України "Про інформацію", "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні" , "Про телебачення і радіомовлення", "Про державну таємницю",ЗУ "Про інформаційні агенства", інші законодавчі акти України, міжнародні договори в галузі свободи слова та інформації, ратифіковані Україною.

Тобто, загальні правові основи інформаційної діяльності визначені Законом України "Про інформацію". Він закріпив право громадян України на отримання інформації, права власності на інформацію, встановив основні принципи інформаційних відносин і визначив державну інформаційну політику. Відповідно до міжнародного права у Законі передбачено також створення загальної системи захисту інформації.

Цим Законом гарантовано:

- доступність інформації, тобто здатність системи (середовища, засобів і технології її обробки), в якій вона циркулює, забезпечувати своєчасний безперешкодний доступ суб'єктів до потрібної інформації, а також постійну готовність відповідних автоматизованих служб обслуговувати отримані від суб'єктів запити, коли в цьому виникає необхідність;

– цілісність інформації, тобто її існування в неспотвореному вигляді (незмінному щодо фіксованого її стану). Якщо говорити точніше, суб'єктів цікавить забезпечення ширшої властивості — достовірності інформації, яка складається з адекватності (повноти і точності) відображення стану предметної галузі й безпосередньої цілісності інформації, тобто її не-спотворення. Однак ми обмежимося тільки розглядом питань забезпечення цілісності інформації, оскільки питання адекватності відображення виходять далеко за рамки проблеми гарантування інформаційної безпеки;

конфіденційність інформації, тобто суб'єктивне визначення характеристики (властивості) інформації із вказівкою на необхідність уведення обмежень на коло суб'єктів, що мають доступ до даної інформації. Конфіденційність забезпечується здатністю системи (середовища) зберігати вказану інформацію в таємниці від суб'єктів, які не мають повноважень на доступ до неї. Об'єктивні передумови такого обмеження доступності інформації для одних суб'єктів полягають у необхідності захисту законних інтересів інших суб'єктів інформаційних відносин.

В Україні заборонено використання друкованих засобів масової інформації для порушення приватності громадян та втручання в їх честь та гідність.

Наприклад, численні випадки відкритого викривлення ідеологічної платформи опозиційного кандидата провладними ЗМІ, яких неправомірно називали "нацистами", "фашистами" тощо, можна вважати незаконними.

Дуже важливою особливістю в контексті фактичної монополізації засобів масової інформації, яка призвела до фактичної обов'язкової підтримки правлячого кандидата під час президентських виборів 2004 р. , є стаття 10 "Гарантії проти монополізації друкованих засобів масової інформації". Крім того, контроль за дотриманням вимог цієї статті покладається на органи державної виконавчої влади, визначені Кабінетом Міністрів України. І він

очолював кабінет правлячого кандидата, який був прем'єр-міністром під час президентської кампанії.

Законом передбачена відповідальність за порушення свободи діяльності друкованих ЗМІ.

Професійний журналіст при виконанні службових обов'язків перебуває під правовим і соціальним захистом, а честь, гідність, недоторканність журналіста охороняються згідно зі ст. 43 Закону "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні".

Закон України "Про телебачення і радіомовлення" регулює діяльність телерадіоорганізацій на території України, а також визначає правові, економічні, соціальні, організаційні умови їх функціонування, спрямовані на реалізацію свободи слова, прав громадян на отримання повної, достовірної та оперативної інформації, на відкрите й вільне обговорення суспільних питань.

Слід негайно зазначити, що Національне телебачення та Національна радіокомпанія, яка веде мовлення на національних каналах, підзвітні Верховній Раді України відповідно до попередніх обмежень на телерадіомовлення. Президент України. Ми наголошуємо на понятті "відповідальність", яке виключає "підпорядкування" при розробці та реалізації інформаційної політики.

Українські телерадіокомпанії застосовують принципи реальності, надійності інформації, навичок, права кожного громадянина на доступ до інформації та вільного вираження своїх поглядів. , поважати професійну етику та звичну мораль працівників телебачення та радіо.

Потребує спеціального доповнення пункт ст. 4 цього Закону про центральний орган виконавчої влади, уповноважений "забезпечувати реалізацію інформаційної політики держави, визначеної Верховною Радою України, Президентом України та контрольованої Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення".

Існують чіткі Рекомендації "Про висвітлення в ЗМІ виборчих кампаній" (ухвалені Комітетом міністрів 9 вересня 1999 р. на 678-му засіданні

заступників міністрів), відповідні до статті 15 Статуту Ради Європи, за якими журналістика має "піддавати постійному та критичному розгляду діяльність різних гілок влади".

Принцип 2 передбачає: "Журналістська практика в різноманітних електронних і друкованих засобах інформації ґрунтується, зокрема, на основоположному праві на свободу вираження поглядів, гарантованому статтею 10 Європейської конвенції з прав людини, та на її тлумаченні в практиці органів Конвенції".

Принцип 4 визначає, що "кожне втручання у діяльність журналістів з боку органів державної влади має:

а) бути передбаченим у повному та вичерпному переліку обмежень, викладених у пункті 2 статті 10 Європейської конвенції з прав людини;

б) бути необхідним у демократичному суспільстві та відповідати нагальній соціальній потребі".

Принцип 5 говорить про необхідність дотримання "прозорості в структурах власності різноманітних медіа-підприємств та відносинах з третіми сторонами, які мають вплив на редакційну незалежність ЗМІ".

Про увагу законодавства в Україні до імплементації принципів Ради Європи щодо регулювання засобів масової інформації свідчить той факт, що учасники парламентських слухань попереджали про `` відсутність достатніх умов, включаючи законодавство для засобів масової інформації для надання інформації, критику та контроль громадськості " та налагодження комунікаційного процесу в суспільстві. ; відсутність умов для економічної незалежності засобів масової інформації, що є головною передумовою обмеження конституційних прав громадян на свободу думки та вираження поглядів, на вільне вираження думок та переконань. '

Справедливо було заявлено, що «в Україні склалася жахлива ситуація у сфері забезпечення основних прав і свобод людини і громадянина для отримання повної та об'єктивної інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих рішень. Тиск на журналістів при виконанні ними професійних

обов'язків фактично посилюється введенням політичної цензури. ЗМІ втрачають свою роль посередників між владою та суспільством у демократичному суспільстві. "

Інформаційна індустрія в Україні має свої органи управління. Це — Державний комітет України з телебачення та радіомовлення, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, Комітет у справах свободи слова та інформації ВР України, місцеві управління у справах преси та інформації, сектор моніторингу розвитку культури і духовності секретаріату Кабінету Міністрів України.

Слід також зважати на прагнення нової влади підкріпити демократичні тенденції в управлінській сфері в рамках уже здійснюваної де-факто адміністративної реформи.

В Україні також існує таке поняття , як Інформаційне агенство функціонування яких орієнтоване на збір новин, забезпечення оперативною політичною, економічною, соціальною, культурною інформацією редакцій газет, журналів, телебачення, радіомовлення, а також інших установ, організацій, приватних осіб, які є передплатниками її продукції.

Відповідно до Закону України "Про інформаційні агентства" (ст. 1), це зареєстровані як юридичні особи суб'єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг.

Свобода діяльності інформаційних агентств гарантується Конституцією України та чинним законодавством.

Цензура інформації, що поширюється інформаційними агентствами, заборонена.

Інформаційним агентствам забороняється розголошувати в своїх документах дані, що становлять державну таємницю, або іншу інформацію з обмеженим доступом, за винятком випадків, передбачених законом для подання запитів про насильницькі зміни чи повалення. порушення існуючого конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, напад на її безпеку, пропагандистська війна, насильство та жорстокість, розпалювання

расової, національної, релігійної ворожнечі, розповсюдження порнографії чи іншої інформації, яка підриває суспільний моральний стан чи підбурює до злочинів. Інформаційні агентства не лише надають послуги новин, розповсюджуючи новинні видання, але й створюють власні новинні видання. Адже згідно зі ст. Відповідно до розділу 5 цього Закону, діяльність інформаційних агентств включає такі види діяльності: збір, обробка, створення, зберігання інформації, підготовка інформації до розповсюдження, розповсюдження та розповсюдження в інформаційних продуктах. Крім того, публікація та розповсюдження новинних агентств з метою отримання регуляторного прибутку вважається комерційною інформаційною діяльністю.

Забороняється цензура інформації, поширюваної інформаційними агентствами.

Інформаційні агентства не мають права у своїх матеріалах розголошувати дані, що становлять державну таємницю, або іншу інформацію з обмеженим доступом, крім випадків, визначених законом, закликати до насильницької зміни або повалення існуючого конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, підриву її безпеки, вести пропаганду війни, насильства і жорстокості, розпалювати расову, національну, релігійну ворожнечу, розповсюджувати порнографію або іншу інформацію, яка підриває суспільну мораль або підбурює до правопорушень.

Інформаційні агентства не лише надають інформаційні послуги шляхом поширення інформаційної продукції, а й створюють власні інформаційні продукти. Адже, згідно зі ст. 5 цього Закону, діяльність інформаційних агентств включає такі дії, як: збирання, обробка, творення, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск та розповсюдження інформаційної продукції. При чому випуск і розповсюдження інформаційними агентствами власної продукції з метою отримання прибутку з погляду законодавства розглядається як підприємницька діяльність в інформаційній сфері.

Продукція інформаційного агентства - це матеріалізований результат його діяльності, призначений для розповсюдження з метою задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб, держави, і, як правило, є власністю агенства. Основними видами продукції інформаційних агентств є: електронна, друкована, фото-, кіно-, аудіо- та відеопродукція.

Продукція інформаційних агентств розповсюджується за допомогою засобів комунікації, до яких законодавство відносить: друковані та екранні видання, радіо, телебачення (кабельне, супутникове, глобальне), електричний та електронний зв'язок (телеграф, телефон, телекс, телефакс), комп'ютерні мережі та інші телекомунікації.

Інформаційне агентство може бути створене у будь-якій організаційній формі та має статус юридичної особи, якого набуває з моменту його державної реєстрації. Мета, завдання, функції та порядок діяльності інформаційного агентства визначаються законодавством та його статутом або положенням, яке затверджується засновником або співзасновниками інформаційного агентства [ЗУ "Про інформаційні агенства"].

Сьогодні надзвичайно швидко розвиваються і урізноманітнюються засоби електронної комунікації в мережі Інтернет. Функціонує велика кількість Інтернет-видань, Інтернет-газет, інформаційних сайтів, де професійні журналісти, репортери, редактори розміщують свої матеріали та статті. Крім того, існують Інтернет-форуми, Інтернет-блоги, створено велику кількість соціальних мереж. Масові комунікації стають основною, базовою складовою теперішнього суспільства, які використовують спеціальні засоби інформаційного обміну для встановлення усталених зв'язків як з індивідами, так і з суспільством в цілому.

Цікавою є західна теорія визнання ЗМІ Інтернету. У 1996 р. У США дослідники з Університету Індіани М. Морріс та К. Оган розглядали Інтернет як засіб масової інформації. Автори стверджували, що Інтернет, як і всі комп'ютерні комунікації, був новим носієм інформації та пропонували порівняти його з усіма іншими засобами масової інформації. М. Морріс та К.

Оган визнали Інтернет засобом масової інформації та пояснили, чому існує проблема з такою кваліфікацією. Проблема полягає в тому, що у 100% випадків неможливо назвати Інтернет носієм інформації, оскільки саме середовище та сама маса не можуть мати точних визначень і їх слід завжди досліджувати, залежно від ситуації.

Інтернет – це засіб масової інформації, який містить в собі багато видів комунікаційних процесів. Мережа змінює класичну схему стандартної комунікаційної моделі "джерело-повідомлення-одержувач", створюючи нові видозміни. Комунікація в Інтернеті приймає різні форми, від WWW-сторінок до електронних листів. Кожна ланка в ланцюжку "джерело-повідомлення-одержувач" може широко варіюватися. Джерелом може бути як приватна особа, так і група журналістів, повідомленням – журналістський матеріал або повідомлення у чаті, а одержувачем – одна людина або аудиторія, що складається з мільйонів чоловік. На підтвердження теорії американських вчених Верховний суд штату Нью-Йорк в 1998р. прийняв безпрецедентне рішення: він визнав всі Інтернет-сайти, незалежно від їх змісту та професійного рівня, засобами масової інформації. Відтепер будь-який автор, який публікується в мережі, вважається журналістом і має право одержувати і поширювати інформацію так само, як це роблять співробітники друкованих ЗМІ [57].

Нормативи регулювання Інтернету можна знайти в загальних законах. Наприклад, Закон України про доступ до публічної інформації описує принципи публікації та розповсюдження певних категорій інформації в Інтернеті постачальниками інформації, право активного та пасивного доступу до Інтернету для споживачів. інформація тощо. Відповідно до статті 5 Закону доступ до інформації забезпечується систематичним та швидким оприлюдненням інформації на офіційних веб-сайтах в Інтернеті, на одному державному Інтернет-порталі з відкритими даними.

Закон України "Про інформацію" від 13.01.2011 р. встановлює тільки загальні правила і гарантії у сфері інформаційних правовідносин, не

виділяючи при цьому особливостей регулювання мережі Інтернет. Але, оскільки Інтернет є універсальним комунікаційним засобом та способом передачі, оприлюднення і поширення інформації, більшість норм закону регулюють питання "цифрових прав". Визначення "засобу масової інформації" в поточній редакції Закону України "Про інформацію" дає можливість відносити до ЗМІ веб-сайти або навіть сторінки в соцмережах та блоги: "Засоби масової інформації – засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації". (ч.2 ст.22 Закону).

Важливі доповнення у 2017 році з'явилися у Законі України "Про авторське право і суміжні права". Вперше, на рівні національного законодавства визначено терміни "веб-сайт", "веб-сторінка", "власник веб-сайту", "гіперпосилання", "електронна (цифрова) інформація", "камкординг", "кардшейрінг", "обліковий запис", "постачальник послуг хостингу". У новій статті 52-1 закону передбачено можливість позасудового блокування веб-сайтів у випадках порушення авторських прав і відсутності належного реагування власника веб-сайту на претензію щодо такого порушення.

Закон України "Про боротьбу з тероризмом" встановлює обмеження щодо розповсюдження інформації, яка може бути застосована до Інтернету. Стаття 17 забороняє розповсюдження засобами масової інформації чи іншими засобами інформації, спрямованої на пропаганду або виправдання тероризму, містить заяви осіб, які виступають проти АТО або закликають до опору тощо. Однак, встановлюючи такі заборони, закон не дає відповіді на питання, хто і як вона повинна реагувати на їх порушення.

