

## **ВЗАЄМОВПЛИВ ЗМІН В АРХІТЕКТОНІЦІ ЗМІ ТА ГРОМАДЯНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ В УКРАЇНІ**

**Чорний О. О.**

*кандидат філософських наук,  
науковий співробітник*

*Інституту політичних і етнонаціональних досліджень  
імені І. Ф. Кураса Національної академії наук України  
м. Київ, Україна*

Через широкомасштабне вторгнення російських військ в Україну у лютому 2022 р. і переходу країни на воєнний стан внутрішні політичні процеси, які до цього відрізнялися бурхливістю та інколи непередбачуваністю, майже призупинилися. Втім, після перемоги над зовнішнім ворогом країну чекатиме, зокрема, відновлення боротьби політичних сил за можливості владної участі у процесах відновлення країни. Зрештою, в країну повернуться виборчі процеси. При цьому політичні сили матимуть налагоджувати комунікації з електоратом, отже, звернутися до арсеналу інструментів та засобів масових комунікацій. На відміну від затишшя у внутрішньополітичному просторі, в архітектоніці масових комунікацій відбулися та відбуваються суттєві зміни. Їх реалістична і своєчасна оцінка та врахування значною мірою впливатиме на результати діяльності політичних акторів.

Із набуттям Україною незалежності на початку 90-х рр. минулого століття два головних чинники – підприємництво і демократизація політичного життя – сприяли революційним змінам у царині засобів масової інформації (ЗМІ). Внутрішня структура цієї сфери залишалася впродовж двох десятиліть майже незмінною: її формували друковані ЗМІ, телебачення та радіо. Але у кожному з цих сегментів відбувалося, з одного боку, вибухове зростання кількості джерел інформації (видань, каналів, станцій), а з іншого боку – збільшення різноманітності їх контенту як у формі політичного плюралізму, так і через виникнення нових жанрів (ток-шоу, дебати на телебаченні, прес-конференції тощо).

У порівнянні із телеканалами газети потребують менших капіталовкладень і меншою мірою впливають на формування суспільних позицій і настроїв. Тому роль олігархії на ринку друкованої преси у порівнянні із її впливом на телебачення була відносно меншою, а рівень концентрації відносно низьким: топ-4 за рейтингом друкованих видань охоплювали 18,6% читачької аудиторії [1]. Представники громадянського суспільства були у змозі знайти можливості для заснування таких газет, як «Дзеркало тижня» і «День», які, звичайно, не були абсолютно політично незалежними, втім, не контролювалися олігархами.

Наприкінці 2010-х рр. науково-технічний прогрес створив два чинники, які сприяли згортанню ринку загальнонаціональних газет.

По-перше, у гонитві за читачем газети почали переходити на повнокольоровий друк, що, разом із неминучим збільшенням вартості сировини на тлі світової фінансово-економічної кризи призвело до зростання виробничих витрат і, відповідно, вартості газет. Але попит на газети був знижений не стільки зростанням цін на них, скільки змінами у структурі видатків пересічних українців – збільшенням витрат на харчування та комунальні послуги.

По-друге, масове розповсюдження смартфонів зі стандартами цифрового зв'язку 3G-4G надало масовій аудиторії можливість безкоштовного отримання інформації у мережі інтернет. Пересічні українці були не готові сплачувати за ту якість інформації, яку могли запропонувати газети за свою ціну.

Певну роль у зменшенні аудиторії читачів центральних газет зіграли демографічні процеси в країні: частка представників покоління, яке складало традиційну аудиторію читачів газет, природним шляхом зменшувалася.

Газети були змушені створювати веб-сайти своїх видань, що сприяло своєрідному канібалізму по відношенню до власних друкованих версій.

У 2010-ті роки в Україні відбулося тотальне згортання ринку загальнонаціональної друкованої преси. У 2011 р. припинила виходити «Газета по-киевски» (хоча й вважалася за статусом міською, виходила п'ять-шість разів на тиждень російською мовою, мала п'ять регіональних версій загальним щотижневим накладом 1,2 млн. примірників). У 2018 р. газета «Факти и комментарии» (аудиторія складала більше 1,3 млн. ос.) перейшла із щоденного режиму друку до щотижневого. У 2019 р. вийшов останній випуск газети «Сегодня» (сукупний тираж – 230 тис. примірників, аудиторія більше 500 тис. ос.). Друковані версії щотижневика «Дзеркало тижня» і газети «День» попрощалися із читачами у 2019 та 2022 рр. відповідно. Останні два з перелічених видань хоча й не відрізнялися великими накладками, проте мали стійку аудиторію прихильників із інтелектуальних кіл. Отже, станом на літо 2022 р. в Україні вже не існувало жодної всеукраїнської суспільно-політичної друкованої газети крім «Голосу України» та «Урядового кур'єру», які є виданнями органів державної влади.

