

окремі юридичні суб'єкти вони були перепідпорядковані Держкомте-лерадіо України.

Отже, у 1995 р. оформилася система державного впливу на електронні і друковані ЗМІ. Державна влада в особі президента Л.Кучми здобула домінуючі позиції в комунікаційній сфері. Конституція 1996 р. надала статусу конституційних органів Державному комітету телебачення і радіомовлення та Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення.

У наступні роки державні органи управління ЗМІ реформувалися ще не менше п'яти разів. Проте усі ці зміни були зумовлені боротьбою груп впливу навколо Л.Кучми. «Генеральна лінія» залишилася незмінною — держава мала жорстко контролювати інформаційний простір.

Посилення дій недержавних телерадіокомпаній і пошук механізмів впливу на них зумовили загострення міжелітної боротьби навколо Національної ради з питань телебачення і радіомовлення. Видача ліцензій на мовлення, боротьба за ефірний час перетворили цей орган на арену жорстких зіткнень інтересів різних лобістських груп.

Призначення членів Ради розглядалося через призму лобіювання інтересів того чи іншого угруповання, а рішення були покликані оберігати ефірний простір від проникнення нелояльних до влади структур.

Структуризація телерадіопростору в 2002—2006 рр. знизила напругу боротьби навколо Національної ради. На сьогодні можна констатувати згасання інтересу з боку основних акторів медійного ринку до державних інститутів у сфері медіа. Основна боротьба переміщується у стіни парламенту, оскільки на черзі нова редакція закону про ЗМІ, телебачення і радіомовлення. Парламентський лобізм стає основним полем інтересів медіамагнатів.

Влада і мас-медіа

В Україні процес становлення медіакратичних порядків відбувався інакше, ніж на Заході, і був зумовлений зовсім іншими причинами. І хоча розвиток владних відносин у нашій країні також значною мірою залежить нині від комунікації, а позиціонування акторів у політичному просторі та їх владні можливості — від цілісності комунікацій і застосування маркетингових технологій, організації політичного дискурсу, джерела, соціальний зміст і наслідки цих трансформацій в Україні мають чітко виражену специфіку.

Досить важливою передумовою зміцнення політичної ролі медіа у вітчизняних умовах була соціальна в'ялість влади або, інакше кажучи, погано вибудований механізм представництва громадянських інтересів, який після зруйнування партійно-державного апарату комуністів виявився спроможним транслювати соціальні потреби лише правлячого класу.

Політичний ринок, що формувався, почав набувати медіаобрисів. З

другої третини 1990-х років великий капітал, який поступово перетворювався в основного політичного гравця, узявся послідовно скуповувати ЗМІ з метою посилення свого владного позиціонування. Ключовою фігурою нової організації інформаційного процесу в Україні став власник ЗМІ (а частіше — декількох ЗМІ), що заробив капітал в іншій сфері бізнесу, який особисто керує інформаційним процесом і саме за допомогою ЗМІ конвертує гроші у владу і владу в гроші. Поступово появились слова, які назвали таку особу — «олігарх», або, точніше, «медіамагнат». Концентрація власності в цій сфері призвела до політичного домінування медіахолдингів. Оскільки прибутковість цих холдингів спочатку була відносно невисокою, природними були структурні інвестиції, коли в засоби масової інформації вкладалися капітали, які були зароблені в прибутковіших галузях. Такий капітал зазвичай називають аутсайдерським.

Згодом держава, відновивши механізми впливу на медіамагнатів, стала використовувати налагоджені медіаважелі впливу як головний інструмент легітимації і побудови своїх відносин зі суспільством. Інституціоналізація державного і корпоративного контролю над інформаційним ринком остаточно закріпила зазначений формат політичних взаємодій громадянина і влади.