У Кримінальному кодексі України, до якого все частіше апелюють правоохоронці, Інтернет розглядається як спосіб поширення інформації. Суди застосовують до блогерів та користувачів Інтернету кілька статей КК, а саме:

- стаття 109 КК України: публічні заклики до насильницької зміни чи повалення конституційного ладу або до захоплення державної влади, а також розповсюдження матеріалів із закликами до вчинення таких дій.

- стаття 110 КК України: умисні дії, вчинені з метою зміни меж території або державного кордону України на порушення порядку, встановленого Конституцією України, а також публічні заклики чи розповсюдження матеріалів із закликами до вчинення таких дій.

Фактично, для правоохоронців та суду немає різниці, яким чином відбувається поширення "кримінально караних відомостей" – чи це буде роздача листівок, виступ на площі перед натовпом, передача на радіо чи ТБ, допис в соціальній мережі, в блозі або на іншому онлайн ресурсі.

Існують також і спеціальні законодавчі акти у сфері Інтернет – це Закон України "Про телекомунікації", Закон України "Про основні засади забезпечення кібербезпеки України" та Указ Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року "Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)".

В Законі України "Про телекомунікації" містяться визначення "адреса мережі Інтернет", "бездротовий доступ до телекомунікаційної мережі (бездротовий доступ)", "домен", "Інтернет", "провайдер телекомунікацій", "телекомунікації (електрозв'язок)" тощо. Закон має на меті забезпечення надання телекомунікаційних послуг. У статтях 32 та 33 Закону передбачено права та обов'язки споживача телекомунікаційних послуг. Так закон надає операторам і провайдерам телекомунікацій право на "відключення на підставі рішення суду кінцевого обладнання, якщо воно використовується абонентом для вчинення протиправних дій або дій, що загрожують інтересам державної безпеки". Також закон встановлює обов'язок для провайдерів на підставі рішення суду обмежувати доступ своїх абонентів до ресурсів, через які здійснюється розповсюдження дитячої порнографії. Інших підстав для обмеження доступу до ресурсів в мережі Інтернет закон не містить.

Зазначений закон запрацював у 2004 році й не містить небезпечних норм щодо інтернет-врядування з точки зору міжнародних стандартів.

У жовтні 2017 року було прийнято Закон України `` Про основні принципи забезпечення кібербезпеки України " (законопроект 2126а). Закон визначає цілі та принципи державної політики у сфері кібербезпеки, повноваження державних органів у галузі кібербезпеки. Частина 3 нової статті 19-1 Закону України "Про інформацію" повинна була передбачити визначення поняття "технологічна інформація", згідно з яким соціально значуща інформація повинна класифікуватися як інформація з обмеженим доступом. Соціально значуща інформація - це надзвичайна ситуація, яка може негативно вплинути на здоров'я та безпеку людей, стан навколишнього середовища, економічну, політичну, соціальну стабільність у зв'язках з громадськістю чи поведінку суб'єктів господарювання), на думку народного депутата Ольги Червакової, це правило було вилучено з остаточного проголосованого тексту законопроекту. Чи було знято загрозу, стане зрозуміло після офіційного опублікування тексту закону. Однак цей закон є основою к і не може вирішити нагальні питання кібербезпеки.

1.3. Механізми впливу ЗМІ на органи публічної влади

Інформаційна підтримка та реклама соціальних установ необхідні широкій громадськості, а особливо потенційним споживачам соціальних послуг, а також державним установам, представникам бізнес-структур, благодійним організаціям та неурядовим організаціям, щоб знати зміст та наслідки державних та місцевих соціальних програм та проєктів. Забезпечення доступу населення до джерел інформації та систем надання інформаційних послуг органами державної влади сприятиме демократичним перетворенням у суспільстві, посилить участь громадян у владі. Доступ до інформації та якісних соціальних послуг, у свою чергу, розширить захист прав та свобод та добробуту людини. Зокрема, сприяти працевлаштуванню, збільшити цільовий рівень соціального захисту вразливих груп, включаючи людей, які потребують соціальної допомоги та реабілітації [34, с. 347].

Зростання ролі соціальних проблем у житті сучасного суспільства призвело до збільшення питомої ваги соціальної політики в загальній політиці держави. Створення демократичного, стабільного суспільства в Україні неможливе без зваженої, високоефективної соціальної політики .

Наприклад, Міністерство праці та соціальної політики України є провідним органом у системі центральної виконавчої влади із забезпечення реалізації державної політики у сфері зайнятості, соціального захисту, соціального страхування, соціально-трудова відносин і трудової міграції, оплати, нормування, стимулювання та умов праці, пенсійного забезпечення та соціального обслуговування населення [58].

Інформаційна стратегія Міністерства праці та соціальної політики України та його органів на місцях, на думку експертів Євросоюзу, має ґрунтуватися на виконанні таких функцій:

- інформуванні ЗМІ про важливі заходи, зміни в соціальній політиці держави; здійсненні внутрішньої та зовнішньої комунікації (організація масових кампаній, виробництво та розповсюдження інформаційних матеріалів, орієнтованих на цільові групи населення та структури; публікація бюлетенів; проведення соціологічних досліджень);
- роботі із запитам громадян та установ щодо виконання норм чинного законодавства та їх вдосконалення;
- проведенні досліджень, аналізу та моніторингу інформації (відбір та аналіз інформації з соціальних питань у друкованих і електронних ЗМІ; забезпечення відповідальних осіб і підрозділів статистичними даними з аналізом і прогнозом);
- забезпеченні внутрішньої та зовнішньої автоматизації (створення локальної електронної мережі, веб-сторінки, надання бібліотечних послуг) [58].

Домінуюча роль у реалізації соціальної політики та наданні соціальних послуг на місцях належить місцевому державному управлінню, яке

територіально найближче до конкретних проблем членів суспільства. Національні та регіональні програми соціальної політики безпосередньо реалізуються місцевим державним управлінням [33].

У нашій країні прийнято інформувати громадськість про дії влади через власні друковані та електронні ЗМІ. Це можуть бути газети та журнали, створені або створені спільно органами державної влади та місцевого самоврядування. Ефективність такої практики посилюється тим, що вона впливає на громадську думку, а передплатниками цих видань є майже всі структури виконавчої влади, а також компанії та організації, в основному належать до держави.

Співробітництво, взаємодопомога органів влади й мас-медіа позначають різними термінами, зокрема: "взаємодія", "використання допомоги ЗМІ", "використання ЗМІ", "участь ЗМІ" тощо. Кожен із цих термінів можна розтлумачити таким чином.

"Взаємодія" – це взаємний зв'язок між владою та медіа, їхній взаємний вплив, який призводить до зміни статусу.

"Використання ЗМІ" – це застосування мас-медіа із користю для себе, з метою отримання іміджевих переваг та дивідендів, отримання допомоги від ЗМІ без будь-якої елементарної взаємної віддачі.

"Участь ЗМІ" – це абстрактна форма співробітництва, за якої будь-які дії виконуються разом, спільно. Саме тому, на наше переконання, для визначення взаємин мас-медіа та органів державної влади найбільш доцільно вживати термін "взаємодія"; йдеться про те, що саме цей термін характеризує спільну діяльність, що полягає у взаємному зацікавленні в результатах подібної взаємодії.

Але для суб'єкта цих відносин – органів державної влади – визначальним є інший термін, а саме: "використання можливостей ЗМІ".

М. Лашкіна аналізує позитивні моменти співпраці мас-медіа та органів державної влади з точки зору терміна "взаємодія". "Взаємодія – це узгоджена діяльність зі спільними цілями, коли кожен учасник виконує лише те, що може

виконати цілком професійно, тобто, така діяльність спрямована на раціональність і якість здійснюваних заходів. Під поняттям взаємодії владних органів зі ЗМІ розуміють "постійні взаємозв'язки", що об'єктивно існують між ними, обумовлені загальними цілями, які досягаються в процесі взаємовпливу та взаємного використання можливостей зазначених систем для досягнення як загальних, так і власних цілей" [37,с.56].

Така взаємодія розглядається як потенційна можливість самовдосконалення й саморозвитку системи управління. Для цієї взаємодії, як зазначає група авторів, характерно не тільки співробітництво задля досягнення загальних цілей, а й "боротьба", що виникає в процесі вирішення конкретних локальних завдань, наприклад, розбіжності в оцінках окремих фактів і результатів діяльності; при бажанні журналістів одержати інформацію, яку чиновники вважають за неможливе надати; у випадках підкорення окремих ЗМІ їхнім власникам тощо [41, с. 71].

ЗМІ є важливим каналом для набуття людиною соціального досвіду (знань, навичок, поведінки) у різних сферах життя.

Засвоюючи соціальні медіа, які передають ЗМІ, людина обробляє їх індивідуально та вибірково відповідно до рівня досягнутих наукових знань та культури, спрямованості інтересів та потреб. З огляду на функціональність засобів масової інформації у формуванні індивідуальної правосвідомості та ідеологічних цінностей, вони повинні керуватися процесом розповсюдження соціальної інформації переважно в інтересах суспільства та держави, серед яких одним із пріоритетів є боротьба зі злочинністю.

Натомість А. Костирьов зазначає, що тенденції розвитку сучасного суспільства різко підвищують роль, а разом з тим і потенційні можливості засобів масової інформації. Не лише зростання науково-технічного прогресу, а й закономірності соціального суспільства є причиною того. Останнім часом навіть між особові стосунки формуються під безпосереднім або опосередкованим впливом засобів масової інформації. Нині ефективне соціальне управління всіх галузей суспільного життя неможливе без

налагодженої взаємодії відповідних керівних інстанцій із засобами масової інформації. Співпраця з ними є фактором оптимізації соціального управління. Специфіка об'єкта керуючого впливу (тобто, того, на що спрямоване управлінська дія) постає у вигляді соціальної поведінки "невизначеного кола осіб". Цей термін визначає сукупність громадян, особи яких не встановлено на момент залучення їх до галузей правової пропаганди та агітації, а також до процесів розкриття та розслідування злочинів (якщо йдеться про вплив на аудиторію збоку правоохоронних органів) [36,с.15].

З розвитком інформаційної активності суспільств стає все більш визначним поняття інформації як трансформаційного ресурсу. Саме інформація найбільш впливає на всі процеси перетворення.

Особлива роль інформаційної складової в перехідній інфраструктурі посилюється тією обставиною, що саме через неї найбільш ефективно здійснюється зовнішній вплив на становлення та розвиток ринкових механізмів. Не випадково в усіх країнах у програмах ринкових перетворень значне місце відводиться розвитку сучасних інформаційних технологій.

Світова наука зробила висновок про те, що в постіндустріальних країнах вирішальним управлінським ресурсом є наявність знань і володіння інформацією, тоді як роль фінансів і безпосереднього державного примусу стають все менш значимими. Як зазначають дослідники, державний, адміністративний та інші силові примуси поступово змінюються на інформаційний та психологічний тиск.

У технології домінування зараз є головним завданням: досягти максимального впливу на людей з мінімальними фінансовими та матеріальними витратами загалом. Найефективнішим інструментом сучасної енергетики є знання, що дозволяють досягти бажаної мети, споживаючи мінімальні енергетичні ресурси. Однак інформаційний ресурс, як і всі інші, вимагає управління. Це має вирішувати інформаційна політика, яка включає комплекс основних настанов та методів державної діяльності щодо прийому, використання, розповсюдження та зберігання інформації.

Головними напрямками й способами державної інформаційної політики є:

- забезпечення доступу громадян до інформації;
- створення національних систем і мереж інформації;
- зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності;
- забезпечення ефективного використання інформації;
- сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберіганню національних інформаційних ресурсів; створення загальної системи охорони інформації;
- сприяння міжнародному співробітництву в галузі інформації і гарантування інформаційного суверенітету України;
- сприяння задоволенню інформаційних потреб закордонних українців.

Державну інформаційну політику розробляють і здійснюють органи державної влади загальної компетенції, а також відповідні органи спеціальної компетенції.

Держава повинна турбуватися про інформаційну безпеку суспільства та громадянина, вона повинна володіти значною частиною інформаційних технологій, брати участь у формуванні ринку товарів та послуг. Правова нерегульованість дає можливість втілення приватних посередницьких організацій у сферу інформаційних послуг, при цьому держава втрачає величезні кошти як через слабкість податкового законодавства, так і через відсутність контролю за виконанням чинного законодавства [17,с.105].

Політика більше, ніж будь-яка інша соціальна діяльність, потребує спеціальних засобів обміну інформацією, щоб встановити і підтримувати постійний контакт між суб'єктами. Наприклад, економіка може функціонувати на основі ринкового саморегулювання з обмеженими, часто прямими формами людської взаємодії, тоді як політика неможлива без опосередкованих форм спілкування між різними органами влади та між державами. громадяни.

Первісною метою засобів масової інформації, головною політичною метою, було виступати в ролі «посередника» або певного буфера між політикою та громадськістю [56, с. 52].

Засоби масової інформації дають можливість політикам ознайомитись та оцінити позиції політичних та громадських лідерів, висловити свою думку щодо соціальних питань та взяти участь у вільному потоці політичних дебатів [44].

Саме в межах такої взаємодії виникає глибокий взаємний вплив між засобами масової інформації та політикою. Засоби масової інформації є основним каналом передачі політичної інформації, тобто такої інформації, що має суспільну значущість і вимагає уваги з боку державних органів або впливає на них [49, с.350].

Особливо важливою є роль ЗМІ у формуванні думки людей з питань, що безпосередньо не стосується їх повсякденного досвіду, наприклад, про інші країни, про політичних лідерів тощо.

Вплив ЗМІ на політичні процеси, зокрема на процес прийняття рішень, може справляти як діяльність самих ЗМІ, так і громадянське суспільство через мас–медійні канали передачі інформації. Політика та її суб'єкти впливають на ЗМІ переважно шляхом формування інформаційних приводів, джерел новин, які є основним засобом існування мас–медіа. Саме таким чином і здійснюється маніпулятивний вплив засобів масової інформації.

Вчасно "викинутий" інформаційний привід може перевершити за важливістю чи просто знівелювати новизну та актуальність попередньої "незручної" для влади чи політика новини.

Таким чином, у демократичному суспільстві перебіг політичних процесів, зокрема процесу прийняття політичного рішення, детермінується наповненням, характером та тональністю інформаційних повідомлень, статей та передач, тобто інформаційним контентом, що створюють ЗМІ. При цьому мас–медіа є основним каналом не тільки передачі та донесення до соціуму, а

й тлумачення політичних рішень. Тож вплив здійснюється практично на всіх етапах прийняття політичного рішення.

