

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«МЕДІАСИСТЕМА У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО
СУСПІЛЬСТВА . ТЕХНОЛОГІЇ ЗАПОБІГАННЯ АВТОРИТАРИЗМУ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ЗСМК -42
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика

Забігайло П.Д.

Керівник: доцент кафедри прикладної
соціології та соціальних комунікацій,
кандидат соціологічних наук, доцент
Волянська О.В.

Харків - 2024

ЗМІСТ

Вступ

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження медіасистем.

- 1.1. Поняття медіасистеми.
- 1.2. Характеристики медіасистем.
- 1.3. Фактори, що мають вплив на формування та розвиток медіасистем: методологія аналізу.

Розділ 2. Аналіз впливу структури медіасистеми на рівень розвитку громадянського суспільства.

- 2.1. Вплив державних та приватних інвестицій на медіасистему.
- 2.2. Форми власності на ЗМІ.
- 2.3. Механізми формування медіа систем і медіаринків в громадянському суспільстві.

Розділ 3. Розвиток громадянського суспільства в залежності від формування медіасистеми.

- 3.1. Традиційні і нові медіа у формуванні громадянського суспільства.
- 3.2. Технології запобігання авторитаризму.

Висновки

Список використаних джерел

ВСТУП

Актуальність: організація громадянського суспільства та незалежні медіа здійснили суттєвий поступ у своїй діяльності, їм дотепер бракує фінансової сталості, впливу та належної підготовки для того, щоб ефективно працювати на національному та місцевому рівнях. Оскільки внутрішні джерела фінансування в Україні ще не розвинені, ці сектори і досі значною мірою залежать від коштів міжнародних структур. Розбудова внутрішніх джерел фінансування дозволила б зміцнити потенціал органів громадянського суспільства і незалежних медіа та підвищити рівень суспільної довіри до них. Ці процеси стають більш складними внаслідок повномасштабного вторгнення Росії в Україну, яке спричиняє додаткову потребу у заходах на рівні громад і спільнот та водночас підточує внутрішню ресурсну базу цієї діяльності. Порівняльний аналіз медіасистем дозволяє зрозуміти залежність різних форм фінансування ЗМІ та розвитку ГС.

Мета даної роботи полягає в аналізі того, яка форма медіасистеми та медіаринку є найбільш придатною для розвитку громадянського суспільства.

Завдання:

1. Здійснити теоретичний аналіз медіасистем.
2. Проаналізувати вплив структури медіасистеми на рівень розвитку громадянського суспільства.
3. Провести порівняльний аналіз форм власності на ЗМІ в залежності від показників розвитку громадянського суспільства.
4. Описати показники авторитаризму в медіасистемі.
5. Описати технології запобігання авторитаризму.

Об'єктом даного дослідження є засоби масової інформації в контексті їхньої структури та ринкових умов.

Предметом дослідження є зміст інформаційних продуктів ЗМІ та фактори, що впливають на його формування, зокрема структура медіасистеми та медіаринку.

Методи дослідження:

Для досягнення мети та завдань дослідження буде використано комплекс методів:

1. Контент-аналіз: Це метод дозволяє систематично досліджувати зміст ЗМІ, виявляти основні теми та тенденції, а також аналізувати частоту появи певних тем або ідей. Контент-аналіз допоможе визначити, як структура медіасистеми впливає на вибір тем і способи їх подачі.

2. Порівняльний аналіз: За допомогою цього методу буде проведено порівняння різних медіасистем та ринків, щоб виявити їх вплив на зміст ЗМІ. Порівняння дозволить визначити, які моделі медіасистем сприяють більшому різноманіттю та якісному контенту.

Таким чином, використання комплексу методів дозволить забезпечити всебічний підхід до дослідження проблем змісту ЗМІ в залежності від структури медіасистеми та медіаринку. Це дасть можливість отримати глибокі та обґрунтовані висновки, які будуть корисними для подальшого розвитку медіасфери та підвищення якості інформаційного контенту.

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження медіасистем та медіаринків

У багатьох країнах пострадянського простору протягом останніх років було проведено реформування державного мовлення, перетворивши його в суспільне. Прикладами таких змін можуть бути країни Балтії, де на місці колишніх державних медіа запроваджено суспільне телерадіомовлення. В Україні протягом понад шістнадцяти років робилися численні спроби започаткувати суспільне мовлення (ЗМІ), але вони залишалися безрезультатними. Медіасистема, що сформувалася в нашій країні за тривалий час, створює несприятливі умови для такого впровадження.

Медіасистема України відзначається складністю та постійним розвитком. У країні існує різноманітність медійних платформ, включаючи телебачення, радіо, газети, журнали та інтернет-видання. Історія медіасистеми України сягає своїми коріннями у минуле, але значні зміни відбулися протягом останніх десятиліть.

У дорадянський період медіасистема була суворо цензурованою та контролюваною державою. З розвалом СРСР в країні настав новий етап - етап побудови демократичних засад. З'явилися нові незалежні ЗМІ, але протягом 1990-х років цей сектор перебував у стані кризи через фінансові проблеми та боротьбу за владу. У 2000-х роках спостерігалось зростання медійної свободи та розвиток інтернет-медіа. Однак, проблемами залишаються власність ЗМІ, політичний тиск на журналістів, а також проблема фінансування. На сучасному етапі медіасистема України постійно еволюціонує в умовах швидких змін технологій та суспільно-політичних реалій. Важливим напрямком розвитку є розширення медійної грамотності та забезпечення доступу до об'єктивної та достовірної інформації для всіх громадян. Загалом, медіасистема України пережила значний розвиток, але залишається перед ним низка викликів, які потребують уваги та вирішення.

Зокрема, у 1990-х роках з'явилися нові незалежні телеканали, радіостанції, газети та журнали, які стали важливим джерелом інформації для громадян. Цей період також був важливим для розвитку інтернет-медіа, що дозволило збільшити доступ до інформації та розширити сферу впливу ЗМІ. Проте, у зв'язку з політичними та економічними перетурбаціями, медіасистема України також стикалася з викликами та проблемами. Наприклад, питання власності ЗМІ залишалося актуальним, зокрема у зв'язку зі зловживанням власників ЗМІ своїми політичними амбіціями. Крім того, журналісти часто стикалися з політичним тиском та загрозами насильства через свою професійну діяльність.

У 2000-х роках спостерігалось зростання медійної конкуренції та професіоналізму, а також розвиток онлайн-медіа та соціальних мереж як додаткових засобів комунікації та розповсюдження інформації. Також були прийняті законодавчі акти, спрямовані на захист свободи слова та прав журналістів. Загалом, зміни в медіасистемі України були значними та мають велике значення для суспільства, сприяючи розвитку демократії та вільного обміну інформацією. Однак, існують деякі проблеми, такі як корупція, цензура та політичний тиск, які потребують подальшого вирішення для покращення медійного середовища в країні.

Науковці активно вивчають медіасистему і роблять різноманітні висновки щодо її впливу на суспільство. Вони вказують на те, що медіа виконують ключову роль у формуванні громадської думки, впливають на політичні процеси та соціокультурні зміни. Деякі дослідження підкреслюють, як медіа можуть бути використані для маніпулювання масовою свідомістю та підтримки авторитарних режимів через цензуру та пропаганду. Інші дослідження зосереджуються на ролі медіа у зміцненні демократії та забезпеченні доступу до об'єктивної інформації для громадян. В цілому, науковий підхід до медіасистеми допомагає розуміти її важливість для суспільства та розвитку демократії.

Порівняймо авторитарну та радянську медіасистеми. Обидві системи передбачають повний державний контроль над засобами масової інформації та використання цензури для збереження панівної ідеології. Влада розглядає суспільство як "робочий клас", а журналістів – як "інструменти трансляції партійної ідеології". Через ЗМІ влада прагне маніпулювати думками та зневажати побажання суспільства. Різниця між цими теоріями полягає в тому, що авторитарна система прагне контролювати суспільство в усіх сферах життєдіяльності, тоді як радянська пропагує свої "істини" під виглядом бажання привести суспільство до "світлого майбутнього", приховуючи свої справжні наміри. Хоча радянська медіасистема зараз вже не існує, вона залишила значний вплив на розвиток медіа. У деяких пострадянських країнах досі можна спостерігати елементи авторитаризму в управлінні ЗМІ. Коли в країні домінують риси авторитарної або радянської медіасистем, ефективна робота суспільного мовлення є неможливою. Держава буде намагатися зберегти свій авторитет та придушувати протилежні позиції, особливо демократичні.

Оскільки суспільне мовлення може призвести до зміни політичної ситуації, його створення буде переслідуватися. Також можливий варіант "реформування" державного мовлення у

суспільне лише формально, без зміни суті його функціонування. Д. Мак-Квейл зазначає, що уряд може нав'язати авторитарну форму для ЗМІ, не будучи відкрито тоталітарним. В українському суспільстві, яке прагне до демократії, відсутність суспільного мовлення частково пояснюється прихованим тоталітаризмом влади. Тепер порівняймо теорії вільної преси (ліберальну/лібертаріанську модель) і соціальної відповідальності. Більшість науковців вважають першу базою для виникнення другої. Вони мають багато спільного, але при детальному вивченні можна виявити значні відмінності. Головною спільною рисою є необмежена свобода збирання та поширення інформації. Відсутність цензури з боку влади і свобода журналіста забезпечують плюралізм у ЗМІ. Основна відмінність полягає в тому, що перша теорія забезпечує свободу ЗМІ від зовнішнього впливу, а друга наголошує на тому, що свобода ЗМІ необхідна для розвитку громадянського суспільства. Сьогодні українські комерційні медіа переважно керуються принципами лібертаріанської теорії, але через значний вплив приватних медіакорпорацій ці принципи часто викривлюються.

У багатьох пострадянських країнах спостерігається значний вплив політичних сил на медіа. Комерційні ЗМІ часто відстоюють інтереси власників, завуальовуючи це під об'єктивну журналістику. Державні медіа, в свою чергу, підтримують будь-яку владу, що утримує контроль над ними, що не дозволяє створити справжнє суспільне мовлення. Жодна влада не бажає відмовитися від засобів пропаганди своєї політики. Отже, в українських медіа досі присутні елементи авторитарної теорії. Ефективна діяльність суспільного мовлення можлива лише за умов домінування характеристик ліберальної теорії або теорії соціальної відповідальності. У першому випадку суспільне мовлення повинно захищати інтереси громадськості, інформуючи про важливі події та пояснюючи реальну ситуацію з погляду громадян. Воно також має пропагувати національну культуру та мову, виконувати освітні функції та забезпечувати інформаційні потреби національних меншин. Однак, українські комерційні медіа не виконують цих функцій, оскільки це не приносить їм прибуток. Прикладом гармонійного співіснування лібертаріанської теорії і теорії соціальної відповідальності може бути медіасистема США, де поруч функціонують комерційні та суспільні мовники. У більшості європейських країн переважають відповідальні та якісні медіа, з високорозвиненою системою суспільного мовлення, як, наприклад, у Великобританії та Польщі. Британське BBC вважається зразком для наслідування, а польське суспільне мовлення не поступається йому в якості та різноманітності контенту.

