

Реальність регіональних мас-медіа: політичне існування чи виживання?

Суспільне життя сьогодні вже не уявляється без засобів масової інформації, через які здійснюється більша частина процесів політичної комунікації. Тож мас-медіа є специфічним «монополістом», який намагається усіма доступними методами не тільки бути посередником між представниками влади, політиками і народом, але й виступати в якості активного суб'єкта політичного життя.

Особливої актуальності звернення соціологічної науки до проблем існування мас-медіа набуває через посилення трансформаційних процесів в українському суспільстві та значення діяльності засобів масової інформації в цьому. ЗМІ як один із основних інститутів, покликаних зберігати стабільність соціуму, транслювати норми, цінності, правила соціального, політичного, економічного існування в ньому, здійснювати контроль за рішеннями та діями обраних політиків, інформувати населення та формувати суспільну думку, знаходяться в глибокій системній кризі. Це твердження базується на результатах численних соціально-економічних та політичних досліджень. В найбільшій мірі перетворення в інституті мас-медіа віддзеркалюються в функціонуванні медіа на рівні регіону як особливого територіального та соціального простору, створення інформаційно-політичної сфери якого є невід'ємною та важливою складовою політичної комунікації в країні. Однак становлення розвинутої системи регіональних ЗМІ є в умовах сучасного суспільства досить складним та суперечливим процесом, що потребує детального та ретельного вивчення.

Незважаючи на певну переоцінку значення ролі ЗМІ, і регіональних в тому числі, для політичного життя суспільства після подій так званої «помаранчевої революції», все ж таки реальність їх існування демонструє певні проблемні моменти, які є ключовими для подальшого розвитку всього соціального інституту засобів масової інформації та комунікації. До таких моментів відносяться економічні, соціальні, політичні та соціокультурні умови діяльності та функціонування мас-медіа. Вони тісно пов'язані з питаннями політичного впливу ЗМІ, які не лише впливають на споживачів політичної інформації, але й на якісні характеристики її змісту.

Отже, **метою** роботи є з'ясування ролі регіональних мас-медіа в сучасному політичному житті регіону. Оскільки сутність та прояви соціально-політичного життя нерозривно пов'язані з комунікацією, особливу увагу слід надати процесам політичної комунікативної взаємодії, які відбуваються між різноманітними і численними політичними суб'єктами, якими насичений політичний простір регіону за допомогою мас-медіа. Тому одним із перспективних напрямків дослідження функціонування мас-медіа є звернення до вивчення особливостей діяльності регіональних ЗМІ як важливого елемента політичної комунікації, що знаходиться безпосередньо між аудиторією та діючими суб'єктами політичного життя того чи іншого регіону. Для цього буде використано таку теоретико-методологічну базу, як структурно-функціональний, системний підходи, теорії інформаційного суспільства, а також конфліктну парадигму. В комплексі це дозволить не тільки повно та детально дослідити реальність існування мас-медіа регіону, але й розкрити суттєві проблеми їх функціонування в політичному житті з огляду на реакцію їх власної аудиторії.

ЗМІ в суспільстві, що знаходиться на шляху трансформаційних перетворень, також відчувають певні трансформаційні зрушення, про що свідчить нестійка система організації їх діяльності, швидкоплинність кадрів, часткова втрата довіри та поваги з боку аудиторії, посередній рівень інформаційної продукції тощо. Особливою загрозою для існування регіональних мас-медіа є тотальне скорочення штатів та фінансування, внаслідок чого вони можуть просто зникнути з медійного простору.

Сучасні регіональні ЗМІ відстоюють не інтереси більшості населення, але політичних кланів і фінансово-економічних груп, до яких належать їх власники та засновники. І якщо із мас-медіа, засновниками яких є органи місцевої влади або політичні партії, є зрозумілою трансляція ідей та поглядів певного політичного спрямування, то так звані приватні мас-медіа поводять себе досить незрозуміло. Позиціонуючи себе як незалежні та самостійні, насправді вони захищають або прямо транслюють комплекс ідей свого власника, який прямо чи опосередковано спрямований на досягнення політичної влади, боротьбу з політичними опонентами або формування власного політичного іміджу, що в комплексі стало вже відомим та звичним для аудиторії певного каналу чи газети. Можна говорити про те, що феномен політизованості мас-медіа та деполітизації

публічної сфери регіону набуває все більшої значущості в сучасному суспільстві. Втома аудиторії від безперервного потоку політичної інформації, якість якої знаходиться на досить посередньому рівні, приводить до переформатування діяльності медіа навіть в політичній сфері. На перший план виходить прагнення регіональних ЗМІ надавати інформацію про політику в розважальній формі, навіть подекуди доповненою ігровими елементами (уявлення про політичну боротьбу як кінські перегони, надмірна увага до приватного життя політиків та можновладців тощо). Це призводить до того, що політична інформація, яку надають ЗМІ для того, щоб громадяни могли здійснювати вільний, виважений та обдуманий політичний вибір, може остаточно втратити свій сенс.

Більшість власників або засновників регіональних мас-медіа належать до певних політичних кланів. Це тим чи іншим чином зумовлює інформаційну політику ЗМІ; вони також змушені притримуватися певного політичного «курсу», в разі відхилення якого може бути вкрай негативним для них. Перспективним напрямом розвитку діяльності регіональних мас-медіа є розгляд їх як бізнесу. Але досвід часткового впровадження принципів ринкових відносин в медіа-сферу політичній сфері демонструє наступні варіації цього сценарію: заангажованість в обмін на фінансову підтримку певних політичних та економічних груп, так звана «продажність» журналістів тощо.

Вищесказане підтверджує тезу про те, що мас-медіа регіону містять в своїй діяльності багато суперечливих тенденцій. Проте триває і поступ до усвідомлення політичними діячами регіону, що ЗМІ можуть бути не тільки засобом досягнення влади, але й безпосереднім інструментом її якісної реалізації. Присутність в інформаційному просторі є сьогодні визначальною для суб'єктів політичної комунікації. Отже, усвідомлення вагомості ролі регіональних мас-медіа в процесі політико-комунікативних обмінів і взаємодій зможе певним чином сприяти підвищенню ефективності вирішення складних соціально-політичних, економічних та інших завдань, що в умовах постійної трансформації постають перед сучасною суспільною системою.