Враховуючи вплив засобів масової інформації на конкретних етапах прийняття політичних рішень, базується на класифікації американського політолога і соціолога Г. Лассуелла. Він визначає шість стадій замкнутого циклу прийняття рішень.

1. Постановка проблеми та перевірка інформації про неї. Зрозуміло, що засоби масової інформації часто є джерелом інформації про походження та сутність проблеми. Політичні конфлікти дедалі частіше звертаються до засобів масової інформації, тому вони часто знаходять першопричину та характеристики проблеми. І іноді навіть самі ЗМІ запалюють існуючу проблему на замовлення політичних сил чи структур, або навіть створюють привід, який вимагає певного політичного рішення.

2. Напрацювання рекомендацій – пошук альтернативних шляхів розв'язання проблеми. Нерідко коментарі експертів, до яких звертаються журналісти, можуть стати у пригоді політикам. При цьому особисто звертатися до них немає потреби – журналісти, як правило, самі намагаються знайти якомога авторитетнішу особу, а часто декількох з різними точками зору, що репрезентують різні варіанти ескалації конфлікту, вирішення проблеми та прийняття політичного рішення. Однак певні гравці політичної арени можуть за допомогою ЗМІ подавати інформацію у потрібному для себе ключі, таким чином підштовхуючи опонента чи ситуативного союзника до прийняття вигідного для певних осіб політичного рішення.

3. Відбір найкращої альтернативи. На цьому етапі значну роль може відіграти демонстрація громадської думки щодо певного питання через оприлюднення у засобах масової інформації соціологічних опитувань, проведення "круглих столів" та публічних дискусій за участі ЗМІ.

4. Попереднє переконання у правильності рішення. Політичні рішення та їх ефективність часто безпосередньо залежать від громадської думки. Нерідко політичні опоненти не вдаються до переговорів, переносючи діалог до

інформаційного простору для з'ясування думки громадськості. Така сама практика існує й у вирішенні питань на міжнародному рівні.

5. Оцінка ефективності рішення. На цьому етапі посилюється роль внутрішніх чинників – експертів та інших осіб, залучених до розроблення, прийняття та аналізу рішення (медіа виступають трибуною для думок експертів).

6. Оновлення, перегляд або скасування рішення. Цей етап також значно залежить від зовнішніх чинників, зокрема від думки, висловленої у ЗМІ щодо ухваленого рішення. Зрозуміло, що на кожному з етапів якість схвалюваного рішення значною мірою залежатиме від об'єктивності та неупередженості ЗМІ. Адже навіть випадкове викривлення інформації може призвести до ланцюгової реакції, потягнувши за собою прийняття недоцільного чи неефективного рішення. Навмисним же спотворенням фактів та інформаційних приводів можна досягти необхідних політичних преференцій та результатів [6].

В результаті ЗМІ часто стають заручниками політичних ігор, втрачаючи при цьому свій авторитет, довіру громадян, самих політиків і державних структур.

Важливим механізмом впливу ЗМІ на прийняття політичних рішень є так зване визначення порядку денного - введення і закріплення в суспільній свідомості набору тем і питань, які представляються суспільству як найбільш важливі (найбільш необхідні) в будь-який момент часу. Встановлюючи спільний порядок денний, вибираючи певні новини і теми для обговорення, ЗМІ створюють особисту порядку денного для кожної людини, формуючи в нього уявлення про соціально значимі події або темах. Це фільтрує інформацію, відхиляє менш важливі події і фокусується на найбільш актуальних проблемах, але в той же час створює значуще поле для різних маніпуляцій.

Важливим аспектом впливу ЗМІ на прийняття політичних рішень є передача громадської думки і волі. У демократичному суспільстві ЗМІ

представляють собою особливо важливу петлю зворотного зв'язку в разі порушення прав і свобод громадян. З їх допомогою популярно «лобіювання», особливо в Україні через страйки, широко висвітлене в ЗМІ. [9].

Однак не слід забувати, що ЗМІ та політика не настільки віддалені один від одного, як може видатися. Вони не лише істотно впливають одне на одного, але й утворюють певну систему. Такі моделі відрізняються у різних суспільствах і, відповідно, мають різну сенситивність та схильність до змін.

В Україні модель "влада – ЗМІ" формувалася досить складно і проходила багато нелегких етапів, у цій моделі складові підсистеми здатні реагувати на зміни зовнішнього середовища, при цьому трансформуються самі й модернізують систему в цілому [29].

Цьому чудовою ілюстрацією слугує "медіабунт" телеканалів "1+1", "Інтер", "УТ-1" за часів президентських виборів 2004 р. Їх журналісти обстоювали і домоглися права на своєчасну, точну, об'єктивну інформацію. Відбулося саморегулювання, самоочищення журналістської спільноти. Журналістський корпус країни не захотів, за висловом П. Бурдье, "хитрим чином звести те, що називають "новинами", до низки цікавих подій" [12].

На той час засоби масової інформації мали значний вплив на прийняття політичних рішень у країні. З метою зменшення маніпулятивного впливу засобів масової інформації на прийняття політичних рішень одним із найефективніших способів, разом із правовим регулюванням, є етика та журналістська та редакційна політика. В демократичному світі основним правилом журналістики є те, що новини, судження та припущення повинні бути чітко відокремлені одне від одного. Принципи об'єктивності, врівноваженості та неупередженості - це три опори, які тримають репутацію більшості медіа-компаній у світі. Згідно з українським Законом «Про вибори Президента України» (ч. 4 ст. 13), вітчизняні ЗМІ «зобов'язані об'єктивно висвітлювати хід виборчого процесу». Однак критерії цієї об'єктивності ще не визначені [44].

Висновки до першого розділу

Отже, ЗМІ, або ЗМІ як інституція, є важливою складовою розвитку громадянського суспільства. Інформуючи про світові та державні події, політичне та громадське життя, вони впливають на погляди людей, формування громадської думки, що є важливим інститутом демократичної системи управління та ознакою нинішньої "сфери відкритості". Їх метою є сприяння ефективному спілкуванню з громадськістю, соціальному консенсусу, постійній інформаційній взаємодії, формуванню нових значень та їх реалізації для загального блага чи спільних інтересів. ЗМІ, як інституція, повинні розробляти компромісні рішення, оптимізувати вплив засобів масової інформації та формувати певну модель громадської думки, значення якої постійно зростає у громадянському суспільстві.

З аналізу преси можна зробити висновок, що зв'язки з громадськістю в сфері недержавних ЗМІ регулюються низкою законів, що становлять цілісну систему. На чолі його перебуває Конституція України, а також Закон «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», основним принципом якого є конституційне право кожного громадянина на свободу думки, вільне вираження своїх поглядів і переконань. Але в той же час це право не є абсолютним.

Також можна відзначити, що національне законодавство в галузі засобів масової інформації не здатна повною мірою забезпечити гармонійний розвиток суспільних відносин, які виникають у зв'язку з появою нового виду ЗМІ - ЗМІ, які діють в мережі Інтернет.

Що стосується впливу громадськості на прийняття політичних рішень, зокрема через ЗМІ, то останнім часом в Україні він дещо послабився. Політична активність населення знижується, що викликано саме неефективністю політичних рішень та загалом діяльності політичної еліти. Тож певні політичні кола іноді перебирають на себе ініціативу говорити від імені народу під час боротьби зі своїми політичними супротивниками. Однак

нічого спільного з виявленням народної волі та реалізацією ініціатив громадянського суспільства через ЗМІ це не має.

ЗМІ свідомо приймають на себе відповідальність четвертої влади;. З іншого боку, громадськість, націлена на вимогу від влади задоволення своїх власних потреб, з задоволенням у силу ще занадто глибоких утриманських позицій погоджується на це. В умовах перетворення інформації в один з основних видів ресурсів, джерел розвитку суспільно-політичних відносин, постійного зростання масштабів масових інформаційних процесів, створення і повсюдного впровадження новітніх інформаційних технологій ЗМІ стають важливим інструментом реалізації політичних процесів, відносно самостійним суб'єктом політичного життя суспільства. Мас-медіа прагнуть виконувати різноманітні функції, зокрема інформування громадян про найбільш актуальні події, що відбуваються в державі та світі, підвищення освітнього рівня людей, політична соціалізація і мобілізація населення країни, критика і контроль за діяльністю владних органів.

За роки незалежності Україна сформувала мережу інститутів громадянського суспільства, завдяки яким суспільне життя набуло певних характеристик громадянського суспільства. Формально існує законодавча база, необхідна для захисту прав особи та добровільної участі у державних справах.

У той же час діяльність громадських організацій та їх вплив на суспільне життя та совість людей все ще є недостатніми, а рівень правового захисту осіб та груп, які вони створюють, далеко не бажаний. ЗМІ, які повинні підвищити рівень цієї безпеки, все ще потребують захисту. Тиск як державних, так і потужних приватних інтересів позбавляє ЗМІ свободи та неупередженості, а людей - повної та об'єктивної інформації. Це особливо видно в часи, коли вирішуються важливі політичні питання - на виборах, референдумах, політичних кризах тощо.

Також можна відзначити, що на сьогоднішній день, за чисельністю законів, які регулюють діяльність ЗМІ, Україна серед країн пострадянського

простору посідає перші місця і це стосується не лише кількості, але і якості законодавства.

Проблеми в діяльності засобів масової інформації стосуються таких аспектів, як зменшення сфери державного впливу, і в той же час, застосовувати міри, аби не абсолютизувати вплив певних груп інтересів; роздержавлення ЗМІ; створення громадського телебачення, радіомовлення (і вирішення в цьому контексті вищерозглянутих проблемних моментів); забезпечення прозорості в діяльності ЗМІ; гарантування зі сторони держави законності розгляду судових справ, що стосується діяльності ЗМІ; поліпшення матеріальної бази ЗМІ (особливо це стосується державних ЗМІ).

Зі своєї сторони, засоби масової інформації повинні бути відповідальними у виконанні своїх основних функцій, і не ставати засобом для маніпулювання суспільної свідомості, що стає першим кроком для руйнації у сучасній державі елементів демократії, тому що говорити про певну модель демократії в Україні, як не прикро, ще не доводиться.

РОЗДІЛ 2. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

2.1. Особливості впливу засобів масової інформації на органи публічної влади в Україні

Надзвичайно важливо створити належні умови для держави для створення сучасного конкурентного інформаційного простору, розвитку свободи слова та засобів масової інформації та налагодження ефективної взаємодії між владою та засобами масової інформації. демократичні перетворення в Україні [22].

Незважаючи на природну суперечність між урядом та відносинами із ЗМІ, вони взаємозалежні. Підтримка конструктивного діалогу між державними установами та ЗМІ дає змогу забезпечити глибше розуміння громадськістю діяльності органів державної влади, оцінити реакцію громадськості на рішення та покращити комунікацію в суспільстві.

Хоча українське законодавство, яке гарантує свободу ЗМІ, є одним із найбільш прогресивних у Східній Європі, ці правові норми не застосовуються на практиці повною мірою. Останнім часом спостерігається посилення цензури, політичного, фінансового та економічного тиску, що чиниться владою на журналістів та засоби масової інформації, та напади на журналістів при виконанні ними професійних обов'язків. У той же час існує практика надмірного використання функцій редакторами деяких повітових ЗМІ, упередженості у повідомленні про події та публікації замовних матеріалів у цих публікаціях [50].

Слід зауважити, що іноді самі журналісти не зацікавлені в об'єктивному висвітленні подій: значну частину публікацій у вітчизняних ЗМІ становлять замовлені матеріали. Унаслідок впливу окремих державних органів та їх посадових осіб на редакційну політику державних і комунальних ЗМІ, які є фінансово та організаційно залежними від органів державної влади та органів

місцевого самоврядування, суспільство отримує незбалансовану та необ'єктивну інформацію про роботу органів влади. Отже, актуальним завданням державної інформаційної політики залишається реформування державних та комунальних медіа, звільнення їх від фінансової залежності, а отже, і тиску з боку органів влади[50].

Інтереси національних фінансових та промислових груп не обмежуються концентрацією телевізійних та радіоджерел, але мають активи в інших сферах ЗМІ: окрім телевізійних та радіостанцій з найвищим рейтингом, їхня спадщина включає низку популярних Інтернет-видань, переважно національних та регіональних. Для українського медіа-ринку також характерна значна присутність іноземного капіталу: значна частина засновників друкованих ЗМІ, телебачення та радіостанцій мають іноземне походження, переважно російські [40].

Концентрація ЗМІ є небезпечним для демократичного суспільства явищем, що обмежує їх плюралізм та підриває конституційні основи свободи слова, створює умови для маніпулювання суспільною свідомістю. З метою запобігання та протидії надмірній концентрації на медіа-ринку в демократичних країнах запроваджуються законодавчі обмеження на право власності в галузі ЗМІ, такі як, наприклад, заборона утворення монополій на ринку ЗМІ (Німеччина), обмеження перехресного володіння ЗМІ (тобто одночасного володіння однією особою теле- та радіоканалами або електронними та друкованими ЗМІ; такі норми містить законодавство США, Великобританії), обмеження права власності в галузі ЗМІ шляхом визначення певної частки на ринку (Канада), обмеження числа ліцензій в руках однієї особи (Франція, Велика Британія), обмеження прямої або непрямої участі в акціонерному капіталі іноземних осіб або компаній (Франція) тощо [43].

В Україні, як і в інших країнах, ЗМІ користуються підтримкою держави. Перелік засобів масової інформації, які можуть подати заявку на державну підтримку, та умови її надання чітко визначені в українському Законі «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист

журналістів» [45]. Але законодавчі критерії відбору публікацій, які отримують державні субсидії, зазнали високої критики з боку журналістської спільноти, оскільки вони надають більше переваг державним ЗМІ, ніж приватним.

Специфіка стосунків влади і мас-медіа у розрізі інформаційної співпраці полягає у налагодженні балансу інтересів – з одного боку висвітлення діяльності влади, з іншого – поширення інформації, яка б відповідала вимогам широкої аудиторії (часто це драматизм, скандали розважальність тощо). Ефективність комунікації держави й суспільства багато в чому залежить від співпраці органів влади із засобами масової інформації. Зростає значущість застосування стратегій соціального партнерства як механізму узгодження інтересів різноманітних соціальних суб'єктів у сучасному інформаційному середовищі.