Порівняння авторитарної і радянської медіасистем з лібертаріанською теорією і теорією соціальної відповідальності демонструє суттєві відмінності. В. Шрам зазначав, що важлива різниця між радянською традицією і західною полягає в підходах до поліпшення суспільства: Маркс вважав, що це досягається через реорганізацію суспільства, тоді як Мілль акцентував на самовдосконаленні кожної особистості. Д. Мак-Квейл зазначає, що теорія соціальної відповідальності в західних країнах розвивається поряд із теорією демократичної участі. Відповідно до цієї теорії, ЗМІ повинні виконувати функції, що забезпечують доступ громадян до медіа, надаючи можливість бути почутими. Медіа існують для своїх аудиторій, а не для організацій або клієнтів. Локальні спільноти повинні мати власні медіа, а маломасштабні, взаємодіючі форми медіа є кращими, ніж великі, односторонні професійні медіа. Однак, існування такої теорії в чистому вигляді є малоімовірним у будь-якій країні.

Особливу роль відіграє теорія розвитку, що описує функції ЗМІ в країнах, що розвиваються. Згідно з нею, медіа повинні приймати позитивні завдання розвитку відповідно до державної політики, свобода медіа може бути обмежена економічними потребами та розвитком суспільства, в ефірному наповненні домінує національна культура і мова. Журналісти мають певні свободи, але також і відповідальності, пов'язані з розвитком країни. Уряд має право втручатись у діяльність медіа, субсидіювати цензуру та виправдовувати прямий контроль. Д. Галлін та П. Манчіні досліджували сучасні медіасистеми в контексті політичних змін, що надає більше практичного значення, ніж теоретико-філософське осмислення попередніх теорій. Їхнє дослідження включає загальні поняття про медіасистеми та зосереджується на моделях відносин ЗМІ і політики в цих системах.

У багатьох пострадянських країнах спостерігається значний вплив політичних сил на медіа. Комерційні ЗМІ часто відстоюють інтереси власників, завуальовуючи це під об'єктивну журналістику. Державні медіа, в свою чергу, підтримують будь-яку владу, що утримує контроль над ними, що не дозволяє створити справжнє суспільне мовлення. Жодна влада не бажає відмовитися від засобів пропаганди своєї політики. Отже, в українських медіа досі присутні елементи авторитарної теорії. Ефективна діяльність суспільного мовлення можлива лише за умов домінування характеристик ліберальної теорії або теорії соціальної відповідальності. У першому випадку суспільне мовлення повинно захищати інтереси громадськості, інформуючи про важливі події та пояснюючи реальну ситуацію з погляду громадян. Воно також має пропагувати

національну культуру та мову, виконувати освітні функції та забезпечувати інформаційні потреби національних меншин. Однак, українські комерційні медіа не виконують цих функцій, оскільки це не приносить їм прибуток. Прикладом гармонійного співіснування лібертаріанської теорії і теорії соціальної відповідальності може бути медіасистема США, де поруч функціонують комерційні та суспільні мовники. У більшості європейських країн переважають відповідальні та якісні медіа, з високорозвиненою системою суспільного мовлення, як, наприклад, у Великобританії та Польщі. Британське BBC вважається зразком для наслідування, а польське суспільне мовлення не поступається йому в якості та різноманітті контенту.

Порівняння авторитарної і радянської медіасистем з лібертаріанською теорією і теорією соціальної відповідальності демонструє суттєві відмінності. В. Шрам зазначав, що важлива різниця між радянською традицією і західною полягає в підходах до поліпшення суспільства: Маркс вважав, що це досягається через реорганізацію суспільства, тоді як Мілль акцентував на самовдосконаленні кожної особистості. Д. Мак-Квейл зазначає, що теорія соціальної відповідальності в західних країнах розвивається поряд із теорією демократичної участі. Відповідно до цієї теорії, ЗМІ повинні виконувати функції, що забезпечують доступ громадян до медіа, надаючи можливість бути почутими. Медіа існують для своїх аудиторій, а не для організацій або клієнтів. Локальні спільноти повинні мати власні медіа, а маломасштабні, взаємодіючі форми медіа є кращими, ніж великі, односторонні професійні медіа. Однак, існування такої теорії в чистому вигляді є малоймовірним у будь-якій країні. Особливу роль відіграє теорія розвитку, що описує функції ЗМІ в країнах, що розвиваються. Згідно з нею, медіа повинні приймати позитивні завдання розвитку відповідно до державної політики, свобода медіа може бути обмежена економічними потребами та розвитком суспільства, в ефірному наповненні домінує національна культура і мова. Журналісти мають певні свободи, але також і відповідальності, пов'язані з розвитком країни. Уряд має право втручатись у діяльність медіа, субсидіювати цензуру та виправдовувати прямий контроль. Д. Галлін та П. Манчіні досліджували сучасні медіасистеми в контексті політичних змін, що надає більше практичного значення, ніж теоретико-філософське осмислення попередніх теорій. Їхнє дослідження включає загальні поняття про медіасистеми та зосереджується на моделях відносин ЗМІ і політики в цих системах.

Медіасистема Німеччини має багату історію та розвинуту структуру, яка відображається у великому різноманітті медійних

платформ та видань. З появою перших газет у XVIII столітті розпочалася довга та цікава історія розвитку масової інформації в країні. Протягом XIX та початку XX століття газети відігравали важливу роль у формуванні суспільної свідомості та політичного дискурсу. У другій половині XX століття медіасистема Німеччини зазнала значних змін, зокрема під час періоду поділу країни на Західну та Східну Німеччину. Після об'єднання в 1990 році медійний ландшафт став більш різноманітним і конкурентним. З'явилися нові телевізійні канали, радіостанції та видання, що стимулювало конкуренцію та забезпечило громадян доступом до різноманітної інформації.

Сучасна медіасистема Німеччини характеризується великою кількістю різноманітних медійних компаній та платформ, що пропонують широкий спектр інформаційних продуктів для різних аудиторій. Інтернет та соціальні медіа також відіграють важливу роль у медійному ландшафті, надаючи можливість широкому колу людей обмінюватися інформацією та думками. Важливим аспектом медіасистеми Німеччини є також її незалежність та свобода від політичного впливу. Законодавство забезпечує захист свободи преси та свободи слова, що сприяє розвитку критичного мислення та вільному обміну інформацією в суспільстві. Загалом, медіасистема Німеччини продемонструвала вражаючий розвиток та розширення протягом століть, і продовжує залишатися важливим елементом суспільного життя, який впливає на усвідомлення громадян та політичний діалог у країні.

Медіасистема Німеччини відзначається своєю різноманітністю та високим рівнем якості. Основними компонентами цієї системи є державні, приватні та громадські медіа. Державна медіа включають такі канали, як ZDF та ARD, які фінансуються зборами з телевізійних абонентів. Приватні медіакомпанії, такі як RTL та ProSiebenSat.1, зазвичай фінансуються рекламою. Громадські медіа, такі як Deutsche Welle, спрямовані на міжнародну аудиторію та фінансуються з державного бюджету.

Німеччина також має розвинуту пресу, включаючи як газети загального змісту, так і спеціалізовані видання. Наприклад, Bild - найбільша газета в Німеччині, яка відома своїми сенсаційними заголовками. Існують також різноманітні радіостанції, що відображають різноманітні смаки та інтереси аудиторії.

Загалом, медіасистема Німеччини відображає її різноманітність і демократичні цінності, забезпечуючи різноманітні джерела інформації для громадян.

1.1 Поняття медіасистеми та медіаринку

Медіасистема – це комплекс інституцій, організацій, нормативних актів, технологій та інших елементів, які забезпечують функціонування засобів масової інформації в суспільстві. Вона охоплює як державні, так і приватні структури, які беруть участь у створенні, розповсюдженні та споживанні медійного контенту. Медіасистема також включає взаємодію між різними суб'єктами медіаполя: виробниками контенту, розповсюджувачами, регуляторами, аудиторією тощо.

Медіаринок, в свою чергу, є економічним аспектом медіасистеми, що охоплює комерційні відносини між суб'єктами медіадіяльності. Це включає купівлю-продаж контенту, реклами, ліцензій, а також інші форми економічної взаємодії між медіакомпаніями, рекламодавцями та споживачами. Медіаринок характеризується конкуренцією, ринковими цінами, пропозицією та попитом на медіапродукти.

Медіасистема включає газети, радіо, телебачення, інтернет-сайти та соціальні мережі. Медіасистема відповідає за створення, поширення та споживання інформації. Основні характеристики медіасистем включають тип власності, рівень свободи преси, структуру ринку, регуляторну політику та культурний контекст. Вони визначають, наскільки медіа є незалежними від державного контролю, чи існує конкуренція між медіа, які закони регулюють їхню діяльність, та як культурні, соціальні та політичні фактори впливають на медіа. Формування та розвиток медіасистем залежать від економічних, політичних, соціальних та технологічних факторів.

Економічні фактори включають економічний стан країни, інвестиції в медіа та структуру ринку медіа. Політичні фактори охоплюють політичний режим, рівень демократичних свобод та політику уряду щодо медіа. Соціальні фактори включають рівень освіти та медіаграмотності населення, а також культурні традиції.

Технологічні фактори визначаються розвитком технологій та доступом до інтернету. Методологія аналізу медіасистем включає різні методи дослідження, такі як аналіз контенту, опитування, інтерв'ю та порівняння медіасистем різних країн. Структура медіасистеми впливає на рівень розвитку громадянського суспільства. Державні інвестиції можуть допомогти розвитку медіа, але можуть також призвести до збільшення контролю з боку держави. Приватні інвестиції стимулюють конкуренцію та інновації, але можуть зосереджувати медіаресурси в руках кількох великих компаній. Форми власності на медіа включають державну, приватну

та змішану. Державна власність забезпечує доступ до інформації для всіх, але може призвести до цензури.

Приватна власність стимулює якість та інновації, але може орієнтуватися на комерційні інтереси.

Змішана власність поєднує переваги обох моделей, але потребує чіткого регулювання. Механізми формування медіасистем і медіаринків включають регуляторні інститути, громадські організації та ринкові механізми. Регуляторні інститути контролюють дотримання законів та норм у сфері медіа. Громадські організації підтримують медіаграмотність та свободу преси. Ринкові механізми сприяють конкуренції, що стимулює різноманітність та якість контенту.