Водночас, сотні регіональних друкованих видань комунальної і недержавної форми власності продовжили своє існування. По-перше, в обласних центрах і менших за розмірами населених пунктах читачі традиційно надавали перевагу місцевій пресі, по-друге, частина цих видань отримують дотації з місцевих бюджетів. Розмір дотацій залежить не тільки від ефективності наповнення місцевих бюджетів, але й від політичної волі органів місцевого самоврядування і, зрештою, соціальної активності громад.

Отже, зміни на ринку друкованої преси призвели до його певної деолігархізації і збільшенню на ньому потенціалу громадянського суспільства. Беззаперечно, місцева преса зазвичай знаходиться під впливом або навіть контролем регіональних еліт. Але останні представляють у протистоянні з громадянським суспільством зовсім іншу вагову категорію ніж національна олігархія, а подекуди, наприклад, місцеві бізнес-еліти, самі є частиною громадянського суспільства.

На відміну від сфери друкованих ЗМІ, телевізійний ринок станом на 2019 р. набув високої концентрації капіталу. Чотири основних власники – «StarLight Media» (О. Пінчук), «1+1 медіа» (І. Коломойський), «Inter Media» (Д. Фірташ ) та «Медіа Група Україна» (Р. Ахметов) – охоплювали 76,25% аудиторії [1].

Низка різних за причинами та характером подій, що відбулися за останні три роки, радикально змінила український загальнонаціональний телевізійний простір:

- 2 лютого 2021 р. Президент України В. Зеленський ввів у дію рішення РНБО, яке припинило цифровий ефір телеканалів «NewsOne», «ZIK» та «112 Україна», підконтрольних проросійському пулу українських олігархів і політиків;

- 11 липня 2022 р. у зв'язку з набуттям чинності антиолігархічного закону Р. Ахметов оголосив про вихід з медіабізнесу та передачу ліцензій телеканалів «Україна» та «Україна 24» державі;

- восени 2022 р. «4 канал», власником якого був колишній нардеп, загиблий колаборант О. Ковальов, набув перспективу стати державним;

- від 26 лютого 2022 р. після широкомасштабного вторгнення Росії на телебаченні був запущений інформаційний телемарафон «Єдині новини» – у цілому виправдана в умовах воєнного стану акція, але уніфікація контенту із часом неминуче призвела до зниження уваги аудиторії до телебачення;

- 4 квітня 2022 р. на виконання Указу Президента України та рішення РНБО Концерн радіомовлення, радіозв'язку та телебачення вимкнув «Еспресо», «Прямий» та «5 канал» із цифрового ефіру;

- в результаті російського військового вторгнення було зруйновано сотні тисяч житлових помешкань, і малоімовірно, що придбання телевізора буде пріоритетним для українців, що втратили все своє майно разом із житлом;

- невідомо, скільки вимушених переселенців із 1,2 млн., які станом на середину осені 2022 р. залишаються за кордоном, повернуться в Україну і відновлять аудиторію українського ефірного та кабельного телебачення;

- загальна фінансово-економічна ситуація в країні, відтік олігархічного капіталу з телеканалів у післявоєнній перспективі матимуть своїм наслідком тотальний дефіцит ресурсів для створення та придбання розважального контенту і скорочення телевізійної аудиторії.

Втім, «святе місце порожнім не буває»: соціальні мережеві платформи «YouTube», «Telegram», «Facebook», «Twitter» стали для мільйонів українців пріоритетним джерелом суспільно-політичної інформації, приваблюючи не тільки оперативністю і плюралізмом думок, але й технічною доступністю.