Однією з передумов розміщення інформації в ЗМІ є наявність певної ознаки, тобто реалізація концепції «новини». Останнє є загальним, актуальним змістом, що подається з прагненням до об'єктивності в певній формальній структурі. Британський журналіст Ендрю Бойд, у свою чергу, пояснює неможливі складові інновацій: близькість, важливість, актуальність, цікавість, драматизм, розваги. [11].

Коментуючи цю новину, американський дослідник комунікацій Джон Кін прокоментував: "Новини - це те, що ви не хочете бачити в публікації з якихось причин". Звичайно, національні новини завжди будуть актуальними, але оригінальність та незвичність того, що відбувається на низьких рівнях, може привернути увагу ЗМІ.

"Кожен крок влади - місцевий чи національний - впливає на потенційну аудиторію, і все, що так чи інакше впливає на громадськість, є новиною. Більшість людей . Коли дії та ідеї можуть перевернути суспільство, такий конфлікт є новиною". \ [31].

Сьогодні широка громадськість усвідомлює, що питання залучення громадян через засоби масової інформації до організації ефективного громадського контролю, прозорість рішень державного управління,

необхідність незалежної громадської експертизи та підзвітність уряду є дуже важливими питаннями в Україні. Пріоритетні зміни повинні бути пов'язані з розробкою та встановленням нових форм взаємодії між державними органами та громадськістю.

Суть цієї стратегічної зміни пов'язана із утвердженням демократичних цінностей та розвитком громадянського суспільства. Слід зазначити, що громадськість повинна брати активну участь у формуванні громадянського суспільства, оскільки це буде запорукою висловлення власних поглядів, організації та захисту своїх громадянських прав та постійного контролю над урядом. За допомогою комунікативних засобів громадськість отримує 'ідею' громадянського суспільства, об'єктивно оцінює її важливість та необхідність та бере участь у соціально-політичних процесах. Визначивши основні причини падіння громадянської активності, ми можемо виділити такі аспекти: збереження методів адміністративного управління, офіційні підходи до соціально-політичних проблем з боку влади, таємність інформації. Низька ефективність взаємодії влади та громадських організацій пояснюється організаційною слабкістю останніх, фінансовою залежністю, низькою активністю громадян, відсутністю навичок лобіювання, відсутністю налагодженої взаємодії між владою, ЗМІ та суспільством тощо [23].

Крім того, під час співпраці ЗМІ та державних органів ми не повинні забувати принцип незалежності ЗМІ, як ключового чинника їх повноцінного функціонування діяльності сторожових собак. У цьому сенсі за державними чиновниками, такими як ті, що мають спеціальні повноваження порівняно з іншими, журналісти часто спостерігають, і тому вони повинні бути готовими до того, щоб їх дії були предметом обговорення. їх і критика.

З метою забезпечення незалежності журналістів та журналістів від будь-кого, включаючи чиновників, закон прямо забороняє втручання в їх діяльність, а також відповідальність за порушення статті 24 Закону про інформацію. Стаття 3 Закону України "Про охорону громадських робіт українськими органами влади та громадянським суспільством в Україні ЗМІ" також

зобов'язує ці організації не утискувати засоби масової інформації та невтручання у виробничий процес.

Тому чиновники не мають права вимагати публікації певних фактів або перешкоджати розповсюдженню інформації, зокрема вимагати від засобів масової інформації надання їм часу на показ або місця для преси на власний розсуд, оскільки це може підірвати роботу журналістів та засобів масової інформації. суспільство.

Такі дії посадових осіб можуть кваліфікуватися як перешкода для законної професійної роботи журналістів. Важливо пам'ятати, що вплив на журналіста та переслідування службовою особою службовою посадою є кваліфікованою частиною цього злочину, що передбачає посилення відповідальності.

Але як і всюди, в цих нормах є свої винятки. Перший виняток із правила становитиме вимога посадовця опублікувати певну інформацію, якщо висвітлення діяльності цього органу влади передбачене договором між цим органом та редакцією ЗМІ чи статутом ЗМІ, який заснований державним чи муніципальним органом. У цьому разі, поширення інформації буде платною послугою, яку ЗМІ надає органу влади відповідно до наперед встановлених умов (обсяг інформації, друкованої площі, частота публікацій, відповідальність, тощо) за рахунок державного чи місцевого бюджетів. Редакція ЗМІ та орган влади будуть рівними сторонами у цих відносинах.

Другим винятком є розповсюдження офіційних повідомлень та іншої офіційної інформації, що передбачене статтею 49 Закону України "Про телебачення і радіомовлення". Окремий режим існує для державних чи комунальних телерадіоорганізацій, що зобов'язані безкоштовно оприлюднювати повідомлення у ширшому колі випадків, а також для приватних телерадіоорганізацій.

Таким чином, державні та муніципальні телерадіоорганізації зобов'язані передавати безкоштовні повідомлення Верховній Раді України, Президенту

України, Кабінету Міністрів України та Конституційному Суду України, Автономній Республіці Крим, органам місцевого самоврядування та місцевим органам виконавчої влади. На прохання Президента України, Голови Верховної Ради України, Прем'єр-міністра України та Голови Конституційного Суду України державні телерадіоорганізації дали їм час для вирішення державних питань з важливих питань державного життя. Крім того, державні телевізійні та радіоорганізації повинні включати час і форми у свої програми, щоб українські парламентарі могли виступати в парламенті.

Усі мовники, незалежно від форм власності, зобов'язані безкоштовно публікувати лише звіти про надзвичайні ситуації. У той же час використання ефірного часу організацією мовлення для цієї мети потрібно тим органам влади та посадовим особам, які мають право приймати рішення в надзвичайних ситуаціях.

Так, державні та комунальні телерадіоорганізації зобов'язані безкоштовно передавати офіційні повідомлення Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України та Конституційного Суду України, офіційні повідомлення Верховної Ради Автономної Республіки Крим, органів місцевого самоврядування та місцевих органів виконавчої влади – на підвідомчу їм територію. На вимогу Президента України, Голови Верховної Ради України, Прем'єр-міністра України та Голови Конституційного Суду України державні телерадіоорганізації надають їм час для екстрених офіційних виступів з важливих питань державного життя. Крім цього, державні телерадіоорганізації зобов'язані передбачати у своїх програмах час і форми для забезпечення можливості виступів народних депутатів України з питань їхньої депутатської діяльності.

Усі телерадіоорганізації, незалежно від форми власності, зобов'язані безкоштовно оприлюднювати лише повідомлення про надзвичайні ситуації. При цьому, вимагати використання ефірного часу організації мовлення з цією метою належить саме тим органам влади і посадовим особам, які уповноважені ухвалювати рішення в умовах надзвичайних ситуацій.

З іншого боку, трансляція засідань Верховної Ради України та виступи депутатів місцевих рад з питань їхньої депутатської діяльності вже не відносяться до категорії інформації, що потребує негайного оприлюднення, тому відбуваються на договірних засадах.

2.2. Європейська модель взаємодії ЗМІ та влади.

Основи наукового розуміння місця засобів масової інформації в сучасному суспільстві заклали праці трьох відомих американських експертів, Ф. С. Сіберта, В. Шріма і Т. Петерсона, "Чотири теорії преси", опубліковані в 1956. За їх дослідженнями, існує чотири теорії преси: авторитарна, ліберальна, соціальна відповідальність та радянська (комуністична). Кожна модель представляє власне розуміння свободи слова, своє тлумачення принципів відносин із ЗМІ з державними органами та громадянами (аудиторіями), своє тлумачення соціальної відповідальності ЗМІ тощо. [7].

Слід зазначити, що внаслідок зміни системи викликів глобальній безпеці відбулася основна боротьба між ліберальною теорією та теорією соціальної відповідальності. Захист традиційної ліберальної моделі у функціонуванні засобів масової інформації, яка найбільш поширена в ЄС (палким шанувальником і захисником цього є французький філософ А. Глюксманн), може призвести до значної деформації існуючих соціально-політичних моделей в демократичному суспільстві. Відсутність обмежень, властивих цій моделі, робить її не менш небезпечною, ніж цензура в сучасних умовах, про що свідчать події в Данії навколо мультфільмів на пророка Мухаммеда [2].

А саме 30 вересня 2005 року данська газета Jyllands-Posten опублікувала 12 карикатур, більшість з котрих зображали пророка Мухаммеда. Своє рішення опублікувати карикатури редакція газети пояснила спробою зробити внесок у дискусію навколо критики ісламу і свободи слова. Відразу після

публікації, зображення пророка Мухамеда осудили мусульмани Данії, до акцій осуду та протесту незабаром приєдналися мусульмани інших країн.

Деякі ісламські організації Данії подали судовий позов проти газети, але суд віхилив його у січні 2006 року з огляду на принцип свободи слова. Протягом наступних декількох місяців карикатури були передруковані в газетах більш ніж у 50 інших країнах світу, що призвело до загострення конфлікту і значних акцій протесту у мусульманському світі у січні і лютому 2006 року.

Через декілька місяців, в кінці січня і на початку лютого 2006 року по всьому ісламському світі пройшли багатолюдні акції протесту, деякі з них супроводжувалися сутичками з поліцією та іншими актами насильства, що призвело до загибелі понад 100 чоловік у різних країнах. Акції протесту супроводжувалися, зокрема, вибухом біля данського посольства в Пакистані, підпалами данського посольства в Сирії, Лівані та Ірані, спробами штурму дипломатичних установ інших європейських держав, спаленнями прапорів Данії, Нідерландів, Норвегії, Франції та Німеччини.

Данський прем'єр-міністр визнав скандал навколо карикатур найбільшою кризою у Данії з часів Другої світової війни.

В багатьох європейських країнах ЗМІ можуть створювати вплив як на уряди, так і на парламенти цих країн. Але парламенти мають менше можливостей брати на себе ініціативу й ухвалювати політичні рішення, ніж, відповідно, уряди, а це призводить до того, що ЗМІ ігнорують парламенти на користь урядів. У наслідку втрачається довіра до таких парламентів.

Через характер своєї роботи парламенти не можуть реагувати на події з такою ж ефективністю, як уряди. Тривалість парламентських процедур, необхідних для поглибленого контролю законодавства, не призводить до швидшого розповсюдження новин за допомогою сучасних інформаційних технологій.

В останні роки роль парламентів як основних центрів політичних дебатів зменшилась. Це пов'язано з тим, що ЗМІ висвітлюють дискусії та коментують стисло і нестандартно.

Загальна картина зі ЗМІ дуже складна. Поряд із сенсаційними ЗМІ, які загрожують розвитку конструктивного громадського діалогу, якісні газети та журнали, а також серйозні державні мовники продовжують об'єктивно висвітлювати широкий спектр новин, включаючи парламентські. Вони забезпечують підтримку високих стандартів, намагаючись досягти головної медіа - інформувати, коментувати, спілкуватися між різними соціальними групами, забезпечувати громадськість засобами для вироблення критичних суджень [47].

ЗМІ є суттєвим фактором створення та розвитку культури демократії в будьякій країні. Вони забезпечують людей інформацією, яка впливає на процес формування думок і позицій, а також на здійснення політичного вибору.

Отже, ЗМІ мають бути вільними, плюралістичними й незалежними, але одночасно – соціально підзвітними.

Ситуація зі ЗМІ в Європі значно різниться між країнами залежно від культурних традицій, економічної могутності, сили демократичних інститутів і рівня професіоналізму. Проте з відкриттям практично усіх країн континенту, з інтенсифікацією процесів співробітництва й інтеграції між країнами, виникненням нових інформаційних технологій ЗМІ все більше стикаються з однаковими проблемами [26].

Навіть найбільш розвинуті нові демократії досі стикаються з труднощами в забезпеченні справжнього незалежного громадського мовлення та справжньої рівноваги між урядом і опозицією.

У деяких західноєвропейських країнах суди продовжують порушувати право журналістів захищати свої джерела інформації, і це відбувається всупереч практиці Європейського суду з прав людини.

Законодавство щодо ЗМІ в деяких з цих країн відстає від часу (наприклад, закон про пресу у Франції датується 1881 роком), і хоча обмежувальні положення більше на практиці не застосовуються, ця практика дає новим демократіям, які не бажають демократизувати своє законодавство про ЗМІ, достатні підстави для виправдання.

Наприклад, в Італії конфлікт між Берлусконі та главою уряду, а також його особисті економічні та медіа-інтереси становлять загрозу плюралізму ЗМІ, створюючи прецедент для молодих демократичних країн до того, як будуть введені надійні гарантії.

Концентрація ЗМІ є серйозною проблемою на всьому континенті. Сьогодні в деяких країнах Центральної та Східної Європи дуже мало компаній володіють майже всіма друкованими ЗМІ. Доступ до цифрового телебачення також може бути дуже зосередженим [51].

Вплив ЗМІ на європейську державну владу має Інтернет. Це глобальна система взаємопов'язаних комп'ютерних мереж, і її робота не є централізованою. Це робить Інтернет глобальним форумом для свободи слова, але в той же час виникає питання відповідальності та управління.

28 травня 2003 року у місті Страсбург країнами-членами Ради Європи була прийнята Декларація про свободу комунікації в Інтернеті. Країни-члени Ради Європи зобов'язалися не застосовувати до змісту (контенту) в Інтернет обмеження, що перевищуватимуть аналогічні обмеження по відношенню до інших засобів постачання змісту (контенту), заохочувати саморегуляцію або спільну регуляцію стосовно змісту (контенту) поширюваного в Інтернеті, вчиняти попередній контроль над комунікаціями в Інтернеті тільки у виняткових випадках, незалежно від кордонів, сприяти вільному вираженню інформації та ідей, поважати бажання користувачів Інтернету не розкривати свою особистість [21].

У Резолюції Ради Європи “Індикатори положення ЗМІ в умовах демократії” зазначено, що ЗМІ, що працюють в Інтернеті, не зобов'язані мати державну ліцензію, крім звичайної підприємницької чи податкової реєстрації.

ЗМІ повинні мати систему саморегулювання, включаючи право на відповідь та спростування або добровільне вибачення з боку журналістів [27].

Резолюція Європарламенту з “Інформація і право” № 2(14)/2015 96 медіаграмотності у світі цифрових технологій зазначає, що широкий доступ до інформаційних технологій надає кожному члену суспільства можливість передачі інформації в глобальному масштабі, роблячи його потенційним “журналістом” [38].

Дані положення свідчать про цінність для європейського товариства принципу свободи слова і вираження поглядів, недопущення безпідставного втручання з боку держави в суспільні відносини щодо обміну інформацією, дотримання політики саморегуляції в мережі Інтернет.