Неважко зрозуміти, чому доступ до "мейнстрімних" новинних медіа є важливим питанням. Великі медіа пропонують потужний форум для зміни громадської думки, визначаючи, які питання люди, швидше за все, обговорюватимуть. Доступ до таких видів медіа є вирішальним, якщо асоціація сподівається привернути широку увагу та мати навіть шанс вплинути на громадську думку. Через процеси визначення порядку денного та праймінгу питання та історії, які висвітлюються в мейнстрімних новинних медіа, є тими, про які люди, як правило, думають і говорять. У суспільствах, одержимих опитуванням громадської думки, порядок денний мейнстрімних медіа також формує порядок денний опитувань, результатом чого, коли це повідомляється публіці, є подальше посилення історій та тем, що з'являються в новинах. Ці ефекти визначення порядку денного мають тенденцію бути ще сильнішими для нових питань, які не були широко обговорені. Для асоціацій, які бажають вплинути на політику та громадську думку, і особливо для малих асоціацій, які намагаються ввести нові питання в обговорення у більшості суспільної сфери, ці ефекти визначення порядку денного роблять привабливість "мейнстрімного" медіа-висвітлення практично нездоланною. Отримання публічності у великих новинних медіа також є хорошим способом для асоціацій отримати доступ до місць політичної влади та інформації щодо політичної політики. Більше, ніж будь-який інший тип громадського простору, великі новинні медіа замінили політичні партійні організації як найкращий зв'язок між політиками та "народом". Уміння мати справу з медіа стало вирішальним фактором для політиків, які активно намагаються завоювати прихильність важливих політичних журналістів: будучи доступними, надаючи безліч прес-релізів і організовуючи події, які можна висвітлювати в новинах у певний час дня та тижня. У тій мірі, в якій асоціація може ввести питання у новини ABC або New York Times, вона має більше шансів отримати ці питання у порядок

денний конгресу. Проблема в тому, що доступ до домінуючих медіа є стратифікованим. Насправді, стратифікація доступу є невід'ємною частиною самого процесу новин, оскільки повсякденні практичні рутини журналістів схильні надавати перевагу домінантним над підлеглими групами. Ця стратифікація доступу діє на багатьох різних рівнях. Наприклад, оскільки події частіше вважаються новинними, якщо вони відбуваються протягом робочого дня журналіста, професійні та ресурсно-бідні асоціації опиняються в положенні тимчасової невинності. Оскільки їхні члени повинні працювати на повний робочий день, ці асоціації, як правило, змушені зустрічатися вночі та у вихідні, що ставить їх поза робочим днем журналіста та тимчасово більш віддаленими від процесу виробництва новин. Загалом, журналісти схильні бачити події як новинні, коли ці події можна вписати у звичні новинні коди (так звані "слуги" у редакції), або коли вони можуть вписати подію в поточну історію. Публічні відносини добре знають, як формувати свої події належним чином і більш схильні отримати медіа-доступ для своїх асоціацій. Асоціації, які не мають ресурсів для публічних відносин, знаходяться в явній невинності тут. Нарешті, амбіційні журналісти мають кар'єрну мотивацію культивувати високостатусні джерела. Фактори, такі як ці, продовжують ускладнювати для малих

Розвиток громадянського суспільства залежить від формування медіасистеми. Традиційні медіа (газети, радіо, телебачення) допомагають формувати громадянську свідомість, поширюючи інформацію та аналізуючи події. Нові медіа (соціальні мережі, блоги) дають можливість швидко обмінюватися думками і активніше брати участь у суспільному житті. Технології, які допомагають запобігти авторитаризму, включають цифрові платформи, що сприяють поширенню інформації та організації громадянських акцій, шифрування даних для захисту конфіденційності комунікацій, фактчекінг для виявлення та запобігання поширенню фейкових новин та децентралізовані мережі, що унеможливають централізований контроль над інформаційними потоками. Теоретичні основи та практичний аналіз медіасистем допомагають краще зрозуміти їхній вплив на розвиток громадянського суспільства. Вивчення факторів, що формують медіасистеми, а також механізмів їх функціонування допомагає створювати умови для розвитку відкритого і демократичного суспільства.

1.2 Характеристики медіасистем

Характеристики медіасистем можна розглянути через декілька ключових аспектів, які допомагають зрозуміти їхні функції та вплив

у різних країнах. Основними вимірами для порівняння медіасистем є розвиток медіаринків, політичний паралелізм, рівень журналістської професіоналізації та ступінь державного втручання. Кожен з цих аспектів відіграє важливу роль у формуванні унікальних медіасистем і дозволяє оцінити їхню ефективність та незалежність.

По-перше, розвиток медіаринків включає аналіз того, наскільки сильно розвинений ринок масових медіа в тій чи іншій країні. Сильний розвиток масової преси свідчить про високий рівень комерціалізації та наявність великої аудиторії, яка активно споживає новини. У країнах з добре розвиненим медіаринком, таких як США або Великобританія, масова преса відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та забезпеченні громадян інформацією. Навпаки, слабо розвинений ринок може свідчити про обмежену аудиторію або високу залежність медіа від державного фінансування.

Другий важливий аспект – політичний паралелізм, тобто ступінь зв'язку між медіа та політичними структурами. Високий рівень політичного паралелізму означає, що медіа часто відображають погляди певних політичних партій або груп, що може призводити до поляризації суспільства. Наприклад, у країнах Південної Європи, таких як Італія та Іспанія, медіа часто асоціюються з певними політичними силами, що впливає на їхній зміст та редакційну політику. Низький рівень політичного паралелізму, навпаки, свідчить про незалежність медіа від політичного впливу і орієнтацію на неупереджене інформування громадян.

Третій вимір – рівень журналістської професіоналізації, який включає стандарти журналістської етики, автономію журналістів та організаційні структури в медіа. Високий рівень професіоналізації означає, що журналісти дотримуються високих стандартів етики, мають значну автономію у виборі тем та методів їх висвітлення, а також працюють у структурованих та добре організованих редакціях. Це забезпечує високу якість журналістських матеріалів та довіру з боку аудиторії. Наприклад, у скандинавських країнах журналістика характеризується високим рівнем професіоналізації та етичними стандартами.

Четвертий аспект – ступінь державного втручання в медіасистему. Це включає регуляторні політики, фінансування медіа та рівень цензури. Високий рівень державного втручання може проявлятися у фінансовій підтримці державних медіа, жорстких регуляторних вимогах або прямій цензурі контенту. У таких країнах, як Китай чи Росія, державне втручання в медіа є значним, що впливає на свободу слова та незалежність журналістики. Водночас,

низький рівень державного втручання сприяє розвитку незалежних медіа та різноманітності джерел інформації.

Кожен з цих вимірів має свої унікальні характеристики та взаємозв'язки, що формують медіасистеми окремих країн. Аналізуючи їх у комплексі, можна отримати цілісне уявлення про те, як медіа функціонують у різних соціально-політичних контекстах та які фактори впливають на їхню ефективність та незалежність.

Сучасні медіасистеми становлять сукупність глибоко взаємопов'язаних новинних організацій та просторів політичного обговорення в Інтернеті, які розбивають, висвітлюють, коментують та поширюють політичні новини та інформацію. Цифрові медіа сильно вплинули на медіасистеми. Ці зміни, можна сказати, послабили владу традиційних медіаорганізацій над ворітьми, збільшили взаємозв'язок традиційних та альтернативних новинних організацій та призвели до зростання зв'язку між поведінкою аудиторії, як сприймається на цифрових платформах, та контентом, що створюється новинними організаціями. В поєднанні ці розвитки можуть призвести до зміни доступності політичної інформації та, в наслідок цього, збільшення впливу акторів поза традиційним політичним спектром.

Сучасні медійні системи формуються різноманітними учасниками. Ми знаходимо встановлені медійні бренди, альтернативні медіа, такі як цифрові новинні видання та партійні новинні органи, політичні партії, інтересні групи, компанії, зацікавлені особи, такі як політики, консультанти і експерти, а також члени громадськості. Всі вони вносять внесок у політичний комунікаційний простір, чи то у формі оригінального освітлення, коментарів або політичної онлайн-дискусії. Внески не є незалежними один від одного; скоріше, учасники реагують в різній ступені на контент, наданий іншими для політичного комунікаційного простору.

Хоча існують багато важливих відмінностей у інституційній структурі, журналістських практиках і нормах між традиційними медіаорганізаціями та цифровими медіа, вони поділяють потребу у врахуванні своїх видань. У висококонкурентному ринку новин це призводить до високого рівня взаємозалежності. Поки новина, розголошена на партійній новинній платформі, привертає увагу, вона має потенціал потрапити до контенту традиційних новинних організацій. Привертаючи увагу громадськості, наприклад, провокуючи суперечки або порушуючи норми демократичного дискурсу, партійні діячі мають можливість захопити порядок денний не лише на альтернативних або партійних сайтах, але й у контенті, наданому традиційними новинними організаціями, які у минулому

могли б мати більш сильний редакційний контроль . Це призводить до все більшої взаємозалежності щодо тем, що освітлюються традиційними та альтернативними або партійними новинними виданнями. Редакційні рішення, отже, можна очікувати, що вони впливатимуть на тон та кут освітлення, але все менше впливатимуть на тему, як тільки вона стане привабливою для уваги у політичному комунікаційному просторі.

Не лише медійні організації пов'язані між собою у своєму освітленні. Також зростає зв'язок між темами, які освітлюються традиційними та цифровими медіа, та поведінкою аудиторії. Медійні організації спостерігають за своїми потенційними та фактичними аудиторіями за допомогою аналізу громадської уваги на платформах соціальних медіа або метрик переглядів та взаємодії на їхніх власних платформах . Ці метрики показують теми, які в даний час цікавлять людей, і з якими вони взаємодіють. Ця інформація може слугувати основою для редакційного рішення розмістити швидкий коментар на цю тему як спосіб привернути частину аудиторії, яка зараз привертається темою. Так само, аналіз поведінки аудиторії на їхніх власних сайтах дозволяє новинним організаціям коригувати своє освітлення відповідно до інтересів їхніх онлайн-аудиторій, які проявляються у поведінці користувачів. Цей зростаючий взаємний "зв'язок" між виробниками новин і споживачами новин стає все важливішим елементом у рішеннях про те, які новини освітлювати і як це робити.

Щоб ухопити визначальні характеристики сучасних медійних систем, Ендрю Чедвік ввів термін гібридної медійної системи . За допомогою цього терміну він підкреслює взаємозв'язок між традиційними новинними медіа, цифрово народженими новинними медіа та просторами політичної дискусії в Інтернеті.