Інформаційний тиск державної машини на суспільство в період президентських виборів 1999 р., що, по суті, розвалив електоральний ринок, показав, що інформаційна зброя успішно заступила адміністративні ресурси на всьому політичному просторі. Точніше кажучи, не заступила, а перетворила, оскільки медіанапряма став стержневим у діяльності структур виконавчої влади. Здобувши вирішальну перевагу в медіапросторі й узявши під контроль основні інфопотоки, виконавча влада дістала можливість цілеспрямовано регулювати політичні процеси шляхом послідовного насичення політичної сфери потрібними для себе інформаційними продуктами. Як відомо, у ситуації, коли публічна інформація майже в чотири-п'ять разів перевищує міжособистісне спілкування, що надходить по каналах, той, хто встановлює публічний порядок денний, по суті, визначає і особисте сприйняття подій громадянами.

Разом із тим влада освоїла і найновіші засоби впливу на масову свідомість (на щастя, досвід радянської ідеократії не встиг ще охолонути в пам'яті), штучно підграючи традиціоналістським настроєм більшості, «вабкої» на «патріотичну риторику» та ініціативи «сильних» лідерів. На цьому тлі всі горезвісні вкидання бюлетенів, команди по адміністративній вертикалі та інші подібні методи перетворилися на точкові способи підтримки внутрішнього балансу в правлячій еліті, поступившись місцем у публічній сфері могутнім технологіям медіапримусового головування.

Суб'єкти влади повірили в свою здатність визначати результати виборів шляхом сильного інформаційного пресу. Разом з тим є зрозумілим

інше: вибудувати адміністративну вертикаль можна лише за допомогою масованого інформаційного тиску, який витісняє зі суспільної свідомості будь-які настанови, що не влаштовують владу. Отже, є підстави стверджувати, що політичний режим, який усталився в Україні, уже змінив свої владні пріоритети, перейшовши від традиційних технологій до медіаменеджменту, що виявився набагато дієвішим інструментом управління політичними процесами.

Проте успіх і ефективність нового політичного проекту зумовлені не тільки і не стільки зрослими інформаційними можливостями влади, скільки станом самого суспільства! Раптове, за історичними мірками, обвалення політичних порядків і посилення аномії в духовній сфері активізували архаїчні основи української ментальності, в тому числі такі стабільні її складові, як орієнтація на владу, готовність підкорятися, відсутність соціальної солідарності тощо. Подібне соціокультурне підживлення підсилює автономізацію суспільства, підкріпивши тим самим тенденцію до індивідуалізації контактів особистості з медіаполітичними структурами. А агресивність інформаційних потоків у поєднанні з психологічними травмами політичної свідомості українців і слабкістю громадянського суспільства лише посилили залежність населення від центрів масового публічного інформування.

Свою роль у становленні української медіакартії відіграли і глобальні комунікації, формування єдиного для більшої частини світу над- і транснаціонального інформаційного простору. Підтримуючи аналогічні західним форми медіаполітичних відносин і сприяючи поширенню норм жорсткої конкуренції, глобальні інформаційні потоки фактично пропагували стандарти і пріоритети діяльності, які ще більше сегментували українське суспільство.

Урешті-решт «масове» суспільство, що починає створюватись в Україні, обернулося не сукупністю взаємодіючих між собою самодостатніх особистостей, які використовують медіаструктури як прості та надійні інструменти впливу на владу і захисту своїх індивідуальних інтересів, а, навпаки, роз'єднаних, таких, що відчують кризу ідентичності, громадян, вбудованих у систему домінування еліт і залежних відправлячого класу. У цілковитій відповідальності з укоріненими в суспільстві авторитарними традиціями вітчизняна медіакартія стала сприяти закріпленню вертикального інформаційного тиску на масову свідомість і поведінку громадян. Як наслідок, незважаючи на наявність низки рис, які зближують українську медіакартію з її західними аналогами, пріоритетною і визначальною для політичного образу даної системи влади характеристикою виявилось розширення політичних можливостей правлячої верстви. Слабкість демократичних традицій разом з олігархічними формами організації влади призвели до того, що в українських умовах утвердження подібної системи означало не зростання професіоналізму і відповідальності еліт, не підвищення самостійної ролі громадян у пу-

блічній сфері, але щораз більше дистанціювання влади від громадянина, самоізоляцію правлячої верстви населення. Центральна роль комунікацій у сучасній Україні є наслідком завоювання правлячим класом нових соціальних позицій і зниження статусних можливостей рядових громадян у використанні політики для реалізації своїх цілей.