У результаті постійного розвитку інформаційного суспільства, перед міжнародними організаціями постає виклик захисту і підтримки принципів прав людини в онлайн середовищі. Для вирішення цих питань Рада Європи розробила різні конвенції та рекомендації. Одним з таких документів є Конвенція про інтернет-злочинність (2001 року), що спрямована на захист інтернет мережі від несанкціонованих та традиційних злочинів за допомогою нових технологій. Додатковий протокол до цієї Конвенції закликає до притягнення до кримінальної відповідальності за виявлення проявів расистського та ксенофобського характеру, вчинених через комп’ютерні системи.

Іншим важливим інструментом є Конвенція про доступ до офіційних документів (2008 р.), Яка гарантує кожному право доступу до офіційних документів, що зберігаються державними органами на запит, без будь-якої дискримінації.

З метою захисту свободи вираження поглядів та інших прав та принципів людини в новому медіа-середовищі Рада Європи співпрацює з іншими зацікавленими сторонами в галузі управління Інтернетом.

Комітет міністрів прийняв 10 принципів управління Інтернетом, запропонував нове бачення засобів масової інформації, згідно з яким сайти

соціальних мереж, онлайн-ігор чи інформаційних сайтів мають право на свободу та відповідальність ЗМІ, та запропонував основу співпраці держав-членів для підтримання глобальної, стабільної та відкритої Інтернет як засіб захисту свободи слова та доступу до інформації. Важливість свободи вираження поглядів для засобів масової інформації для сприяння демократії була підтверджена в "Декларації про захист і свободу зібрань та асоціацій для управління приватними інтернет-платформами та провайдерами Інтернет-послуг".

Засоби масової інформації стали сприйматись в Європі як символ демократії та свободи й основний інструмент критики визнаних релігійних, економічних, урядових авторитетів. Починаючи з епохи Просвітництва засоби масової інформації використовуються демократичними силами як знаряддя боротьби зі старими порядками в Європі.

У Франції діяльність засобів масової інформації можлива лише за умови їхньої незалежності від фінансових інтересів, як вітчизняних, так і закордонних. Низка положень закону 1986 року гарантує таку незалежність: заборона на отримання грошей від урядів зарубіжних країн, обмеження на участь у капіталі громадян країн, що не входять до ЄС, і обов'язок чітко розмежовувати матеріал, який відображає позицію редакції, і рекламу або комерційну інформацію. Свого часу органи державної влади Франції справляли значний вплив на редакційні матеріали, але сьогодні незалежність друкованих ЗМІ безсумнівна. Втім, французи вважають, що залежність від держави менш небезпечна для свободи преси, ніж загроза з боку фінансових і приватних інтересів [3, с. 184].

2.3. Американський приклад впливу засобів масової інформації на органи публічної влади.

Сьогодні жодна країна не змогла контролювати обізнаність громадськості через глобалізовані засоби масової інформації. Питання: хто керує глобальним процесом - провінції з традиційною владою чи засоби масової інформації, здатні створити реальність простих громадян? Оскільки роль сучасних засобів масової інформації настільки змінилася, фразу " Ми не переможемо, поки не скажемо, що CNN переміг" можна трактувати так: " Ми можемо програти або зламатися, якщо CNN каже, що ми перемогли, це означає. Ми перемагаємо ". У Сполучених Штатах такі засоби масової інформації (особливо інтерактивні), як телебачення, створюють ілюзію прямого спілкування між учасниками політики, що визначає найбільший вплив телебачення на обізнаність громадськості. Тому США, мабуть, є найбільш розвиненим сектором. Однак ця особливість телебачення швидко розвивається в Україні. Основними конкурентами для глядачів у Сполучених Штатах є CNN (Cable News Network), яка транслює в 54 країнах, та Fox Broadcasting Company [52].

Американські ЗМІ завжди відігравали важливу роль у формуванні громадської думки. Кожен з кандидатів в президенти намагався проявити себе як міг за надане йому ефірний час на телеканалах. Таким чином, всі кандидати знаходяться практично в рівних умовах. Телевізійні дебати, популярність яких значно зросла за останні кілька років, грають вирішальну роль в вплив на вибір громадян. У глядачів є можливість побачити кандидатів, як вони створені іміджмейкерами. Наприклад, відразу після першого раунду теледебатів між Джорджем Бушем і його суперником, сенатором-демократом Джоном Керрі, були проведені перші опитування громадської думки, які показали перемогу кандидата від демократів.

«Завжди є політичне і комерційне тиск», - сказав Тім Кенні, історик новин і директор Newseum News Museum. «Цей уряд, як і будь-яка інша, завжди хоче чути тільки гарні новини про себе. Тому ЗМІ відчувають певний тиск ». Завжди, хоча влада не визнає ніяких утисків щодо ЗМІ [18].

Саме в цій сфері можливі конфлікти між ЗМІ та урядом або тими, хто претендує на владу. Політики переконані, що ЗМІ повинні повідомляти тільки ту інформацію, яка сприяє підвищенню їх рейтингу. ЗМІ знаходять факти, що суперечать основній програмі політиків. Журналісти, як і будь-який пересічний громадянин США, хочуть, щоб ті, хто керуватиме країною в найближчі роки, були розумними. Тому одного бажання стати переможцем в Сполучених Штатах недостатньо. Кандидат може бути при владі тільки тому, що він багатший розумом і цікавіше темпераментом.

"Більшість журналістів мають свої політичні симпатії", - заявив Лі Вілкінс, професор Школи журналістики Університету Міссурі. 18].

"У кожного свої політичні погляди, але журналісти повинні бути чесними зі своїми читачами або глядачами", - сказав Тім Кенні, історик новин та директор Музею новин. демократи, але вони залишають свої позиції та інтереси професіоналам та подіям, щоб об'єктивно та справедливо висвітлювати події [18].

"Абсолютно всі мають свої політичні погляди, але журналісти мають тримати їх при собі, щоб бути чесними перед читачами чи глядачами. – говорить Тім Кенні, історик новин, директор музею новин Newseum (США), – Якщо провести опитування, то більшість журналістів є прихильниками демократів, але вони є професіоналами і залишають власні позиції й інтереси, задля об'єктивного й неупередженого висвітлення подій" [18].

Американська торгова палата новин представляє власний кодекс поведінки, який, за винятком Національного кодексу професійних журналістів, має суворі обмеження. Таким чином, у «Лос-Анджелес Таймс» необхідність політичного нейтралітету стосується не лише співробітників, а й оточення: якщо журналіст має родичів чи друзів у політичній партії, він повинен уникати публікацій або що з цим. Ще більш сувора етика Washington Post заявляє, що участь засобів масової інформації у суспільному житті "може нашкодити репутації преси". New York Daily News 1 попереджає, що весь персонал газет, починаючи з від видавця до професійного продюсера їм

заборонено обіймати державні чи державні посади, служити політикам не лише за зарплату, але й добровільно. Етичний кодекс журналістики у багатьох країнах проголошує інший термін. "У фактичному звіті існує чітка межа між новинами та коментарями. Новина не повинна бути упередженою чи упередженою з боку журналіста, а повинна повністю висвітлювати тему", - йдеться в Кодексі професійних журналістів. США [19].

Оскільки висвітлення у ЗМІ більше не є лише передачею позицій від основних соціально-політичних суб'єктів, нова роль у легітимізації влади відводиться незалежному управлінню ЗМІ. Якщо раніше процес легітимації з боку ЗМІ не був вирішальним, то зараз від них залежить, кого вважатимуть легітимним. (Іншими словами, це буде визначатися громадянами як влада - легітимність залежить від мовчазної згоди правителів, а держава легітимна настільки, наскільки громадяни визнають її такою).

Ця роль засобів масової інформації використовується, зокрема, у випадку детального висвітлення теракту. Терористи, які є джерелом (ініціаторами) повідомлення, стають його одержувачами, які несвідомо сприймаються громадянами як джерело легітимізованої (і, отже, "керуючої" інформації). Ось чому проблема висвітлення терористичних актів - це не лише проблема "свободи преси" та права на "повне висвітлення подій", а й проблема, яку потрібно вирішувати на місцях. національної безпеки. Водночас важливо наголосити на необхідності підвищення обізнаності громадськості про загрози, що стоять перед сучасним світом, а з таких питань, як тероризм, необхідно розробити якісно нові правові та демократичні підходи до взаємодії держави із ЗМІ.

Однією з форм цього можуть бути постійні круглі столи із представниками засобів масової інформації, влади, ЗМІ та експертами з питань безпеки, під час яких будуть розроблені загальні підходи до висвітлення терористичної діяльності.

ЗМІ найбільших країн світу можуть впливати не лише на свої національні інституції та політику, а й на силу інших країн. Однією з перших країн, яка

навмисно вирішила питання конституційно-правового регулювання іноземного впливу на громадський порядок за допомогою засобів масової інформації, були США, де в 1934 р. Було прийнято "Закон про зв'язок". Закон 1934 р.). Цей закон через засоби масової інформації значно обмежив використання іноземного впливу на американський громадський порядок у США та створив наглядовий орган у цій галузі зв'язків з громадськістю - Федеральну комісію зв'язку. Цей закон визначає головну політичну ціль організації, а саме: "забезпечити, де це можливо, доступ до кабельних та радіослужб для всіх у Сполучених Штатах у національному та глобальному масштабі" 1.

Відповідно до розділу 310 Закону про зв'язок 1934 року (нині Кодекс США 47) ліцензія на мовлення не може видаватися таким особам: 1) іноземним урядам або їх представникам;

2) іноземці або їх представники;

3) корпорація, організована відповідно до законодавства іноземної держави;

4) корпорація, понад 20% статутного капіталу якої офіційно належить або контролюється іноземцями або їх представниками, або іноземним урядом або його представником, або корпорацією, організованою відповідно до іноземного законодавства;

5) корпорація, яка прямо чи опосередковано контролюється іншою корпорацією, понад 25% статутного капіталу якої офіційно належить або контролюється іноземцями, їх представниками або урядом іноземної держави, або її представником, або корпорацією, організованою за кордоном. Закон, якби на думку Комісії, відмова або анулювання такої ліцензії відповідали б суспільним інтересам [1].

Як результат, у США стало звичною практикою отримання іноземцем громадянства іноземця з метою набуття контролю над управлінням певним ЗМІ. Тим більше, що американське законодавство дозволяє подвійне громадянство, не зобов'язуючи натуралізованих людей відмовлятися від свого

попереднього громадянства. Наприклад, відомий медіа-магнат Р. Мердок був змушений прийняти громадянство США в 1985 році, щоб придбати незалежну телевізійну станцію Metromedia Group [59, с. 165].

Згідно з дослідженням американської організації PewResearchCenterforthePeople \0026 thePress, Інтернет США став більш важливим джерелом інформації в 2018 році, ніж щоденники. Близько 40% опитаних організацією людей заявили, що використовують Інтернет-джерела для читання новин, таких як електронні версії звичайних газет або спеціальні сайти новин. Лише 35% респондентів читають газети. Однак телебачення залишається найпопулярнішим джерелом інформації: близько 70% респондентів сказали, що дивляться новини на телебаченні.

Інформаційне агентство працює з 1953 року як незалежне агентство з питань зовнішніх зв'язків виконавчої гілки влади для проведення публічної дипломатії на підтримку зовнішньої політики США.

Під сферу їх діяльності потрапляють практично всі країни світу, в тому числі і Росія. Агенство є основним органом виконавчої влади, відповідальним за інформування та консультації президента, держсекретаря та інших керівників держави з питань міжнародної громадської думки і реакцію на зовнішньополітичні дії США.

Інформаційне агентство США в своєму розпорядженні має 190 відділень в 142 країнах. На службі в агентстві складаються 6300 співробітників, понад 2,5 тис. з яких найняті за кордоном для роботи в місцевих представництвах агентства. Діяльністю закордонних відділень керують 520 працівників, які відряджаються з США. Наявність власної сторінки в Інтернеті робить дані інформаційні ресурси доступними практично з будь-якої точки світу 24 години на добу.

Телебачення для американців є своєрідним ідолом, якому поклоняється країна. Саме за допомогою телебачення багато в чому формується громадська думка, сприйняття американцями навколишнього світу і події, що

відбуваються, як правило, під відповідним правильним кутом в "потрібному" ідеологічному ракурсі.

Особливим видом засобів масової інформації у США є американські інформаційні служби як "Голос Америки", "Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода", "Радіо Вільна Азія", "Близькосхідні мережі мовлення" й "Радіо та телебачення Марті", які утворюють складну систему іноземного мовлення США.

У США для підтримання стабільності політичної системи широко використовуються такі міфи: про особисту свободу й вільний особистий вибір громадян; про об'єктивність дій Конгресу, президента, ЗМІ; про егоїстичну природу людини, природну схильність до накопичення; про відсутність в американському суспільстві соціальних конфліктів та експлуатації; про споконвічну агресивність мусульманської культури [42].

Висновки до другого розділу

На відміну від США та багатьох інших країн, Кодекс етики журналістів в Україні не містить конкретних правил щодо соціальної відповідальності засобів масової інформації. Громадськість повинна впливати на засоби масової інформації та контролювати розвиток подій у розвинених країнах. Головний редактор *Frankfurter Allgemeine Zeitung* заявив, що вони багато писали про переїзд об'єднаної німецької столиці з Бонна до Берліна. Один читач писав, що преса побачила лавину на тему, на яку тиснули журналісти, щоб переїхати до столиці Берліна. Подібним чином це робиться свідомо. Журналісти дійсно скоротили кількість статей на цю тему, щоб вислухати своїх читачів та зберегти образ несправедливості. "

Західні ЗМІ критикують незалежних медіа-експертів. У *Huffington Post* є понад 60 сторінок матеріалів із ключовим словом "Огляд засобів масової інформації". Найвідоміші письменники - Джон Фрідман, Джейсон Лінкінс та Надя Девіша.

CNN щотижня проводить шоу «Надійні джерела». Основна тема шоу - аналіз американських ЗМІ. Шоу створювалося для освітлення освідлення в ЗМІ війни в Перській затоці, потім стали обговорюватися і інші теми. З 1992 по 2009 рік шоу було показано як окрема програма, але 18 січня 2009 року «Надійні джерела» стали частиною недільної політичної програми «Стан Союзу» з Джоном Кінгом. Після 2010 року шоу знову стало незалежним.

Як приклад громадського контролю в The New York Times, де є посада «громадського редактора». В даний час її працює у Маргарет Салліван, вона захищає інтереси читачів, хоча отримує зарплату як штатний співробітник.