Гібридна медійна система ґрунтується на взаємодії між старішими та новішими логіками медіа - де логіки визначаються як технології, жанри, норми, поведінка та організаційні форми - у взаємозв'язаних полях медіа та політики. Актори в цій системі визначаються складними і постійно еволюціонуючими взаєминами на основі адаптації і взаємозалежності, а також одночасної концентрації та розподілу влади. Цей концепт став дуже корисною рамкою для розуміння важливості контролю потоку інформації у взаємопов'язаних комунікаційних просторах для політиків, активістів і знаменитостей: Владу в гібридній медійній системі здійснюють ті, хто успішно здатні створювати, використовувати або керувати потоками інформації таким чином, щоб вони відповідали їх цілям і змінювали, дозволяли або блокували агентство інших, в межах і між різними старими і новими медіа середовищами.

1.3.Фактори, що мають вплив на формування та розвиток медіасистем: методологія аналізу.

Багато дослідників пояснюють відмінності між ЗМІ різних країн існуванням різних моделей медіа або журналістики, єдиного погляду на походження таких моделей, їх вплив на медіасистеми окремих країн та їх єдину класифікацію не існує. Тим не менш, дослідження цього питання має не лише теоретичну, але й практичну цінність для українського медіа-суспільства. У період бурхливого запуску ліцензійних видань видавцям необхідно чітко розуміти, які фактори можуть впливати на успіх їхніх зусиль і наскільки та чи інша концепція газети або журналу зможе прижитися на українському ринку. У зв'язку з цим подібне дослідження здається дуже важливим і актуальним. Дисертація актуальна для сучасної української дійсності, оскільки українська преса історично нахиляється до європейської моделі журналістики. Крім того, актуальність дослідження пов'язана з необхідністю розробки наукових підходів для розуміння механізмів функціонування ЗМІ в глобалізованому просторі.

Медіасистеми функціонують за певними законами і розвиваються під впливом зовнішніх факторів, які через складну систему зв'язків визначають характер і спосіб організації вмісту у засобах масової інформації.

Формування та розвиток медіасистем визначаються низкою факторів, які можна розділити на чотири основні категорії.

Першим є розвиток медіаринків, що відображає рівень розповсюдження масової преси. У країнах із високим рівнем розвитку медіаринків існує більша різноманітність медіа та стабільніше фінансове забезпечення медіаорганізацій, що сприяє незалежності та якості журналістики.

Другим фактором є політичний паралелізм, який характеризує зв'язки між медіа та політичними партіями або основними політичними течіями в суспільстві. Високий рівень політичного паралелізму може свідчити про поляризованість медіа, що впливає на їхню об'єктивність та незалежність.

Третім важливим фактором є професіоналізм журналістики. Високий рівень професіоналізму в журналістській сфері забезпечує якісне, достовірне та неупереджене висвітлення подій, що є важливим для підтримки демократичних процесів у суспільстві. Професійні стандарти та етика журналістів сприяють довірі аудиторії до медіа та підвищують їхню роль у суспільстві.

Четвертим фактором є ступінь державного втручання в медіасистему. Державне втручання може бути різним: від підтримки суспільного мовлення до жорсткого контролю та цензури. Високий рівень державного контролю може обмежувати свободу слова та плюралізм думок, тоді як збалансоване втручання може сприяти розвитку якісного суспільного мовлення та захисту інтересів громадян.

Аналізуючи медіасистеми, необхідно враховувати також додаткові аспекти, які можуть мати вплив на їх розвиток. Це можуть бути культурні особливості, історичний контекст, рівень економічного розвитку та технологічні інновації. Методологія аналізу медіасистем повинна включати як кількісні, так і якісні підходи, що дозволяють глибше зрозуміти складні взаємозв'язки між різними факторами та їх вплив на медіа.

Таким чином, формування та розвиток медіасистем визначається комплексом взаємопов'язаних факторів, кожен з яких відіграє важливу роль у забезпеченні різноманітності, якості та незалежності медіа. Розуміння цих факторів і їхнього впливу є ключовим для аналізу медіасистем та формування ефективної медіаполітики.

Розділ 2. Аналіз впливу структури медіасистеми на рівень розвитку громадянського суспільства.

Структура медіасистеми має значний вплив на рівень розвитку громадянського суспільства, яке відображає ступінь активності, свободи та участі громадян у суспільно-політичному житті країни. В умовах розвинутої медіасистеми, як у Німеччині, де присутня різноманітність громадських, приватних та державних медіа, громадяни мають доступ до широкого спектру інформації та різноманітних точок зору. Це сприяє формуванню критичного мислення, активної громадянської позиції та розумінню різноманітності поглядів у суспільстві.

Україна, у свою чергу, знаходиться на шляху до розвитку стійкої медіасистеми, але її структура залишається менш розвинутою порівняно з Німеччиною. Українські ЗМІ часто піддаються впливу політичних чи бізнес-структур, що обмежує об'єктивність інформації та утруднює розвиток громадянського суспільства. Незважаючи на це, українське суспільство проявляє високу активність та ініціативність у соціально-політичному житті, що свідчить про потенціал для подальшого розвитку громадянського суспільства.

Загалом, структура медіасистеми визначає доступ до інформації, рівень об'єктивності та критичного мислення в суспільстві. Розвинуті та різноманітні медіа сприяють активному громадянському учасу у формуванні демократичного суспільства, в той час як обмежений доступ до незалежної інформації може призвести до збільшення впливу авторитарних та корупційних структур. З історичної точки зору, міноритарні групи зверталися до альтернативних громадських просторів та альтернативних медіа, щоб компенсувати своє виключення з домінуючих публічних просторів. У цих альтернативних комунікативних просторах групи можуть виявляти спільні інтереси, розробляти аргументи для ефективного залучення більш широкого громадянського суспільства та створювати місця для діалогу, які сприяють формуванню нових лідерів громадської думки. Мотивація для участі в цих альтернативних громадських просторах підкріплюється досвідом виключення, але також і надією на те, що нові аргументи та риторика зможуть привернути увагу "головних" публічностей та змінити громадську думку. У цій надії міноритарні групи не відрізнялися від інших добровільних об'єднань; на кінець-кінцем, як спостерігав де Токвіль, всі об'єднання «мріють залучити більшість на свій бік і потім контролювати найвищу Початкова історія чорної преси суттєво вплинула на досвід виключення та сподівання на майбутню участь.

Дуглас мріяв про подвійну роль чорної преси та громадської сфери: створювати майданчик для дебатів та самовдосконалення; і збільшувати видимість чорних у білому громадянському суспільстві. Іншими словами, чорна преса мала на меті зберегти культурну автономію, а водночас сприяти більш успішній взаємодії між різними публіками. Ця подвійна функція, яка є характерною для багатьох альтернативних "контрпублік", була постійною темою у самопредставленні чорної преси.

Як виражено в редакційній статті Freedom's Journal 1827 року Джоном Рассвормом, поширення корисних знань серед чорних спільнот та їх моральне та релігійне підвищення повинні бути підтримані всіма прихильниками людськості. Підґрунтянна ідея полягала в тому, що біле суспільство не мало істинного розуміння чорних справ, і виправлення цього стану справ можливо шляхом розвитку активних, агресивних, громадських та прогресивних просторів для чорної дискусії та формування думок.

Отже, створення національної чорної преси сприймалося як засіб вирішення проблем, з якими зіткнулося чорне суспільство, біле суспільство та вся нація в цілому.

Важливо враховувати, що розвиток громадянського суспільства в значній мірі залежить від доступу до інформації та можливості висловлювати свою думку. Саме тому медіа, які є основним джерелом інформації для суспільства, мають величезний вплив на формування громадянської свідомості та активності.

В розвинутих медіасистемах, як у Німеччині, різноманіття медіа та свобода преси стимулюють критичне мислення та обговорення суспільних питань. Громадяни мають змогу отримувати інформацію з різних джерел та формувати власні погляди. Це сприяє розвитку демократичного суспільства, де громадяни активно беруть участь у прийнятті рішень та контролюють владу.

У країнах з менш розвиненою медіасистемою, як Україна, недостатність різноманіття медіа та вплив олігархів чи політичних еліт можуть призвести до маніпулювання інформацією та обмеження свободи слова. Це ускладнює розвиток громадянського суспільства та може призвести до збільшення соціальної напруги та недовіри до влади. Одним із ключових аспектів є також роль громадських медіа та незалежних журналістів у розкритті корупції, порушення прав людини та інших суспільних проблем. Вони можуть виступати як контрольний механізм, що сприяє вирішенню проблем та підвищенню ефективності демократичних інститутів. Структура медіасистеми має величезний вплив на рівень розвитку громадянського суспільства, визначаючи доступ до інформації, ступінь свободи преси та об'єктивність інформаційного виробництва.

У країнах з розвиненою медіасистемою сприяються умови для активного громадянського участі та контролю за владою, тоді як у країнах з менш розвиненою медіасистемою ці умови можуть бути обмеженими, що ставить під сумнів рівень демократії та прав людини.

Культурні особливості кожної країни впливають на спосіб сприйняття інформації та формування громадянської свідомості. Наприклад, в країнах з високим рівнем інформаційної грамотності та культурою критичного мислення громадяни активніше аналізують інформацію та висловлюють власні погляди. У країнах з низьким рівнем культури громадянського суспільства медіасистема може виконувати роль пропаганди та маніпуляції громадською думкою. Соціальні аспекти також важливі для розуміння впливу медіасистеми на громадянське суспільство. Наявність відкритих інформаційних платформ та можливість висловлювати свою думку сприяє формуванню громадянської активності. У країнах з авторитарними режимами, де існує цензура та обмеження доступу до інформації, рівень громадянської участі може бути обмеженим.

Крім того, важливо враховувати роль міжнародного впливу на медіасистему та громадянське суспільство. Зокрема, у країнах з великим впливом зовнішніх акторів на медіа може виникати ситуація, коли інформаційні потоки формуються з огляду на зовнішні інтереси, що може призвести до втрати автономії та об'єктивності в медіапросторі. Розуміння впливу структури медіасистеми на рівень розвитку громадянського суспільства вимагає аналізу різних аспектів, включаючи культурні, соціальні та міжнародні чинники. Тільки з урахуванням цих складових можна отримати повну картину взаємозв'язку між медіасистемою та розвитком громадянського суспільства.

2.1 Вплив державних та приватних інвестицій на медіасистему.

Державні та приватні інвестиції мають значний вплив на медіасистему країни. У Німеччині державні інвестиції в медіа є одним із основних джерел фінансування для громадських медіа та публічних телевізійних та радіовітрин. Це забезпечує стабільність та незалежність цих медіа від комерційних інтересів та дозволяє їм зосередитися на наданні об'єктивної інформації та виконанні своєї громадської місії. У порівнянні з цим, в Україні державні інвестиції в медіа менші, і це часто створює проблеми для незалежних ЗМІ, які змушені залежати від приватних інвестицій або рекламних доходів. Це може призвести до впливу власників ЗМІ на редакційну політику та обмеження об'єктивності інформації.