Слід, правда, зазначити, що інформаційно-комунікативні процеси відіграють і позитивну роль, сприяючи приєднанню українського суспільства до глобального світу. Можливо, таке вбудовування в середовище світової політики, де домінуючі стандарти розвитку задають країни з міцними демократичними традиціями, зможе згодом нівелювати елітистські «перекоси» української медіакратії. Разом із тим потрібно розуміти, що глобальний світ є нині площадкою взаємодії *пост-* і *протодемократичних* медіакратій, які не просто мають різний політичний потенціал, але й пропонують різні вектори майбутньої еволюції.

Звичайно, технічна база цих двох типів медіакратії єдина. Як в одному, так і в іншому випадку перетворення політики в медіапроцес пов'язане з використанням могутніх сучасних технотелемедіумів, що, в свою чергу, стимулює віртуалізацію політичного простору, появу гіперреальності, синтез інформаційних і розважальних повідомлень в інфопотоці, а також низку інших якісних змін у сфері політичної конкуренції за державну владу. Проте політичні наслідки застосування схожих за типом технічних інструментів аж ніяк не однакові.

Це наглядно демонструє Інтернет. В Україні, на відміну від Заходу, він так і не став ще засобом масової інформації. Його роль на сьогодні зводиться переважно до обслуговування професійної комунікації: взаємозв'язків експертів, аналітиків, професійних політиків, державних службовців. При цьому через безконтрольність ринку політичних повідомлень в українській політиці стрімко розширився кіберінфопотік. Поява технічних можливостей для публічного поширення повідомлень, які не пройшли навіть мінімального професійного відбору, створила сприятливі умови для розв'язання інформаційних війн і кампаній. Мережений компромат і інтернет-провокації стали невід'ємною частиною нової української реальності. Одночасно Інтернет допоміг закріпитися в інформаційному просторі публічної політики маргінальним акторам (у тому числі і екстремістського напрямку), які раніше мали проблеми зі своїм політичним позиціонуванням. І оскільки в українських громадян практично повністю відсутній досвід ведення публічних дискусій, політичний резонанс такого роду явищ виявився набагато вищим, ніж у країнах Заходу.

Незважаючи на появу досконаліших технологій, які полегшують процес залучення громадян до політики, ані пряме мережеве представництво інтересів, ані кібердемократія так і не набули в українському суспільстві будь-якого помітного розвитку. Хоча політики і державні дієвці інколи вдаються до інтерактивних форм політичної комунікації,

цей спосіб спілкування громадян з владою поки що малоефективний. Елементи онлайн-демократії та електорального уряду використовуються сьогодні головним чином для створення рекламного образу окремих політичних структур. Це найімовірніше прототип нової системи взаємодії влади і суспільства, маркер, за яким можна перевіряти власний шлях політичної еволюції.

Водночас слід зазначити, що суттєві відмінності у використанні інформаційних інструментів для організації публічної влади не заважають тісній взаємодії двох типів медіакратії.

Сумарний результат такої взаємодії можна визначити як *перетікання* політичних стандартів та інститутів. Загалом трансляція зразків поведінки, стилів політичної участі і форм сприйняття політичної реклами носить обопільний характер. Однак основним інформаційним донором виступає Захід, оскільки щільна інформаційна взаємодія підсилює «демонстраційний ефект» і, відповідно, викликає прагнення зблизитися з передовими країнами.