Проект MediaMattersforAmerica також є хорошим прикладом громадського контролю над ЗМІ. Це некомерційний, неприбутковий проект, в якому використовуються прогресивні наукові інформаційні центри. Завдання проекту - комплексний моніторинг, аналіз і виправлення дезінформації в ЗМІ США. Кожен активний громадянин може приєднатися до розвитку проекту. Сайт працює над виявленням та спростуванням дезінформації в ЗМІ. Проект працює з 2004 року.

Нині складається парадоксальна ситуація: громадяни довіряють ЗМІ більше, ніж уряду та державному апарату. Так, за даними Євробарометра за 2016 рік, у середньому телебаченню довіряють 53 % осіб, радіо — 61 %, пресі — 45 %. Деяко інша ситуація в США. Там, згідно з опитуваннями, проведеними службою Harris Interactive, рейтинг довіри до телевізійних новин становить 19 %, до друкованих ЗМІ – 14 %, тоді як рейтинг довіри до Білого Дому становить 25 %. Причина полягає в тому, що американська преса у значно більшій мірі дотримується принципів соціальної відповідальності – ЗМІ виконують роль контролера влади, а не спрямовуючої сили в суспільстві[24].

Інформація завжди впливала на оновлення, зміну застарілих систем, у тому числі на політичне життя, обумовлюючи пошук нових підходів, рішень. Наприклад, під час заколоту в серпні 1991 р. у Москві Президент США Дж. Буш довго не наважувався визначити своє ставлення до нього, і лише

побачивши на екрані телевізора Б. Єльцина на танку, остаточно підтримав демократичні сили. Так невелика за обсягом, але виразна інформація відіграла неабияку роль у перебудові системи американо-радянських відносин.

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА НА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

3.1. Основні фактори ведення діяльності ЗМІ в державному управлінні.

Система засобів масової інформації незалежної України значно змінилася порівняно з радянським періодом її існування, особливо за якісною складовою.

Фінансова залежність ЗМІ від засновників чи власників, низька конкурентоспроможність у ринкових умовах, низька прибутковість та прибутковість діяльності ЗМІ визначаються чинниками, що дозволяють виникнути передумови для контролю інформаційної складової їх діяльності. Доведено, що засоби масової інформації часто розглядаються не як соціально відповідальна компанія, а як складова частина політичного капіталу чи впливу.

Маніпуляції із засобами масової інформації, їх використання для конкретних інформаційних операцій, упередження та упередження у повідомленні про суспільно-політичні події призводять до зменшення довіри громадськості до засобів масової інформації. У відносинах між державною владою та засобами масової інформації домінують недемократичні способи взаємодії, розрив між офіційною заявою про принцип свободи слова та фактичною практикою її реалізації.

Сучасна Україна має надзвичайно широку мережу ЗМІ, а їхня аудиторія зростає та стає різноманітнішою. Однак високий рівень професіоналізму та культури демократії, високий рівень політизації та надзвичайна однобічність засобів масової інформації призвели до набуття соціальних відмінностей, а не плюралізму. Рівень довіри до засобів масової інформації та телебачення залишається низьким [15, с. 38].

Згідно з опитуванням, проведеним Центром соціології Розумкова (Динаміка, 2000-2015 рр.) Щодо розвитку та оцінки довіри соціальних організацій, респонденти вважають, що засоби масової інформації є високорозвиненими (індекс розвитку 0,66), що часто виражається високою довірою (грудень 2000 р.) - 52. 3%, червень 2004 р. - 55. 1%, лютий 2008 р. - 57. 7%;).

У 2015 році на запитання: Наскільки ви довіряєте українським ЗМІ? Респонденти відповіли: я вважаю - 44,5%; Я повністю вірю - 5. 7%; Я взагалі не вірю в 17%; Але я не вірю в -26. 6. [55]

Можливо, падіння довіри до ЗМІ зумовлене підвищеними вимогами громадян до стану дотримання журналістських стандартів у матеріалах, що стосуються соціальних питань; до медійного дискурсу, який сприяє чи не сприяє зменшенню рівня конфлікту в українському суспільстві; здатність ЗМІ адекватно пояснювати кризу, її масштаби та соціальні наслідки, а також здатність ЗМІ поширювати інформацію серед цільових груп.

Характер отриманої інформації має вирішальний вплив на зміст та поширення громадської думки. 'Хто володіє інформацією, той володіє світом.', - сказав Вінстон Черчилль. Якою буде інформація - останнє, але не менш важливе, це залежить від засобів масової інформації. Тому в Україні зросла роль ЗМІ у формуванні громадської думки та вимог громадян до ЗМІ.

За різними оцінками, сьогодні національний інформаційно-культурний простір переважно наповнений продуктами неукраїнського походження. Це насамперед глобальна культурно-інформаційна експансія західних країн, особливо США, яка створює дедалі значнішу загрозу безпеці українського суспільства. Бідні розважальні фільми, бойовики, нав'язлива та інколи аморальна реклама підривають духовне та інтелектуальне здоров'я нації та сприяють знеціненню моральних та загальнолюдських цінностей культурних національних традицій. Поступовий перехід ідеалів вищих цінностей в утилітарний, прагматичний, технократичний напрямки та глобалізаційні імперативи думки впливає на формування власної національної свідомості України.

Однак, на думку експертів, на рівні державного управління триває стара політика "інформаційного володіння". Підтримується лише провладне бачення. На цьому тлі прогресивні процеси інформаційного розвитку стримуються або гальмуються. Українська держава брала на себе зобов'язання з реалізації європейських та світових медіа-трендів: захищати права людини

та свободу слова в Інтернеті, боротися з "мовою ненависті" та інформаційною агресією, сприяти розвиткові нових конвергентних (злитих, поєднаних) медіа, поширювати медіа-грамотність від малої дитини до літньої людини, ухвалити сучасне мультимедійне законодавство, завершити створення системи суспільного мовлення, запроваджувати цифрове мовлення, сприяти саморегулюванню в медіа сфері. З цих напрямів реалізовано лише декілька.

Інформаційна безпека та інформаційна пропаганда були на першому місці. Була створена військова інформаційна система зони бойових дій, і почала формуватися робоча система бойового прес-аташе. Але це все елементи, і немає системи і системи. Нарешті, було запущено та запущено суспільне мовлення (глядачі тепер розуміють його відмінність у вартості від інших каналів), затверджено законодавство про прозорість власності на ЗМІ, Міністерство інформації створило широкі рекламні кампанії та інформацію (про волонтерів, бійців АТО та Крим - наші), 3G. Розвиток суспільного мовлення сповільнюється.

На зруйнованому війною сході країни досі немає українського телебачення і радіо. Переважають російські мовники: щодня транслюється 10 російських каналів новин і 30 розважальних телеканалів. Відсутня координаційна робота експертів щодо впливу та розвитку нових конвергентних ЗМІ. Це один з найважливіших аспектів інформаційної революції та суспільства майбутнього. Нове законодавство про телерадіомовлення не затверджено. Потрібно розробити та прийняти Інформаційний кодекс України, який чітко визначатиме коло суб'єктів інформаційних відносин, враховуватиме їх права та законні інтереси, передбачатиме підходи та принципи, загальні для регулювання відносин в інформаційному просторі, та визначатиме низку термінів в інформаційній сфері. з питань інформаційної війни.

Прозорість державної діяльності є необхідною умовою демократизації соціальних процесів, а ретельна увага ЗМІ до їх роботи відіграє позитивну

роль, але, на думку дослідників, певні характеристики даних ЗМІ свідчать про упередженість ЗМІ.

Тому встановлено, що подання даних про діяльність органів державного управління характеризується такими характеристиками:

- полемічність, конфліктність. Під час висвітлення будь-якої теми мас-медіа пропонують іноді декілька кардинально протилежних точок зору. З одного боку, вказана особливість призводить до недовіри, цинізму відносно проблеми, що висвітлюється. З іншої – розвиває здатність критичного мислення у населення та свідчить про активне формування громадського суспільства;
- тенденційність, сенсаційність. ЗМІ прагнуть приділяти найбільшу увагу тим проблемам, які можуть зацікавити найбільшу кількість населення і вирішення яких пов'язано із найбільшими складнощами. Традиційно найбільшу увагу ЗМІ привертають вбивства, катастрофи й стихійні лиха, причому чим трагічнішими є обставини події, тим більше вони висвітлюються;
- ненадійність і непрофесіоналізм.

Відносини між ЗМІ та владою чітко свідчать про подвійну природу ЗМІ як державної установи, з одного боку, та комерційного підприємства, з іншого. Як юридична особа, усі засоби масової інформації обкладаються податками, митами, трудовим законодавством, ліцензуванням певної діяльності та іншими правовими та економічними відносинами. Крім того, вона може брати участь у тендерах на розподіл частот, отримання державних замовлень на певні товари тощо.

Держава також має важливий важіль у галузі встановлення поштових тарифів, плати за користування ретрансляційними станціями та іншими засобами та мережами зв'язку, які мають вирішальне значення для належного функціонування засобів масової інформації.

Це дає державним органам можливість використовувати низку економічних інструментів для блокування або обмеження роботи ЗМІ,

коригування їх інформаційної політики, створення фінансових бар'єрів чи інших серйозних перешкод для появи нових ЗМІ. Ці інструменти можуть бути використані як на користь самої держави, так і окремих зацікавлених сторін, які впливають на прийняття урядових рішень.

Це, як правило, не відрізняє ЗМІ від інших юридичних осіб, які можуть зазнати подібних домагань. Однак, враховуючи роль засобів масової інформації як важливого соціального інституту, громадські та політичні сили, особливо в суспільствах з перехідною демократією, прагнуть забезпечити додаткові механізми захисту засобів масової інформації від економічного впливу в їх поточній діяльності загалом та під час виборів зокрема. Результатом цієї діяльності під час останніх виборчих кампаній в Україні стали накази вищих органів виконавчої влади не перевіряти засоби масової інформації фіскальними та правоохоронними органами під час виборів. Незважаючи на безсумнівні практичні переваги цього та інших подібних заходів щодо встановлення демократичних стандартів та підвищення незалежності ЗМІ, слід визнати, що вони є дискримінаційними порівняно з іншими комерційними структурами. Отже, обмеження права держави втручатися в роботу засобів масової інформації має відбуватися паралельно із загальною лібералізацією та конкретизацією законодавства та правозастосовчої практики стосовно всіх суб'єктів господарювання.

Незважаючи на заклики деяких політиків та представників засобів масової інформації щодо необхідності надання певних гарантій соціального та пенсійного захисту працівників засобів масової інформації усіх форм власності, вищезазначений принцип рівності повинен застосовуватися і в цій галузі. Важливішими факторами економічного захисту засобів масової інформації повинні бути обмеження кількості позовів проти засобів масової інформації, захист від нападів, незаконне заволодіння приміщеннями та іншим майном, вилучення тиражу тощо. На сьогоднішній день Україна запровадила досить ефективний механізм прив'язки ставки державного мита від прокурорів до суми позовів, що загалом усунуло проблему надмірних судових

штрафів із засобів масової інформації. Однак щодо інших проблем вони в даний час вирішені недостатньо. Крім того, останнім часом зростає виселення деяких видавців та інших ЗМІ місцевими органами виконавчої влади, загроза закриття ЗМІ деякими чиновниками, що створює небезпечні прецеденти та може загрожувати існуванню багатьох регіональних та центральних ЗМІ.

Сучасна ситуація вимагає, щоб державні органи були відкритими, публічними та доступними для місцевих та регіональних журналістів щодо політики, програм та дій органів місцевого самоврядування, державних установ та посадових осіб. Це пов'язано з багатьма законами, прийнятими під час становлення України як незалежної демократичної держави. Але проблема в тому, що чиновники, часом ненавмисно, не поважають ці закони, відмовляються давати журналістам необмежену інформацію, негативно впливають на публічність державних чиновників. Зокрема, багато проблем доступу до інформації виникають, коли мова йде про висвітлення екстремальних подій, катастроф, аварій. Земельні питання та використання фінансових ресурсів ще більше закриті для ЗМІ. Існує багато проблем при спробі отримати повну інформацію від судової влади. Громадяни, не маючи достовірної інформації, по-своєму трактують важливі для країни проблеми. Домагання ЗМІ з боку різних рівнів влади призвели до закриття літератури, радіо та телебачення та влаштування багатьох журналістів. Актів жорстокого втручання засновників у процес написання не бракує, і тих, хто не прислухається до "порад", також звільняють. Переслідування та переслідування журналістів відбуваються у всіх куточках України.

Найяскравіший приклад - конфлікт у центрі Городищенського району Черкаської області, який вибухнув у липні 2010 року, коли працівники районної газети «Вісник Городищини» після зустрічі з головою райдержадміністрації, який грубо та некомпетентно поспілкувався з редакцією. Іншим рекомендованим методом тиску з боку ЗМІ є упереджені перевірки, де податкові органи, пожежники та інші інспектори раптово виявляють "інтерес". Ролі різних установ та засобів масової інформації та різні

погляди на одну і ту ж подію можуть відрізнятись, що може призвести до напруженості у відносинах. Однак навіть коли йдеться про суто трудові відносини, влада не завжди задоволена поведінкою журналістів: «Чому вони надувають слонову муху?», «Чому вони спотворюють те, що я сказав? », " Чому вони виймають деякі речення з контексту? "- ці питання можуть почути представники уряду.

Неможливо заперечити існування політичної цензури в Україні, яка здійснюється різними методами: або усними розпорядженнями, або інформаційними документами, виданими відповідними органами. Ми не повинні мовчати про цинічну форму політичної цензури - «невидиму руку», де немає конкретного заборонного документа, але всі розуміють, що це, цензура, працює. "Невидима рука" цензури чітко визначає "добрі" і "погані" публікації авторитетних і дискредитованих політиків. Про важливі для України факти часто не повідомляють національний канал або великі телерадіокомпанії, а також газети, а інформація про подію, яка резонує в регіоні, не згадується. І якщо опозиційна газета буквально повідомляє про інцидент, це викликає серйозні занепокоєння з боку влади.

Звичайно, бути предметом похвали та критики - це не одне і те ж. Звідси - заперечення інформації для ЗМІ та вимоги до їх керівників щодо того, про що і про кого і як повідомляти, а також заборона критики.