Частина звільнених з телеканалів журналістів намагаються створити нові телеканали на громадських засадах. Сотня працівників заборонених рішенням РНБО телеканалів Т. Козака у 2021 р. придбали телеканал «Перший незалежний». Близько 200 колишніх працівників медіагрупи Р. Ахметова у 2022 р. зареєстрували телекомпанію під назвою «Ми – Україна». Частина телеведучих заснували власні канали або співпрацюють на платформі «YouTube».

Якщо раніше для охоплення масової аудиторії за допомогою телеканалу або газети були необхідні багатомільйонні капіталовкладення і зусилля сотень фахівців, то зараз невелика група односторонців або навіть одна особа у змозі здійснювати такий вплив за допомогою побутових мультимедійних засобів: окремі Ютуб-блогери мають сотні тисяч підписників на свої канали, які забезпечують їм інколи більше мільйону переглядів одного відео-випуску.

27 грудня 2019 р. у Верховній Раді України з метою наближення українського законодавства до правової бази Євросоюзу був зареєстрований законопроект № 2693-д «Про медіа». Символістично, що наприкінці серпня 2022 р., у розпал війни, Верховна Рада поспішила ухвалити його у першому читанні. Турбота про євроінтеграцію була б зрозумілою та вчасною, якби не зміст окремих статей законопроекту. На думку Комітету захисту журналістів у Європі і Центральній Азії, цей законопроект «серйозно загрожує свободі преси в країні, посилюючи державний контроль над інформацією в той час, коли громадяни потребують її найбільше» [2]. У разі ухвалення закон розширить повноваження Нацради з питань телебачення і радіомовлення, дозволяючи їй регулювати онлайн-та друковані видання, анулювати реєстрацію і ліцензію будь-якого ЗМІ, блокувати онлайн-ЗМІ без рішення суду, тощо. Аналогічної оцінки дотримується НСЖУ, який у своєму аналізі (до речі, опублікованому у Телеграмі), стверджує, що лише 10% законопроекту безпосередньо стосуються зобов'язань, які Україна взяла на себе як кандидат на вступ до ЄС: «Решта свідчить про бажання влади більше впливати на ЗМІ: виносити заборони, штрафувати, закривати їх» [Там само].

Наближення України до перемоги у війні природно наближає відновлення електорального процесу, тому увага правлячої політичної сили до можливостей впливу на ЗМІ є зрозумілою. Втім, той опір, який навіть в умовах воєнного стану вчиняє спробам посилення авторитаризму громадянське суспільство свідчить про те, що воно теж готується до відновлення політичного процесу. Зміни в архітектоніці українських ЗМІ, які відбулися останніми роками, настільки радикальні, що політичні сили, які виявляться нездатними їх врахувати, будуть приречені на поразку.

## **Література:**

1. 75% медіа України належить політикам і олігархам – моніторинг. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2016/10/11/7123339/> (дата звернення: 11.10.202).

2. «Серйозно загрожує свободі преси». СРП закликає українських депутатів відмовитися від закону про медіа. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-cpj-zakon-pro-media/32033397.html> (дата звернення: 12.10.2022).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-271-8-87>

## **ЦИФРОВІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПРИСКОРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ**

**Шандрик В. І.**

*кандидат наук з державного управління,  
директор*

*Товариство з обмеженої відповідальністю «В. С. Проект»  
м. Одеса, Україна*

Глобальним світовим трендом переходу сучасних держав до епохи інформаційного суспільства стає цілеспрямована трансформація національних систем публічного управління на цифрову основу. Провідні країни розглядають цифровізацію як певний драйвер нових парадигм і концепцій публічного врядування та пріоритетне загальнонаціональне стратегічне завдання. Адже «цифрова трансформація є суттю змін, що відбуваються у розвитку суспільства. Вона охопила всі країни, усі сфери суспільного та людського життя, стала завданням та напрямом соціального та економічного прогресу» [1, с. 132].

В новому цифровому світі зароджується й нове розуміння сутності процесів публічного врядування, яке базується не на бюрократичному адмініструванні чи навіть клієнт-орієнтованому підході «сервісної держави», а на баченні системи органів публічного управління як цифрової технологічної платформи мережєвих взаємозв'язків та взаємодій держави, її інституцій та громадян і організації громадянського суспільства. Відповідні трансформації систем публічного врядування відбуваються в форматі оцифровки процедур і документів поточної діяльності, переведення значної їх частини в формат електронних сервісів, формування великих баз даних та оперування ними – поширенню феномену цифровізації в широкому його розумінні.