Приватні інвестиції в медіа також мають велике значення, особливо в контексті розвитку цифрових медіа та Інтернет-платформ. У Німеччині приватні медіакомпанії часто фінансуються з рекламних доходів та підписних платежів, що дозволяє їм створювати якісний контент та конкурувати на ринку. Україна також спостерігає зростання приватних інвестицій у медіа, зокрема у сегменті цифрових медіа та онлайн-платформ. Проте, часто ці інвестиції здійснюються з метою впливу на інформаційний простір та підтримки певних політичних чи бізнес-інтересів, що може порушувати об'єктивність інформації та свободу преси. Державні та приватні інвестиції в медіасистему мають велике значення для формування її структури та функціонування. У Німеччині державні інвестиції сприяють стабільності та незалежності медіа, тоді як в Україні цей аспект залишається на рівні розвитку, що вимагає уваги та підтримки для забезпечення свободи преси та об'єктивності інформації.

Державні та приватні інвестиції в медіасистему відображаються не лише на її фінансовому забезпеченні, але й на її

ролі в суспільстві, об'єктивності інформації та громадської довіри до ЗМІ.

У Німеччині, державні інвестиції в медіа часто спрямовані на забезпечення громадського інтересу та створення якісного та об'єктивного контенту. Це дозволяє публічним медіа виконувати свою громадську місію, незалежно від комерційних чи політичних впливів. Проте, варто відзначити, що державний контроль над фінансуванням також може стати джерелом політичного тиску та впливу на редакційну політику. Україна, у свою чергу, переживає процес переходу від державного контролю до більш різноманітної структури медіасистеми. Приватні інвестиції в медіа тут можуть бути як джерелом фінансування, так і засобом впливу на інформаційний простір та громадську думку. Нерідко такий вплив може бути небажаним, особливо коли він обмежує об'єктивність та незалежність ЗМІ. Окрім того, важливим аспектом є вплив іноземних інвестицій на медіасистему. В Україні, зокрема, інвестиції від іноземних власників часто стають об'єктом дебатів щодо національної безпеки та суверенітету інформаційного простору.

Державні та приватні інвестиції в медіасистему мають складний вплив на розвиток громадянського суспільства та свободу преси. Важливо забезпечити баланс між різними джерелами фінансування, щоб забезпечити незалежність ЗМІ та гарантувати доступ до об'єктивної інформації для громадян.

Дослідження впливу державних та приватних інвестицій на медіасистему показує, що ці інвестиції відіграють ключову роль у формуванні та розвитку медіа-екосистеми. Згідно з дослідженнями, опублікованими в наукових англомовних статтях, державні інвестиції часто спрямовані на створення та розвиток медіаінфраструктури, такої як мережі передачі даних, трансляційні системи та супутникові зв'язки. Це сприяє поліпшенню доступу до інформації та розширенню аудиторії.

З іншого боку, приватні інвестиції часто забезпечують фінансову стійкість медіаорганізацій, що дозволяє їм забезпечувати якісну журналістику та інформаційні послуги. Однак такі інвестиції можуть призвести до зміни змісту медіаматеріалів під впливом корпоративних інтересів.

Важливою особливістю є те, що державні та приватні інвестиції можуть відрізнятися за своїми цілями та критеріями отримання. Державні фонди можуть надавати підтримку проектам, які відповідають конкретним культурним або політичним цілям, тоді як приватні інвестори частіше орієнтовані на комерційний успіх.

Державне втручання в медіаіндустрію відіграє значну роль у формуванні медіасистеми та визначає ступінь свободи та

незалежності ЗМІ. Це може включати у себе прийняття законів та політик, що регулюють медіа, фінансову підтримку чи контроль над медіакомпаніями, а також встановлення стандартів професійної етики та обов'язків ЗМІ. Такі заходи можуть бути спрямовані на забезпечення більшої об'єктивності, прозорості та відповідальності ЗМІ перед суспільством. Однак в той же час, державне втручання може стати засобом політичного тиску, цензури та обмеження свободи слова. Таким чином, важливо збалансувати необхідність регулювання медіа з захистом основних прав і свобод громадян та забезпечити незалежність та свободу ЗМІ від політичних впливів.

Україна та Німеччина мають відмінні підходи до державного втручання в медіаіндустрію.

Україна стикається з проблемами щодо державного контролю та втручання у медіа. Після Революції Гідності в 2014 році, державна політика була спрямована на покращення ситуації зі свободою слова та незалежністю ЗМІ. Проте, інциденти цензури, тиск на журналістів та використання медіа як інструменту політичного впливу залишаються проблемою. Наприклад, конфлікт між власником телеканалу "NewsOne" та українськими органами влади щодо його візиту до Росії спричинив велику дискусію щодо свободи преси та державного втручання.

У Німеччині існує більш розвинена система медіарегулювання, яка забезпечує стандарти якості та етики у ЗМІ. Наприклад, Федеральна служба з медіаіндустрії (Bundeszentrale für politische Bildung) надає фінансову підтримку та регулює діяльність громадських медіаорганізацій. Такі заходи допомагають забезпечити об'єктивність та незалежність медіа від політичного впливу. Однак, деякі критики вказують на те, що навіть у такій розвиненій системі існують проблеми з концентрацією медіавласності та впливом політичних інтересів на медіа.

Обґрунтування залучення інших акторів, окрім тих, які фактично мають владні повноваження для прийняття рішень, полягає, з одного боку, у необхідності забезпечення легітимного процесу введення та виведення через участь усіх залучених акторів. З іншого боку, аргументація полягає в тому, що зростаюча складність суспільних та політичних питань змушує осіб, які приймають рішення, відкривати свої консультації та процес прийняття рішень для інших акторів, які на основі своєї експертизи можуть внести свій внесок у процес прийняття рішень своїми специфічними знаннями.

У нашому дослідницькому проекті ми зосереджуємось на партисипативній концептуалізації управління. З демократичної точки зору управління може бути визначене як нова форма участі

всіх відповідних зацікавлених сторін у вирішенні конкретного суспільного питання. Партисипативне управління в цьому сенсі може представляти загальну концепцію еволюції процесу прийняття рішень від формальної інституціоналізації, яка є класичним виконавчо-законодавчо-судовим процесом прийняття рішень, до більш неформальної інституціоналізації, яка є новою неієрархічною системою прийняття рішень, де залучені актори сидять за столом прийняття рішень як рівноправні легітимовані зацікавлені сторони і виконують роль регуляторів разом із регульованими акторами.

Згідно з Мейєром та Перріном, той факт, що управління медіа ґрунтується на систематичному, всеосяжному та інституціоналізованому підході з участю багатьох зацікавлених сторін, дозволяє інтегрувати (знехтувані) інтереси зацікавлених сторін на різних рівнях, тобто організації громадянського суспільства повинні брати участь у процесах управління медіа разом із усталеними зацікавленими сторонами, такими як медіаорганізації, економічні інтереси та державні органи.

З точки зору масово-медійної комунікації, зрозуміло, що кожна соціальна група в сучасному суспільстві є відповідним актором, який повинен брати участь у визначенні рамок медіаполітики, оскільки масові медіа відіграють важливу роль у поширенні інформації про важливі політичні та соціальні питання. Залишати приватний медіасектор без регулювання або з слабкими угодами про саморегулювання не відповідає припущенню про залучення відповідних зацікавлених сторін. Більше того, якщо масові медіа є важливим фактором у формуванні інформованого громадянства, то варто, якщо не необхідно, залучити більше груп, що представляють різні суспільні інтереси, у визначення рамок медіаполітики.

Оскільки політична та суспільна інформація є в певній мірі суспільними благами, ринок самостійно може не задовольнити потреби громадськості, особливо там, де ці потреби не можуть бути виражені в ринкових вартостях або не можуть бути визначені через класичні формули попиту та пропозиції. Партисипативна медіаполітика повинна також містити елементи прямої демократії, які дозволяють групам громадянського суспільства спільно визначати окремі політичні результати. Це дозволило б зробити політичний процес більш прозорим. Крім того, політична легітимність політики могла б бути підвищена через співучасть у прийнятті рішень.

Партисипативне управління медіа має підвищити легітимність політичного процесу, відповідальність медіакомпаній і, врешті-решт, забезпечити кращу взаємодію між громадянами,

інтересами громадянського суспільства, економічними інтересами та державою з вигодами для всього демократичного процесу.

Медіаполітика та регулювання медіасистем характеризуються дилемою державного втручання. Насправді, одне з найпроблемніших питань у обговоренні регулювання масових медіа полягає в тому, як знайти відповідний баланс між демократичним державним регулюванням та свободою преси. Як зазначають Хамелінк та Норденстренг, "питання управління медіа є досить складним, тому що медіа є одночасно об'єктом суспільного управління та ключовими агентами у формуванні уявлень про управління в суспільстві".

Партисипативне управління медіа таким чином відрізняється від інших форм партисипативного управління, залишаючи державу поза угодами про управління. Це не означає, що держава не відіграє жодної ролі. Насправді, держава залишається важливим гравцем, але тільки в створенні інституційних умов, де приватні актори та громадянське суспільство можуть зустрічатися для обговорення та регулювання медіа.

Отже, наукові дослідження підтверджують, що державні та приватні інвестиції мають комплексний вплив на медіасистему, впливаючи на її структуру, зміст і функціонування.

2.2 Форми власності на ЗМІ

Форми власності на засоби масової інформації (ЗМІ) можуть бути різноманітними і визначаються власними характеристиками кожної засновницької структури. Корпоративна власність передбачає володіння ЗМІ корпораціями або конгломератами, які можуть мати інші бізнес-інтереси. Групи засобів масової інформації, які є власністю держави, можуть зосереджувати свою увагу на обслуговуванні громадськості та інформаційних потребах держави. Приватна власність передбачає володіння ЗМІ фізичними особами або приватними компаніями, які можуть мати власні цілі та агенди. Неприбуткові ЗМІ зазвичай створюються для забезпечення публічного обслуговування і можуть розраховувати на благодійні внески та гранти. Засоби масової інформації, що належать спільноті, можуть володіти та керувати громадськими організаціями або спільнотами. Спільна власність передбачає спільне володіння ЗМІ кількома суб'єктами, такими як корпорації, урядові органи або індивідуальні особи. Кожна форма власності має свої особливості, які впливають на зміст та спрямування інформації, що розповсюджується через ЗМІ.

Форми власності на ЗМІ відображаються на їхній редакційній політиці, об'єктивності та незалежності від зовнішніх впливів. У

Німеччині існують різні форми власності на ЗМІ, включаючи державну, приватну та громадську. Державні медіа, такі як ARD та ZDF, фінансуються з державного бюджету та ставлять перед собою завдання надати об'єктивну інформацію, що відповідає громадському інтересу. Приватні медіакомпанії, такі як RTL або ProSiebenSat.1, працюють за принципами комерційної успішності, фінансуючись з рекламних доходів та підписок. Громадські медіа, наприклад, Deutsche Welle, можуть мати комбіновану форму власності, отримуючи фінансування як від держави, так і від приватних донорів або громадських організацій.