Виготовлені на замовлення матеріали («джинси») стали звичною практикою у ЗМІ. Це одне з найпоширеніших захворювань медіа. І це не секрет для політиків, влади. Тоді чому процес не зупиняється? Чому кандидати в народні депутати не відмовляються від незаконних та неетичних методів агітації? Важливим фактором є те, що у журналістів часто навіть немає гідного житла, і коли вони отримують певні сумнівні пропозиції, вони можуть їх прийняти. Саме економічна залежність штовхає публікацію в обійми державних чиновників або магнатів, які цікавляться засобами масової інформації як засобом впливу на суспільство та адвокацією прийняття рішень. Це неетично, але, можливо, на державному рівні слід також враховувати

повагу до працівників засобів масової інформації, зарплата яких явно незадовільна. Це важлива соціальна проблема.

Іноземні ЗМІ також впливають на державне управління в Україні, що є не лише негативним, але і позитивним. До позитивних факторів такого впливу належать: 1) зарубіжні засоби масової інформації стимулюють конкуренцію в інформаційно-телекомунікаційній сфері та дозволяють жителям країни дізнатись про ширший спектр думок та поглядів, ніж ті, що представлені вітчизняними ЗМІ;

2) рівень корупції, як правило, нижчий у країнах із вільною пресою. У країнах, де іноземні ЗМІ можуть вільно працювати, органи державної влади менш корумповані;

3) іноземні ЗМІ мають більшу свободу інформації, оскільки вони менш сприйнятливі до внутрішньополітичного тиску, особливо з боку державних органів влади чи політичних сил при владі; 4) іноземна точка зору, яка ретранслюється через іноземні ЗМІ, може стати важливим стримуючим фактором для певних радикальних кроків у реалізації державної політики; 5) завдяки трансляції в іноземних ЗМІ населення країни має можливість ознайомитись з інформацією у тому вигляді, в якому вона представлена в інших країнах, а не відфільтрована вітчизняними ЗМІ.

При цьому позитивні аспекти впливу, який здійснюють іноземні засоби масової інформації на державну політику, можна простежити не лише у країнах, які перебувають на шляху розбудови демократичних інститутів, а й у державах усталеної демократії. Так, перед війною в Іраку багато громадян США виявили, що єдиними надійними джерелами інформації були британська медійна корпорація "BBC" та британське ділове видання "Financial Times", тоді як американські засоби масової інформації були не спроможні давати об'єктивну та неупереджену інформацію про події в Іраку [3, с. 148].

Отже, засоби масової інформації мають досить вагомий іноземний вплив на державну політику, у зв'язку з чим більшість країн різною мірою обмежує діяльність іноземних медіа на своїй території. Водночас цілковита заборона

діяльності іноземних засобів масової інформації є не зовсім обґрунтованою та порушує основоположне право людини на свободу думки та слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Тому правильним є підхід щодо конституційно-правового регулювання здійснення іноземного впливу на державну політику через засоби масової інформації, за якого діяльність іноземних ЗМІ в національному мовному просторі обмежується, утім повністю не забороняється.

3.2. Напрями посилення роботи ЗМІ як інституту громадянського.

Україна офіційно заявила про свою активну участь у процесі європейської інтеграції та приєднання до найкращих прикладів європейського досвіду у ключових сферах соціального, політичного, соціально-економічного та культурного життя. Поглиблення відносин України з Європейським Союзом, широка громадська підтримка політики європейської інтеграції України та її ефективність значною мірою визначаються діяльністю засобів масової інформації.

Як країна, яка не має досвіду проведення стратегічно важливих інформаційних кампаній, особливо європейських інтеграційних кампаній, наші країни мають великий досвід в Україні завдяки своєму географічному розташуванню, спільній історії, подібному мисленню, культурі та міжнародним відносинам.

Таким чином, зважаючи на відмінності у статусі поліції, було перераховано низку інформаційних груп: політики, державні службовці, представники місцевого самоврядування, журналісти, бізнесмени, фермери, вчителі та молодь. Існує також чотири основні групи отримувачів: групи, що впливають на формування громадської думки (політики, журналісти, вчителі, пастори, церковні лідери, керівники громад та професійних груп); власники малого та середнього бізнесу; фермери; молодших школярів [4].

Визнаючи можливості засобів масової інформації та намагаючись збільшити їх можливості, уряд прийняв ефективну стратегію підтримки та заохочення журналістів до участі в кампанії з підвищення обізнаності громадськості. Підтримка інформаційної діяльності з питань засобів масової інформації з боку влади була продемонстрована шляхом надання фінансової допомоги на виробництво, надання обладнання для журналістів для координації, навчання та допомоги у подорожах журналістів до країн ЄС, сприяти участі польських журналістів в офіційних зустрічах з чиновниками. питання європейської інтеграції [4].

Уряд провів багато відкритих конкурсів у ЗМІ для співфінансування проектів, пов'язаних з розповсюдженням інформації про європейську інтеграцію та ЄС. Таким чином, під час конкурсів у 2002 році 44 гранти були розподілені серед польських ЗМІ на різних рівнях. У 2003 році 78 проектів (420 поданих) отримали фінансування у розмірі 2,9 млн. Злотих, з них 1,2 млн. Злотих - на реалізацію телевізійних проектів. Конкурси грантів були дуже популярними серед ЗМІ і були добре сприйняті журналістами, кількість поданих проектів значно перевищила прогнози уряду та фінансові можливості в рамках Програми громадської інформації з питань європейської інтеграції.

Незважаючи на те, що під час інформаційних кампаній на різних етапах процесу європейської інтеграції (переговори, підготовка до вступу, референдум) були внесені корективи з урахуванням попередніх помилок та посилена роль засобів масової інформації, зокрема телебачення як найбільш бажаних джерел. інформації. державні службовці визнали недостатню співпрацю уряду зі ЗМІ. Представники засобів масової інформації часто критикували інформаційну політику уряду, відзначаючи труднощі з отриманням чіткої та достовірної інформації. Крім того, інформація про європейську інтеграцію та ЄС, на думку журналістів, не є привабливою та цікавою для громадськості.

У сучасному світі найголовніше - максимально використати телебачення, яке є найбільш потрібним джерелом інформації.

Світовий досвід свідчить, що засоби масової інформації зіграли важливу роль в об'єднанні націй у потужні держави, що призвело до появи нового типу спільноти, незалежно від відстані. Були об'єднані спільним інтересом до інформації. Шляхом налагодження громадського діалогу ЗМІ сприяють формуванню та зміцненню національної соціальної свідомості, користуючись кожною можливістю швидко передавати загальноприйняті символи та цінності на національному рівні. Інформація передає політичну, соціальну, економічну, ідеологічну, історичну, етнічну та іншу необхідну інформацію через комунікаційні мережі. Відповідна система інтелектуальних цінностей формується у суспільстві шляхом поширення змісту та пропаганди таких понять, як "демократія", "громадянське суспільство", "верховенство права" та "національна ідея" через засоби масової інформації. створити політичну націю та незалежну державу.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та лібералізація ринку змушують зосередитися на європейському масштабі, беручи до уваги регулювання медіа-сектору Європейським Союзом та Радою Європи. Європа.

Тому політика та правила ЄС щодо ЗМІ, особливо аудіовізуальні ЗМІ, мають великий вплив на норми держав-членів ЄС. Рада Європи та Європейський суд з прав людини встановили європейські стандарти щодо основних прав, які часто входять до трудового законодавства Європейського суду.

Слід зазначити, що важливим аспектом впливу засобів масової інформації на прийняття рішень є поширення громадської думки та волі. В умовах демократії ЗМІ, особливо у випадках порушення прав і свобод громадян, повертаються. За їх допомогою можна досягти "лобі" громадян, особливо в Україні, шляхом страйків, що висвітлюються у ЗМІ.

Також вплив мас-медіа на прийняття управлінських та політичних рішень органами публічної влади відбувається через створення прецеденту в інформаційному просторі, що часто змушує владу вдаватися до конкретних дій. В українських реаліях вплив вітчизняних ЗМІ на діяльність влади не є

досить ефективним, а подекуди і зовсім відсутній. Це пов'язано з багатьма як об'єктивними так і суб'єктивними факторами.

Одними з головних факторів - це існування в Україні державних та комунальних друкованих мас-медіа (засновниками або співзасновниками яких є органи державної влади та органи місцевого самоврядування) та приватизація і утримання багатьох ЗМІ державними службовцями, посадовими особами місцевого самоврядування, політичними діячами, партіями та олігархами, які мають свої інтереси в політичному просторі країни.

Поступ України визначений інтеграцією в європейські та євроатлантичні структури, тож виникає необхідність приведення інституційної та змістовної складових вітчизняної політики у відповідність до сповідуваних міжнародним співтовариством ідеалів і цінностей. У цьому контексті незалежні та об'єктивні у своїй інформаційній політиці медіа, поряд з іншими структурами громадянського суспільства, виступають одним із чинників забезпечення стабільності політичної системи та незмінності демократичних форм суспільно-політичної діяльності. Аналіз державної політики у сфері медіа і поточна ситуація в медіа-секторі свідчать, що вказані принципи належним чином не сприймаються представниками державної влади та не втілюються у реальне життя.

У сучасних демократичних країнах ЗМІ є одним з головних посередників у процесі обговорення важливих урядових рішень. Рівень довіри громадськості до державних установ залежить від висвітлення їх діяльності в ЗМІ. Прагнучи впровадити європейські стандарти демократичного управління, Україна прагне забезпечити безперешкодний доступ до інформації та дотримання принципу свободи слова. Тому важливим напрямком державної інформаційної політики України має стати ефективна взаємодія органів державної влади (ЗВТ) із ЗМІ, створення сприятливих умов для їх розвитку та професійної діяльності.

Висновки до третього розділу

Пріоритетним завданням державної інформаційної політики у зв'язку зі збільшенням впливу засобів масової інформації на формування національної свідомості має стати вдосконалення законодавчої та нормативної бази, що регулює відносини в інформаційній сфері, розробка та прийняття Інформаційного кодексу України. Держава за допомогою системи відповідних нормативно-правових важелів зможе забезпечити придушення зовнішніх інформаційних впливів, мінімізувати процеси русифікації, американізації українського інформаційного простору; захищати духовне, культурне, моральне та психологічне здоров'я українського суспільства в інтересах національних інтересів. Розробка ефективної системи контролю за дотриманням закордонного ЗМІ мовного та інформаційного законодавства сприятиме забезпеченню інформаційної безпеки держави.

Доцільно перереєструвати всі засоби масової інформації, що діють у суспільстві, заборонити тих, хто проводить антиукраїнську політику, підірвати духовність української нації та безпеку української держави та розпалити етнічну ворожнечу. Державні органи повинні посилити контроль за дотриманням положень чинного законодавства про мовний режим ЗМІ та національну квоту на продукцію на телебаченні та в кінотеатрах.

Для забезпечення державного статусу української мови, її повноцінного функціонування в інформаційно-комунікаційному просторі України держава повинна проводити активну протекціоністську політику щодо засобів масової інформації українською мовою, в тому числі шляхом використання преференційних механізмів оподаткування.

Важливо забезпечити національно-державний зміст телевізійного та радіопростору по всій Україні, і особливо запровадження суспільного мовлення, вдосконалення законодавчої бази, що регулює його діяльність, а також програми, спрямовані на створення у громадян української держави мислення, національної свідомості, почуття патріотизму, утвердження громадянського порозуміння та гармонії, утвердження української мови та

культури. Держава повинна надавати фінансову підтримку в засобах масової інформації всім українським освітнім, культурним, науковим та іншим програмам, спрямованим на зміцнення української національної свідомості.

Прискорення процесу приватизації державних та муніципальних ЗМІ, на які припадає значна частка медіа-ринку, допоможе зменшити їх залежність від структур управління та певних політичних сил, представлених у них. Розробка та впровадження ефективних протекціоністських механізмів, спрямованих на сприяння виробництву вітчизняних засобів масової інформації, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, збільшенню присутності України в європейському та світовому інформаційному просторі.

ВИСНОВКИ

Аналізуючи та досліджуючи тему відповідно до поставлених завдань, були отримані наступні висновки:

1) Аналіз фундаментальних наукових підходів засобів масової інформації як інституту громадянського суспільства. ЗМІ займають особливе місце в системі інститутів громадянського суспільства. Інформуючи про події у світі та в країні, про політичне та громадське життя, вони впливають на думку людей, формування громадської думки, що є важливим інститутом демократичної системи управління та особливістю функціонуючої "сфери відкритості". Роль преси, радіо та телебачення має бути засобом плюралізму поглядів, думок, орієнтацій та джерелом всебічної інформації, яка може реально впливати на громадську думку та, де це необхідно, збалансувати її з

іншими інститутами громадянського суспільства для запобігання можливим зловживанням владою.

ЗМІ формують "ідеологічні, політичні, економічні та інші погляди, думки, знання і оцінки, що впливають на побут, дозвілля, культуру, поведінку і на всі сфери життя людей.

2) Узагальнено основні механізми впливу засобів масової інформації на органи публічної влади.

Відповідно до класифікації американського політолога і соціолога Г. Лассвелла, з якими ми хотіли б погодитись, це шість механізмів із замкнутим циклом у процесі прийняття рішень.

1. Пошук проблеми та дослідження інформації про неї. Очевидно, що засоби масової інформації часто є джерелом інформації про витoki та сутність проблеми. Все частіше політичні конфлікти звертаються до ЗМІ, тому часто в них можна знайти першопричину та характеристики проблеми.

2. Складіть рекомендації - знайдіть альтернативні шляхи вирішення проблеми. Коментарі експертів, до яких звертаються журналісти, часто можуть бути корисними політикам³. Вибір найкращої альтернативи. На цьому етапі демонстрація громадської думки з певної теми може зіграти важливу роль у оголошенні опитувань громадської думки в засобах масової інформації, проведенні круглих столів та публічних дебатів за участю засобів масової інформації.

4. Попереднє переконання у правильності рішення. Політичні рішення та їх ефективність часто безпосередньо залежать від громадської думки. Політичні опоненти часто не можуть вести переговори, переносючи діалог в інформаційний простір для з'ясування громадської думки.

5. Оцінка ефективності рішення. В даний час посилюється роль внутрішніх суб'єктів - експертів та інших осіб, які беруть участь у прийнятті рішень, прийнятті рішень та аналізі (ЗМІ виступають платформою для висловлення думок експертів).

6. Оновіть, уточніть або змініть рішення. Цей крок також сильно залежить від зовнішніх факторів, особливо думки, висловленої в ЗМІ щодо рішення. Зрозуміло, що якість рішення, прийнятого на кожному етапі, значною мірою залежатиме від об'єктивності та неупередженості засобів масової інформації.

3) Нами був проаналізований зарубіжний і вітчизняний досвід і встановлений взаємозв'язок ЗМІ і органів публічної влади.