Потреба України в засвоєнні західного досвіду виявляється передусім в її готовності використовувати свої зовнішньополітичні комунікації і внутрішньополітичний інформаційний обмін задля вдосконалення власного інституціонального дизайну. У цьому разі можна, по суті, говорити про *імпорт політичних інститутів*, які підсилюють універсалістський характер української влади. Такий результат політичних комунікацій свідчить про зміцнення експертного правління, впливу фахівців на прийняття державних рішень. Інакше кажучи, подібні комунікації сприяють підвищенню питомої ваги в політиці її професійної складової. Водночас, хоч і з меншою інтенсивністю, відбувається запозичення зразків масової політичної участі.

Очевидним є те, що розвинуті суспільства не зацікавлені у засвоєнні характерних для України політичних практик. Утім, оскільки легальні інститути західних країн так і не змогли до кінця адаптуватися до взаємодії з тіньовими структурами, що склалися в українському суспільстві, ті доволі активно проникають в їхній інформаційний простір, перетворюючи українську медіакратію в *експортера* досить специфічних моделей організації влади. Нетрадиційні форми криміналу й українська корупція «молодої» хвилі (більш агресивна і креативна, порівняно зі своїми західними аналогами) починають деформувати інформаційні потоки і канали інформаційних обмінів із нашими зарубіжними партнерами.

Досить важливим показником специфіки української медіакратії є якісні зміни в системі соціального представництва громадянських інтересів, які відбуваються під впливом комунікацій. У першу чергу йдеться про принципове зміцнення політичної могутності ЗМІ, які поступово стають головними виразниками інтересів громадян, витісняючи з царини публічної політики традиційні організації, у тому числі партії і «партійно-журнальні» організації інтелектуалів, що втратили, незважа-

ючи на зовні активну участь у дискурсі, свою колишню політичну роль. Головною причиною такого стану речей, очевидно, є поступове зміцнення позицій інформаційного лобізму, який поставив під свій контроль основні медіаресурси. Саме під його впливом трансформація представницьких структур врешті-решт призвела до розшарування політичного дискурсу на публічний і корпоративний з постійним зростанням впливу останнього.

Що відбувається з нашою політичною культурою?

Мабуть, найвагомішим щодо своїх політичних наслідків результатом медіакратизації влади в українській державі та суспільстві стали переміщення в *політичній культурі* та механізмах ідентифікації громадян. Це особливо важливо тому, що культурні стереотипи і норми політичного спілкування визначають ті рамки, в яких встановлюються масові інтерактивні зв'язки і смислові контакти широких соціальних аудиторій, відтворюються загальноовизнані оцінки політики і влади і формується ставлення громадян до них.

Точніше, внаслідок трансформації політико-культурної сфери в розвинутих індустріальних країнах уже появились нові системи орієнтації, переваг, значеннєвих реакцій. Зростає різноманіття політичних зв'язків, що спираються на електоральні комунікації, поступове скорочення публічності в розподіленні влади і зближення громадянських та приватних форм існування людини, медіатизація і олюднення політики, проникнення технологій і етики шоу-бізнесу у владні комунікації, віртуалізація політичного простору і становлення різних типів медіакратії — все це, нехай і в первісному вигляді, знайшло своє відображення в культурному портреті передових суспільств.

Не випадково через це ряд західних авторів ставить питання про появу (і затвердження) нової політичної культури (НПК). На думку Т.Кларка і Р.Інглгарта, така політична культура стала формуватися в західних країнах з середини 1970-х років під впливом «кумулятивного» соціального ефекту расових, етнонаціональних, статевовікових, екологічних, сексуальних та інших політично значимих розколів, які помітно потіснили звичні класові розмежування. Її ключові відмінності від традиційної (для західних демократій) політичної культури полягають в наступному:

1. Трансформація традиційного політичного спектра з його поділом на лівих і правих, що викликала у багатьох лідерів і громадян сумніви щодо своєї здатності орієнтуватися в тому, що відбувається в сфері політики.
2. Чітке відокремлення соціальних питань від фінансово-економічних, які вказують на те, що питання першого типу стають «предметом спеціального дослідження», а відповідні позиції громадян,