У порівнянні з цим, в Україні медіасистема характеризується меншою різноманітністю форм власності та частішими випадками впливу політичних чи бізнес-структур на ЗМІ. Державні медіа, такі як Національна телекомпанія України або Українське радіо, часто фінансуються з державного бюджету та можуть підлягати політичному тиску. Приватні медіакомпанії, які переважно фінансуються з рекламних доходів, також можуть піддаватися впливу власників або спонсорів. Громадські медіа в Україні, хоча існують, але зазвичай мають обмежені ресурси та обмежений охоплення. Різноманітність форм власності на ЗМІ в Німеччині сприяє більшій об'єктивності та незалежності від зовнішніх впливів, тоді як в Україні більша концентрація власності та впливу державних та приватних структур може ставити під сумнів об'єктивність інформації та глибину медійної свободи.

Напрямки власності на ЗМІ в Україні та Німеччині можуть відрізнятися також за своєю масштабністю та впливом на медійний ринок. У Німеччині, де існує довіре відношення до державних та громадських медіа, ринок має більшу різноманітність та конкуренцію. Приватні медіакомпанії активно змагаються за аудиторію та рекламні контракти, що стимулює якість та розвиток медійного контенту.

Український медійний ринок, з іншого боку, характеризується меншою масштабністю та частою концентрацією власності. Це може призводити до домінування окремих медіагігантів, які контролюють значну частину ринку та впливають на формування інформаційного простору країни. Додатково, варто звернути увагу на механізми регулювання медіасистеми. У Німеччині існують строгі нормативні вимоги до медіа щодо об'єктивності, рівня інформаційної безпеки та відкритості до різних поглядів. Це сприяє високій довірі громадян до медіа та підтримує стабільність інформаційного простору. Україна, у свою чергу, також працює над удосконаленням медійного законодавства та регулювання, проте існують виклики, пов'язані з корупцією, цензурою та політичним тиском на ЗМІ. Це може

обмежувати роль ЗМІ у формуванні громадської думки та розвитку громадянського суспільства. Таким чином, різноманітність форм власності, масштабність ринку та ефективне регулювання впливають на рівень незалежності та об'єктивності медіасистеми кожної країни, що в свою чергу визначає роль ЗМІ у формуванні громадської свідомості та розвитку демократії.

Приклади форм власності засобів масової інформації в Україні та Німеччині:

Україна:

1. Приватна власність:

- Телеканал "1+1" (належить медіахолдингу "1+1 Медіа")

2. Державна власність:

- Національна телекомпанія України "Українське радіо"

- Державне телебачення України "UA: Перший"

Німеччина:

1. Приватна власність:

- Таблоїд "Bild" (належить групі компаній Axel Springer SE)

- Телеканал "RTL" (належить медіагрупі Bertelsmann SE & Co. KGaA)

2. Державна власність:

- Державний телеканал "ZDF" (належить Zweites Deutsches Fernsehen, урядова організація)

- Державне радіо "Deutschlandfunk" (належить Deutschlandradio, державній організації)

Ці приклади ілюструють різноманітність форм власності в медіа-сфері обох країн.

2.3 Механізми формування медіа систем і медіаринків в громадянському суспільстві.

У громадянському суспільстві механізми формування медіа систем та медіаринків відображають складний взаємозв'язок між політичними, економічними та соціокультурними факторами. Політичні реформи, законодавство та структури влади грають ключову роль у регулюванні та формуванні медіа систем. Економічні механізми, такі як рекламний ринок, інвестиції та фінансування, впливають на комерційну складову медіа та їхню незалежність. Соціокультурні чинники, такі як соціальні цінності,

ідеології та медійна грамотність, визначають споживчі уподобання та впливають на формати та жанри медіа.

Крім того, роль цивільного суспільства та громадських організацій є важливою в процесі формування медіа системи, бо вони відстоюють інтереси громадян та забезпечують медійну свободу та доступ до інформації. Підтримка незалежних журналістів, розвиток громадянського журналізму та медійна грамотність також відіграють суттєву роль у формуванні медіа систем.

Загалом, в громадянському суспільстві медіа системи та медіаринки формуються в результаті взаємодії політичних, економічних, соціокультурних чинників та активної участі цивільного суспільства.

Формування медіасистем і медіаринків залежить від багатьох факторів, включаючи політичні, економічні, соціокультурні та технологічні умови. Порівняльний аналіз дозволяє виявити основні механізми, що визначають структуру медіасистем у різних країнах та регіонах.

Політичний контекст відіграє ключову роль у формуванні медіасистеми. У демократичних країнах медіасистеми зазвичай більш плюралістичні та незалежні, тоді як у авторитарних режимах медіа часто контролюються державою.

Демократичні країни:

- Свобода слова та преси: Законодавство гарантує свободу слова та преси, що сприяє розвитку незалежних медіа.
- Регуляція медіаринку: Встановлення антимонопольних законів та механізмів контролю за концентрацією медіавласності для забезпечення плюралізму.

Авторитарні країни:

- Державний контроль: Високий рівень державного контролю над медіа, обмеження свободи слова та цензура.
- Пропаганда: Використання медіа для поширення державної пропаганди та обмеження доступу до незалежної інформації.

Формування медіа систем та медіаринків у громадянському суспільстві - це складний процес, що включає різноманітні механізми та впливи. У громадянському суспільстві різноманітні структури та процеси взаємодіють для формування медійного простору. Одним з ключових механізмів є публічна думка та попит на інформацію. Медіа відображають інтереси громадян та відгуки на події, що відбуваються в суспільстві. Також важливу роль відіграють політичні та економічні фактори, які визначають

власництво над медійними засобами та їхній вплив. Влада і політичні еліти можуть впливати на медіа через законодавство, фінансування та інші методи. З іншого боку, цивільне суспільство, активісти та неприбуткові організації також мають можливість формувати медійну систему через громадське мовлення, діяльність у мережі та інші інструменти. Важливу роль у формуванні медіа системи відіграє також технологічний прогрес, зокрема розвиток інтернету та соціальних медіа, що дає можливість громадянам створювати власний контент та обмінюватися інформацією без посередників. Ці механізми разом формують медійну систему та медіаринки, які відображають різноманітні інтереси та погляди громадян у громадянському суспільстві.

Розділ 3. Аналіз впливу структури медіасистеми на зміст масової інформації.

Структура медіасистеми має значний вплив на зміст масової інформації, оскільки вона визначає, хто контролює медіа, як різноманітні їхні джерела, а також як вони взаємодіють з громадськістю. Порівняємо вплив структури медіасистем України та Німеччини.

У Німеччині структура медіасистеми відзначається різноманітністю форм власності, що сприяє різноманіттю інформаційних джерел. Присутність державних, приватних та громадських медіа забезпечує широкий спектр поглядів та джерел інформації для громадян. Це сприяє об'єктивності та різноманітності змісту масової інформації, оскільки різні медіаканали конкурують за увагу аудиторії та стимулюються до надання якісного контенту. У порівнянні з цим, в Україні структура медіасистеми характеризується меншою різноманітністю та частішою концентрацією власності. Часто медіа контролюються обмеженим колом власників, що може призводити до монополізації інформаційного простору та обмеження різноманіття поглядів. Це може впливати на об'єктивність та рівень доступу до різноманітної інформації для громадян. Крім того, політичний контекст також важливий для розуміння впливу структури медіасистеми на зміст масової інформації. У Німеччині існують строгі закони, що гарантують свободу слова та захищають незалежність ЗМІ від політичного тиску. Це сприяє наданню об'єктивної та різноманітної інформації для громадян. Україна, у свою чергу, часто стикається з проблемами політичного тиску на ЗМІ та обмеженням свободи слова, що може обмежувати доступ до об'єктивної інформації. Структура

медіасистеми в Німеччині сприяє більшій об'єктивності та різноманітності змісту масової інформації, тоді як в Україні більша концентрація власності та політичний тиск можуть стати перешкодою для надання об'єктивної та різноманітної інформації громадянам.

У Німеччині, де діє різноманітна структура медіасистеми, спостерігаються приклади громадських медіа, таких як Deutsche Welle, які фінансуються з різних джерел, включаючи державний бюджет та приватні пожертвування. Ці медіа мають громадську місію та надають об'єктивну інформацію на міжнародному рівні. У порівнянні з цим, українські ЗМІ, такі як телеканали, які належать бізнесменам або політичним структурам, можуть бути схильні до представлення інформації, яка відповідає їхнім власницьким інтересам. Наприклад, телеканали, що належать політичним партіям, можуть перекривати події з ухилом на підтримку власних поглядів. Крім того, в Німеччині існують приклади громадських радіостанцій та журналів, які фінансуються громадськими пожертвами та волонтерською роботою, що створює можливість для громадян активно впливати на медійний контент та висвітлення питань, які їх цікавлять.

Україна також має приклади громадських медіа, але їхній розвиток ще не настільки розгалужений і розвинений, як у Німеччині. Проте, ці ініціативи набирають обертів, що свідчить про зростання інтересу громадян до створення альтернативних джерел інформації. Різниця в рівні розвитку громадських медіа та їхнього впливу на формування інформаційного простору надає приклади впливу структури медіасистем на рівень об'єктивності та різноманітності масової інформації в кожній країні.

Велику роботу з аналізу медіасистем та моделей виконали американські та італійські дослідники Д. Халлін та П. Манчині. Значний акцент в їхній роботі зроблено на політичній складовій медіасистем. Проаналізувавши медіасистеми Західної Європи, США та Канади, вони виділили три медіамоделі: середземноморську, або плюралістично-поляризовану; ліберальну, або англосаксонську; та корпоративно-демократичну, або медіамоделі Центральної та Північної Європи. Одна з найважливіших ідей книги Д. Халліна та П. Манчині полягає в припущенні, що шляхом розгляду тих чи інших структурних відмінностей медіасистем можна пояснити появу та популярність тих чи інших жанрів та форм журналістської діяльності, які притаманні конкретним країнам. Ця ідея лягла в основу представленої дисертаційної роботи.

"Ди Вельт" (Die Welt) – одна з небагатьох надрегіональних якісних газет Німеччини з тиражем понад 251,7 тис. екземплярів. Вона видана з 1946 року як надпартійне видання і належить видавничому дому Акселя Цезаря Шпрінгера. Газета консервативна та "лояльна до держави" за своїми поглядами. Вона виходить шість разів на тиждень (крім недільного випуску "Вельт ам зоннтаг" (Welt am Sonntag), який не включено до аналізу).