Який можна окреслити термінами, зокрема: "взаємодія", "використання допомоги ЗМІ", "використання ЗМІ", "участь ЗМІ" тощо. Кожен із цих термінів можна розтлумачити таким чином.

"Взаємодія" – це взаємний зв'язок між владою та медіа, їхній взаємний вплив, який призводить до зміни статусу.

"Використання ЗМІ" – це застосування мас-медіа із користю для себе, з метою отримання іміджевих переваг та дивідендів, отримання допомоги від ЗМІ без будь-якої елементарної взаємної віддачі.

"Участь ЗМІ" – це абстрактна форма співробітництва, за якої будь-які дії виконуються разом, спільно. Саме тому, на наше переконання, для визначення взаємин мас-медіа та органів державної влади найбільш доцільно вживати термін "взаємодія"; йдеться про те, що саме цей термін характеризує спільну діяльність, що полягає у взаємному зацікавленні в результатах подібної взаємодії.

Але для суб'єкта цих відносин - органів державної влади - інший термін - "використання засобів масової інформації".

Світова наука дійшла висновку, що в постіндустріальних країнах вирішальним економічним ресурсом є наявність знань та володіння інформацією, тоді як роль фінансів та прямий державний примус втрачають своє значення. На думку дослідників, державні, адміністративні та інші примусові сили поступово перетворюються на інформаційний та психологічний тиск.

4) Визначено основні фактори здійснення діяльності ЗМІ в державному управлінні.

Фінансова залежність ЗМІ від їх засновників або власників, погана конкурентоспроможність у ринкових умовах, низька прибутковість та прибутковість медіа-бізнесу визначаються факторами, що дозволяють виникнути приміщення для контролю інформаційної складової їх діяльності. Доведено, що засоби масової інформації часто розглядаються не як соціально відповідальний бізнес, а як складова політичного капіталу чи впливу.

На рівні державного управління триває стара політика "інформаційного володіння". Підтримується лише провладне бачення. На цьому тлі прогресивні процеси інформаційного розвитку стримуються або гальмуються. Українська держава брала на себе зобов'язання з реалізації європейських та світових медіа-трендів: захищати права людини та свободу слова в Інтернеті, боротися з "мовою ненависті" та інформаційною агресією, сприяти розвиткові нових конвергентних (злитих, поєднаних) медіа, поширювати медіа-грамотність від малої дитини до літньої людини, ухвалити сучасне мультимедійне законодавство, завершити створення системи суспільного мовлення, запроваджувати цифрове мовлення, сприяти саморегулюванню в медіа сфері. З цих напрямів реалізовано лише декілька.

5) Визначили перспективні підходи щодо посилення роботи ЗМІ як інституту громадянського суспільства.

Невід'ємними складовими стабільності відносин між урядом та інститутами громадянського суспільства є вдосконалення законодавчої бази, відкритість та прозорість державних установ та врахування громадської думки при використанні нових програм. Форми та технології зв'язків з громадськістю, участь громадян у муніципальних та регіональних соціальних програмах.

Основним пріоритетом державної політики у сфері засобів масової інформації має бути дотримання демократичних правил гри на медіа-ринку, чітке визначення критеріїв взаємовідносин між владою та ЗМІ. Запровадити

постійні механізми громадського контролю за прозорістю процесу прийняття рішень. Тільки тоді можна говорити про ефективність державної медіа-політики, соціально-політичний прогрес, європейські інтеграційні прагнення України.

Що стосується впливу громадськості на прийняття політичних рішень, особливо через засоби масової інформації, то останнім часом в Україні він дещо ослаб. Політична активність населення падає через неефективність політичних рішень та діяльність політичної еліти загалом. Ось чому певні політичні кола іноді проявляють ініціативу, виступаючи від імені людей у боротьбі проти своїх політичних опонентів. Однак це не має нічого спільного з волевиявленням людей та реалізацією ініціатив громадянського суспільства через засоби масової інформації.

Особливості сучасного українського медіа-ринку полягають у тому, що основна увага зосереджується не на продажу новин, а на забезпеченні впливу інформації на державні та політичні процеси. На сучасному етапі українські ЗМІ стикаються з аспектом свободи, де адміністративний тиск замінено корупцією та продажем ефірного часу на радіо чи телебаченні. Це насправді призвело до обмеження свободи вираження поглядів. Українські ЗМІ та журналісти не були готові до цього явища. Одним із способів підвищення рівня громадського впливу на ЗМІ може стати забезпечення прозорості інформації про певних власників ЗМІ. Конфіденційна інформація про власника дозволяє йому тим чи іншим чином впливати на редакційну політику ЗМІ, маніпулюючи нею.

Маючи достовірну інформацію про власника ЗМІ, цілком ймовірно, що компанія зможе сприймати інформацію більш ретельно.

Відносини між ЗМІ та владою чітко свідчать про подвійну природу ЗМІ як державної установи, з одного боку, та комерційного підприємства, з іншого.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Communications Act of 1934 // Public Law. – № 416. – June 19, 1934. [73-d Congress. – Session II]. – S. 3285.
2. Il filosofo francese siamo il paese della laicità' ma in questo caso anche quello della vigliaccheria glucksmann: le caricature su tutti i giornali // La Stampa." 2006." February 3." Pg. 3
3. Information and Public Choice. From Media Markets to Policy Making / Ed. by Roumeen Islam. – Washington, D.C.: World Bank Publications, 2018. – 231 p.

4. Integracja Polski z Unią Europejską. Program Informowania Społeczeństwa// Monitor Integracji Europejskiej. - Warszawa, 1999. - № 25.
5. Janowitz M. The Study of Mass Communication E International Encyclopedia of the Social Sciences. Vol. 3. N. Y.: Macmillan and Free Press, 1968.
6. Lasswell, H The Decision Process: Seven Categories of Functional Analysis / H. Lasswell. – College Park, Md.: University of Maryland Press, 1956.
7. Siebert F. S., Peterson T., Schramm W. Four Theories of the Press: The Authoritarian, Litertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do University of Illinois Press, 1956. " 153 p.
8. Thompson J. B. Ideology and Mass Culture. Oxford: Oxford University Press, 1990. – 92pp.
9. Абизов, В. Є. Політичне рішення: механізм прийняття / В. Є. Абизов, В. Г. Кремень. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/book/Abizob/index.htm>.
10. Аверьянов Ю. И. Политология : энцикл. словарь / [общ. ред. и сост. Ю. И. Аверьянов]. - М. : Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. - 431 с
11. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Е. Бойд.: К., 2007. — С.41.
12. Бурдьє, П. О телевидении / Пьер Бурдьє. – М., 2002.
13. Ващенко К. О. Політологія для вчителя : навч. посіб. для студ. пед. ВНЗ / К. О. Ващенко, В. О. Корнієнко. - К. : Вид-во ім. М. П. Драгоманова, 2018. - 406 с.
14. Влада — громадянське суспільство: системний збір. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/internal/vlada-gromadyanske-suspilstvo-sistemniy-zbiy-_.html – Назва з титул.екрану.
15. Войтенко Т. О., Гончарук О. С., Привалов Ю. О. Громадянське суспільство в Україні: аналіз соціального конструювання. Наукова збірка. / Відп. ред.: Ю. Саєнко – К.: Стилос, 2019. – 368 с.

16. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянського суспільства / Юрген Габермас ; [пер. з нім.]. - Львів : Літопис, 2000. - 318 с
17. Галаджун З.В. Правові норми журналістики України : Навч. посібник / З.В. Галаджун. – Львів: СПОЛОМ, 2019. – 190 с.
18. Говоріть, вас слухають (наук.-поп. програма): Переклад укр. студ. "Пілот") // CNN, NBC, ABC, BBC, RTL-4 та ін. – 2001. – Ч. 1.
19. Гриценко О., Шкляр. В. Суспільство та інформація: світовий контекст – К.:, 2002.
20. Громадянський журналіст – яка зона відповідальності? [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/gromadyanskiy_zhurnalist_yaka_zona_vidpovidalnosti/ – Назва з титул. екрану.
21. Декларація про свободу комунікацій в Інтернеті. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://medialaw.org.ua/library/deklaratsiya-pro-svobodu-komunikatsij-v-internet>
22. Джиґа Т. В. Сучасний стан та основні проблеми взаємодії органів державної влади України із засобами масової інформації / Т. В. Джиґа // Електронне урядування. – 2019. – № 1. – с. 97-104
23. Драгомирецька Н. М. Громадянська відповідальність як віддзеркалення розвитку громадянського суспільства / Н.М. Драгомирецька, І.В. Матвеєнко // Вісн. НАДУ при Презид. України. – 2019. - №1. – С. 257 – 268.
24. Евробарометр [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm " Загол. з екрана.
25. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657- XII // Голос України. – 1992. – 13 листопада.
26. ЗМІ та культура демократії / Рекомендація 1407 (1999) / Рада Європи. Парламентська асамблея

27. Індикатори положення ЗМІ в умовах демократії : Резолюція Парламентської асамблеї Ради Європи. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.coe.int/T/r/Parliamentary_Assembly/%5_documents%5D/%5B2008%5D/%5BNov2008%5D/Res1636_rus.asp
28. Інформаційне законодавство: Збірник законодавчих актів: У 6-ти тт. / за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа. – Т. 5. Міжнародноправові акти в інформаційній сфері. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2015. – 328 с
29. Інформування громадськості та співпраця зі ЗМІ: Метод. посіб. для фахівців системи соціального захисту населення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mlsp.kmu.gov.ua/>
30. Канченко А. В. Вплив засобів масової інформації на прийняття політичних рішень [Електронний ресурс] / А. В. Канченко. – Режим доступу: http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/SpPrior_13/6.pdf.
31. Кін Джон. Мас-медіа і демократія / Кін Джон. - Пер. з англ. Олександр Гриценко, Надія Гончаренко. — К. : К.І.С., 1999. — С.96.
32. Колодій А.Ф. На шляху до громадянського суспільства./ Колодій А.Ф.– Львів: Червона Калина, 2018. –276 с.
33. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року. – Харків.: Парус, 2005. – 55 с.
34. Корнієнко В.І. Особливості кадрової роботи в органах соціального захисту населення (на прикладі Сумської області) // Теорія та практика державного управління: Зб. наук. пр. – Вип. 2 (14). – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”. – 2019. – С. 347 – 351.
35. Корольчук Ю. Громадянське суспільство: між конфліктом і консенсусом (крізь призму комунікативної філософії) / Корольчук Ю./ "І". - 2001. - № 21 . - С. 131-152
36. Костирев А. Г. Роль засобів масової інформації в процесі демократичного розвитку суспільства : автореф. дис ... канд. політ. наук: 23.00.02. – Київ : Б.В., 2003. – 17 с.

- 37.Лашкіна М. Г. Взаємовідносини влади і ЗМІ: нові виклики часу. // Актуальні проблеми державного управління на новому етапі державотворення: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. Участю. /за заг. ред. В. І. Лугового, В. М. Князева – Київ, 31 трав. 2018 р. : у 2 т. /.-
- 38.Медиаграмотность в мире цифровых технологий : Резолюция Европарламента от 16.12.08 г. (2008/2129(INI)). [Електронний ресурс] – Режим доступа : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN>
- 39.МИД России называет показ интервью с Шамилем Басаевым информационной поддержкой террористов [Електронний ресурс] – Режим доступа : [http://www.svoboda.org/ll/polit/0205/.](http://www.svoboda.org/ll/polit/0205/)" Загол. зекрана.
- 40.Михайлов А. І. Про інформаційні війни в сучасному світі та нинішніх власників українських медіа / А. І. Михайлов // Інформаційна безпека: регіональний вимір : зб. навч.-метод. матеріалів за доп. на семінарі.
- 41.Наумкина С. Социально-политическая эффективность управленческой деятельности. / Наумкина С., Пилипенко В., Привалов Ю. – К.: Стилос, 1999. – 141 с.
- 42.Нестерович В.Ф. (2019). Іноземне мовлення США у системі американської публічної дипломатії. Віче. № 7-8. с. 32–36.
- 43.Почепцов Г. Символы в политической рекламе / Г. Почепцов. – К. : Принт Сервис, 1997. – 332 с.
- 44.Приступенко, Т.О. Журналістська етика і вибори [Електронний ресурс].- Режим доступу:<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article>
- 45.Про доступ до публічної інформації : Проект Закону України № 2763 від 11 лип. 2008 р. / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=33015
- 46.Про захист професійної діяльності журналістів : Проект Закону України № 2763 від 11 лип. 2008 р. / Верховна Рада України [Електронний

- ресурс]. - Режим доступу :
http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=32789
- 47.Про парламенти й ЗМІ / Резолюція 1142 (1997) / Рада Європи.
 Парламентська асамблея
- 48.Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні: загальні тенденції, регіональні особливості : аналіт. доп. – К.: НІСД, 2014. – 78 с.
 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/grom_susp-bdf01.pdf . – Назва з титул. екрану.
- 49.Пугачев, В. П. Введение в политологию / В. П. Пугачев, А. И. Соловьев.
 – М., 2000. – 378 с.
- 50.Рекомендації парламентських слухань на тему “Стан свободи слова в регіональних засобах масової інформації” від 2 груд. 2019. - Б.м., б.р
- 51.Свобода вираження поглядів у ЗМІ в Європі / Рекомендація 1589 (2003)
 / Рада Європи. Парламентська асамблея
- 52.Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління.
 – К., 2001.
- 53.Словарь по правам человека. Легитимность (Legitimacy) [Електронний ресурс] – Режим доступа :
<http://www.biometrica.tomsk.ru/ftp/dict/encyclo/11/legitim.htm>." Загол. з екрана.
- 54.Соснін О. Інформаційно-комунікативна компетентність громадянина в процесах формування громадянського суспільства / Олександр Соснін // Віче. – 2019. – № 20. – С. 22 – 26.
- 55.Соціологічне опитування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=1030. – Назва з титул.екрану.
- 56.Турунок, С. Г. Интернет и политический процесс / Общественные науки и современность. – 2001. – № 2. – С. 51–63.

- 57.У США інтернет-журналістика визнана юридично // За матеріалами WashingtonProFile. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sibnet.tn>.
- 58.Шкляр, В. І. Формування моделі «влада–преса–суспільство» [Електронний ресурс] / В. І. Шкляр. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1365>.
- 59.*Ю Ли Куан*. Из третьего мира в первый: История Сингапура (1965-2000) / Ли Куан Ю; Перев. с англ. А. Боня. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 576 с.
- 60.Юзвишин И. И. Основы информациологии / И.И. Юзвишин. - М. : Высш. шк., 2018. - 516 с.