Італійська ранкова якісна газета "Коррьєре делла сера" (Corriere della sera) видана в Мілані з 1876 року (раніше виходила як вечірня). Вона відома своєю увагою до міжнародних подій та має високий авторитет серед італійської еліти. Її тираж перевищує 660 тис. екземплярів. Це лідируюча газета за продажами в Італії (займає третє місце за кількістю читачів одного номера після "Ла Газетта делло спорт" та "Ла Репуббліка" (La Gazzetta dello Sport та La Repubblica)). Газета також відома своєю відносною незалежністю політичної позиції, що не є занадто типовим для італійських видань (єдине серйозне виключення було зроблене в підтримку партії Романо Проді в 2006 році). Видавництвом її редакцій займається "РЧС" (RCS).

В країнах з розвинутою телевізійною культурою газети використовують елементи телевізійної культури, щоб успішно конкурувати з аудіовізуальними ЗМІ. Це стосується як змісту, так і жанрів. Газети пропонують більше розважальної інформації, інфотейменту, матеріали носять більш персоналізований та суб'єктивний характер, а стиль подачі наближений до розмовної, з використанням яскравих, виразних заголовків, діалогів та прямої мови, а також більшої кількості візуальних елементів.

Наприклад, італійська газета виділяє в 5-10 разів більше місця кримінальним новинам та розважальним матеріалам, таким як кросворди, телепрограми та інше, ніж газети інших розглянутих країн. Для італійських видань дуже важливо привернути увагу читача, оскільки основні продажі газет відбуваються через роздріб, а тиражі обмежені. У зв'язку з цим для італійських газет характерне розміщення на першу сторінку більшої кількості матеріалів, ніж це роблять, наприклад, британські ЗМІ.

Навпаки, зміст німецької газети під час аналізу представлений менш емоційним і більш збалансованим і аналітичним, що пояснюється, зокрема, переважанням в Німеччині підписних видань. Британська газета займає проміжну позицію: вона менш емоційна, ніж італійське видання, але також використовує елементи, що привертають увагу.

У Великобританії газета має більшу ширину сторінки, а обсяг статей зазвичай більший, ніж в італійській чи німецькій пресі. Це

збігається з даними щодо медіапотребління газет - у Великобританії читач приділяє їм більше часу і готовий читати більш довгі тексти. Італійський читач приділяє читанню менше уваги і повинен отримати максимум інформації за мінімальний час. Звідси - складні трьохрівневі заголовково-підзаголовкові комплекси, характерні для італійської преси.

В залежності від позиції преси, у газетах та журналах формуються різні жанри, більш або менш суб'єктивні. За дослідженнями американських науковців Р. Бенсона та Д. Халліна, в інтерпретації та висловленні думок у французьких новинних матеріалах використовується характерна форма есе та вона виконує функцію висновку. Це відрізняється від американського стилю "перевернутої піраміди", де головна інформація викладається у першому реченні, менш важлива - у другому і так далі. Цей французький принцип можна помітити і в італійській пресі, яка часто розпочинає повідомлення не з самої новини, а з описового зображення.

Розвиток громадянського суспільства тісно пов'язаний з формуванням медіа системи. Медіа виступають як ключовий канал для передачі інформації, обговорення громадських питань та формування громадянської свідомості. Від того, наскільки медіа система є вільною, різноманітною та доступною, залежить рівень інформованості громадян та їхня здатність брати участь у громадському житті.

Якщо медіа система є монополізованою або контролюється державою чи корпораціями, це може призвести до обмеження доступу до різноманітної інформації та поширення цензури. У такому випадку, громадяни можуть мати обмежені можливості для висловлення власних думок, участі в громадських діях та контролю за владою.

Навпаки, розвиток вільних та незалежних медіа сприяє активізації громадянського суспільства. Якщо медіа система забезпечує різноманітність джерел інформації, критичний погляд та відкритий діалог, це сприяє формуванню свідомих громадян, здатних аналізувати та критично оцінювати події в суспільстві. Така медіа система стимулює громадянську активність, сприяє розвитку громадських об'єднань та ініціатив, а також зміцнює принципи демократії та прав людини.

Отже, формування медіа системи має велике значення для розвитку громадянського суспільства, адже вона визначає доступ до інформації, рівень свободи слова та можливості громадян брати участь у громадському житті.

Механізми формування медіасистем і медіаринків відрізняються залежно від історичного, економічного та політичного контексту кожної країни. Порівняльний аналіз дозволяє зрозуміти, як різні моделі впливають на медіасередовище.

Медіасистема США характеризується домінуванням приватної власності та високою конкуренцією на медіаринку. Більшість великих медіакомпаній, таких як CNN, NBC та Fox News, належать приватним корпораціям. Ринок регулюється Федеральною комісією зв'язку (FCC), яка забезпечує дотримання антимонопольних законів та сприяє конкурентності. Така структура призводить до великої кількості різноманітних медіа, але також може сприяти концентрації власності в руках небагатьох великих гравців.

Німецька медіасистема поєднує державне фінансування суспільних мовників (ARD, ZDF) та приватні медіакомпанії. Суспільні мовники фінансуються через ліцензійний збір, що дозволяє їм зберігати незалежність від комерційного тиску. Приватні компанії, такі як RTL та ProSiebenSat.1, конкурують за рекламні доходи. Регуляція здійснюється на федеральному та земельному рівнях, що сприяє плюралізму та незалежності медіа.

Медіасистема Китаю сильно контролюється державою. Більшість великих ЗМІ належать державі або знаходяться під жорстким контролем, що дозволяє уряду ефективно контролювати зміст інформації. Існують приватні медіа, але вони також піддаються суворій цензурі та регуляції. Така система дозволяє уряду використовувати ЗМІ як інструмент пропаганди, але обмежує свободу слова та плюралізм.

Порівняльний аналіз показує, що структура медіасистеми та форми власності значною мірою впливають на характер і якість медіаконтенту, а також на рівень свободи слова та інформаційного плюралізму в суспільстві.

Медіасистема, яка колись була осередком конкурентності та різноманіття, поступово втратила ці риси, що негативно позначається на якості інформаційного середовища та демократичних процесах. Ця деградація відбулася через кілька факторів, серед яких зростання концентрації власності, вплив великих технологічних компаній та змінення медіаспоживання. Розглянемо детальніше ці аспекти, щоб зрозуміти, чому сучасна медіасистема більше не є конкурентною.

Медіаспоживання також значно змінилося з розвитком цифрових технологій. Глядачі та читачі все частіше звертаються до інтернету за новинами, залишаючи традиційні друковані та телевізійні ЗМІ. Це створює нові виклики для медіаіндустрії.

Конкурентність медіасистеми значно знизилася через концентрацію власності, вплив технологічних гігантів та зміни у медіаспоживанні. Це має серйозні наслідки для демократії та суспільства в цілому, оскільки зменшення різноманіття думок і зниження якості інформації підривають основи обізнаного громадянства. Відновлення конкурентності вимагає регуляторних заходів для обмеження концентрації власності, забезпечення прозорості алгоритмів соціальних медіа та підтримки незалежних медіаорганізацій.

Проект "Єдині новини" виник як відповідь на виклики сучасного інформаційного простору, який характеризується стрімким розвитком технологій, зростанням кількості джерел інформації та поширенням фейкових новин. Метою цього проєкту є створення єдиного, надійного та перевіреного джерела новин, яке б об'єднувало найкращі практики журналістики та забезпечувало суспільство достовірною інформацією.

Ідея створення "Єдиних новин" виникла внаслідок численних криз в медіаіндустрії, включаючи зниження довіри до традиційних ЗМІ, поширення неправдивої інформації та зростання політичної поляризації. Проєкт був ініційований групою провідних журналістів, медіаекспертів та громадських діячів, які усвідомили необхідність єдиного джерела новин, яке б відповідало високим стандартам журналістики та могло протистояти викликам сучасного інформаційного середовища.

Проект "Єдині новини" має кілька ключових цілей:

1. Забезпечення достовірної інформації: Основною метою проєкту є надання суспільству достовірної, перевіреної інформації, яка базується на фактах та відповідає журналістським стандартам.

2. Боротьба з фейковими новинами: Проєкт прагне протистояти поширенню фейкових новин та дезінформації, надаючи платформи для перевірки фактів та спростування неправдивої інформації.

3. Підтримка незалежної журналістики: "Єдині новини" спрямовані на підтримку незалежних медіа та журналістів, забезпечуючи їх необхідними ресурсами та платформою для публікацій.

4. Освітня функція: Проєкт також має на меті підвищення медіаграмотності населення, проводячи освітні програми та тренінги для різних груп населення.

5.

"Єдині новини" організовані як незалежна медіаплатформа, яка співпрацює з різними медіакомпаніями, незалежними журналістами та громадськими організаціями. Структура проєкту включає кілька ключових компонентів:

Попри виклики, проєкт "Єдині новини" має великі перспективи для подальшого розвитку. Зокрема, планується розширення співпраці з міжнародними медіаорганізаціями, впровадження нових технологій для боротьби з дезінформацією та розширення освітніх програм.

Проєкт "Єдині новини" є важливим кроком у розвитку сучасного медіапростору. Він об'єднує зусилля професійних журналістів, фактчекерів та громадських діячів задля забезпечення суспільства достовірною та перевіреною інформацією. Успішна реалізація проєкту сприятиме підвищенню рівня медіаграмотності населення та зміцненню демократії, адже обізнане суспільство є запорукою стабільного та справедливого розвитку країни.

Основні цілі проєкту включають:

1. Забезпечення єдиної інформаційної політики: Координація новинних потоків для створення цілісної та злагодженої інформаційної політики, яка підтримує державні інтереси та національну безпеку.

2. Боротьба з дезінформацією: Виявлення та спростування фейкових новин, які поширюються з метою дестабілізації ситуації в країні.

3. Підтримка незалежних журналістів та медіа: Надання ресурсів та підтримки незалежним журналістам, які працюють в умовах підвищеного ризику.

4. Підвищення медіаграмотності населення: Освітні програми та кампанії, спрямовані на підвищення рівня критичного мислення та навичок перевірки інформації серед населення.

Проєкт "Єдині новини" є важливим інструментом у боротьбі за інформаційну безпеку України. Він об'єднує зусилля провідних медіа та незалежних журналістів задля забезпечення суспільства

достовірною інформацією, протистояння дезінформації та підтримки національної єдності. Успіх цього проекту сприяє зміцненню демократичних інституцій та підтримці обізнаного громадянства, що є запорукою стабільного та справедливого розвитку країни в умовах сучасних викликів.

Медіасистема вирізняється своєю здатністю відтворювати та розповсюджувати різноманітні інформаційні жанри, включаючи новини, розваги, наукову інформацію, рекламу та інше. Вона взаємодіє із суспільством, впливаючи на громадську думку, формування культурних стандартів та сприяючи громадянській партicipації.

Загальне уявлення про медіасистему передбачає також розгляд динаміки змін у медіа, пов'язаних із технологічними, економічними та соціокультурними зрушеннями. Це включає в себе аналіз впливу новітніх технологій, концентрації медійної власності, етичних стандартів та ролі медіа у визначенні громадських цінностей. Загалом, медіасистема є ключовим елементом сучасного інформаційного суспільства, який визначає спосіб, яким ми сприймаємо та обмінюємося інформацією в сучасному світі.

Роль медіа в сучасному суспільстві визначається як ключова та багатогранна. Медіа виступає важливим агентом впливу на формування громадської свідомості, сприяючи взаємодії та обміну інформацією. Одна з ключових функцій медіа полягає в тому, щоб відображати реальність, надавати інформацію про події та явища навколо нас.

Медіа виступає в ролі посередника між подіями та громадянами, інтерпретуючи та коментуючи інформацію. Важливою аспектом ролі медіа є формування громадської думки та вплив на утворення суспільних стереотипів та цінностей. Медійні платформи часто виступають катализаторами обговорення соціальних питань, політики та культури, сприяючи формуванню громадської свідомості.

Крім того, медіа має важливий елемент в економічній та політичній сферах, як засіб впливу та контролю. Вони взаємодіють з іншими суспільними інститутами, такими як уряд, бізнес та громадські організації, впливаючи на формування суспільної агенди та розподіл влади.

Значення особистості журналіста або спікера в пресі розкривається на прикладі жанру інтерв'ю. У німецькій пресі переважають інформативні або експертні інтерв'ю, де головним предметом розмови є нові факти, повідомлення або оцінка якої-небудь ситуації. У італійській традиції основним об'єктом інтересу є особистість інтерв'юованої особи. Крім того, журналіст сам виступає

активним учасником комунікації, його мова є більш прямою. У британській пресі велика частина мови співрозмовника переказується від імені журналіста. Таким чином, досягається більша відстань між позицією журналіста та позицією інтерв'юованої особи, як би погляд на неї з боку.

Німецька газета створює додаткову цінність для своїх читачів, виділяючи значну увагу економічній інформації. Це, частково, можна пояснити більш високим, ніж в інших розглянутих країнах, показником ВВП на душу населення. Потреба населення у економічній інформації відображається в пресі: читачі, які володіють акціями, вважають таку інформацію цінною для себе.

Для британських журналістів політика - це можливість висловити точку зору редакції та суспільства на політичний процес, тоді як для італійських видань політика - це перш за все елемент шоу. Італійські газети менше схильні до серйозного аналізу та більше - до спекуляцій та використання політичних приводів для розваги читачів. Зазначається, що виразність політичної позиції залежить від структури ринку. У Великобританії існує велика конкуренція на національному ринку, і британські газети шукають способи відзначитися серед конкурентів, одним із яких є політична позиція.

У США газети зобов'язані дотримуватися плюралізму, оскільки часто ринок має лише одну газету. У Італії загальнонаціональні газети користуються підвищеним попитом, і це призводить до збільшеної уваги до політичних питань. Незважаючи на заявлену нейтральність, політичні статті "Коррьере делла сера" мають виразний емоційний характер.

Відкритість газет у міжнародній тематиці пов'язана з рівнем інтеграції держави в світову економіку та взаємопроникненням культур. Найбільш відкритою вважається позиція німецької преси. У заключній частині роботи наведені основні узагальнюючі висновки щодо результатів дослідження та зроблені прогнози щодо розвитку медіасистем у майбутньому.

У дослідженні встановлено, що на формування медіасистеми впливає безліч факторів, таких як географічне положення держав, наявність загальнонаціональної мови, особливості політичної системи, рівень економічного благополуччя, рівень грамотності, релігія, особливості стилю життя та споживання, історія країни, інші культури, діяльність держави та політичних партій.

Ці фактори визначають особливості структури та інфраструктури медіаринку, такі як розвиненість системи дистрибуції, доступ споживачів до медіапродукту та нових технологій, особливості медіапереваг, масовість преси та особливості її проникнення, наявність або відсутність інституту

підписки та рівень його розвиненості. Також важлива роль відводиться домінуванню загальнонаціональних або регіональних/місцевих ЗМІ, рівню доходів медіа, конкурентоспроможності ринку, домінуванню аудіовізуальних або печатних засобів масової інформації на ринку, формам власності на медіа та державній політиці на медіаринку, рівню професіоналізму журналістів, в тому числі наявність та ефективність професійних журналістських асоціацій та кодексів, а також усвідомленням журналістами своєї специфічної ролі.

З трьох проаналізованих країн, німецька преса має найбільші ресурси для розвитку. Витрати італійської преси порівняні з витратами німецької та британської, проте доходи її значно менші, і їх коло обмежене. Британська преса досить розвинена, проте на британському ринку також сильні позиції телебачення. В усьому світі спостерігається тенденція до зближення медіамоделей.

Для англо-американської моделі характерне бачення медіасистеми як частини економічної сфери життя суспільства, переважаючої ідеї прибутку та домінування розважальної сфери. Можливо, саме це пояснює сильний вплив економічного чинника на медіасистеми в цих країнах та зростання впливу цього чинника в Німеччині та Італії. У розглянутих країнах все більше проявляється тягнення преси до нейтрального тону та чіткого відокремлення коментарів від фактів, а також до сенсаційності та до всього, що може привернути увагу. До зближення медіасистем призводять також процеси економічної та політичної інтеграції між країнами. Перш за все це стосується Європи та єдиного панєвропейського законодавства, що поширюється на всю Європу (як приклад може служити Європейська конвенція про транскордонне телебачення).

Іншим фактором, який підштовхує до зближення між різними моделями ЗМІ, є нові інформаційно-комунікаційні технології, які подібним чином впливають на роботу редакцій. У найбільш розвинених країнах Заходу були прийняті програми підтримки переходу до інформаційного суспільства, що призвело до бурхливого впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в життя суспільства.

Процеси глобалізації найбільше впливають, насамперед, на журнали, контент яких легше адаптувати до різних менталітетів. Є особливі типи журналів, які не потребують особливої адаптації - наприклад, науково-технічні або журнали про подорожі. Це ж правило стосується кіно- та телевізійної продукції, перш за все різноманітних серіалів та розважальних шоу. На невеликих медіаринках віддають перевагу не створювати власну продукцію, а

закуповувати зарубіжну, виготовлену на великих медіаринках, що призводить до подальшого зближення між медіасистемами.

Сьогодні особливим чинником, що впливає на зміни в медіасистемах, є процеси цифровізації, які активізувалися в останні 2-3 роки на західно-європейських, азійських і англосаксонських ринках. Бізнес-моделі та журналістська практика нових цифрових ЗМІ ще не склалися, проте вже можна стверджувати, що вони суттєво змінюють обличчя медіасистем.

Італійський дослідник П. Манчіні вважає, що сьогодні можна говорити про дворівневу систему комунікацій. Він стверджує, що ЗМІ першого рівня спрямовані на еліту, на правлячі класи. Ці засоби масової інформації стають все більш глобальними і змивають географічні та культурні кордони. Проте є також ЗМІ другого рівня - національні, які, як правило, орієнтовані на середній та нижній сегмент аудиторії - як за рівнем доходу, так і за рівнем освіти та культури. Якщо ЗМІ першого рівня вже не існують в рамках національних медіасистем, то ЗМІ другого рівня залишають ці відмінності. Таким чином, до певної міри національні системи ЗМІ та регіональні медіамоделі залишаться й у майбутньому. Однак, як показав аналіз, правильніше говорити не про медіамоделі або групи країн, а про групи чинників, що схожим чином впливають на іноді зовсім різні держави.

Отже, роль медіа у суспільстві є невід'ємною від формування громадянської свідомості, розвитку публічного діалогу та визначення суспільної динаміки. Їхній вплив виявляється на різних рівнях, включаючи інформаційний, культурний та політичний аспекти сучасного життя.

3.1. Традиційні і нові медіа у формуванні громадянського суспільства.

Традиційні та нові медіа відіграють ключову роль у формуванні громадянського суспільства в Україні та Німеччині, але їхній вплив може виявлятися різним через різницю в структурі медіасистем, культурних та історичних особливостей кожної країни.

У Німеччині та Україні традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та газети, все ще мають значний вплив на суспільство. У Німеччині, де існує розвинена система державних, приватних та громадських медіа, традиційні канали масової інформації забезпечують широкий спектр поглядів та інформації для громадян. Україна, незважаючи на перевагу традиційних медіа, також спостерігає зростання популярності онлайн-версій газет, цифрового мовлення та інтернет-порталів. Однак нові медіа, зокрема соціальні

медіа та блоги, набирають все більшого значення в формуванні громадянського суспільства, особливо серед молодого покоління. У Німеччині та Україні соціальні мережі стають платформою для обміну інформацією, мобілізації суспільства та формування громадської думки. Проте, важливо враховувати, що вони також можуть стати джерелом поширення дезінформації та маніпуляції.

У країнах, де традиційні медіа піддаються політичному чи корпоративному впливу, нові медіа можуть виступати як альтернативне джерело інформації та майданчик для вираження різноманітних поглядів. Проте, вони також можуть створювати фільтрувальні бульбашки та підтримувати ехо-камери, що обмежує різноманітність поглядів та сприяє політизації суспільства. Традиційні та нові медіа в Україні та Німеччині взаємодіють із складними факторами культурного, політичного та технологічного характеру, формуючи інформаційний ландшафт та впливаючи на розвиток громадянського суспільства. Традиційні медіа, такі як газети, телебачення та радіо, мали значний вплив на суспільство протягом довгого часу. Вони забезпечували основний потік інформації, виступали як головні джерела новин та аналізу. Традиційні медіа часто мали масовий охоплення та вплив на громадську думку через свою широку аудиторію.

Нові медіа, такі як Інтернет, соціальні мережі, блоги та цифрові платформи, принесли революційні зміни у медійний пейзаж. Вони надали можливість кожному громадянину стати виробником контенту та співробітником інформаційного простору. Нові медіа сприяли децентралізації медійного простору, розширили можливості громадського обговорення та забезпечили платформи для висловлення різноманітних голосів та поглядів.

Важливо враховувати, що обидва типи медіа мають свої переваги та недоліки. Традиційні медіа можуть мати більшу впевненість в достовірності та професіоналізмі, але вони також можуть бути піддані політичному або комерційному впливу. Нові медіа можуть забезпечувати більшу свободу вираження, але вони також можуть страждати від проблем фільтрації, дезінформації та анонімності.

Усі ці медійні форми важливі для формування громадянського суспільства, оскільки вони сприяють активному участю громадян, обговоренню громадських питань та підтримці громадських цінностей і ідеалів. Тривала і ефективна взаємодія між традиційними та новими медіа є ключем до розвитку стійкого та прогресивного громадянського суспільства.

Традиційні та нові медіа грають важливу роль у формуванні громадянського суспільства, кожне з них має свої характеристики та вплив на громадянську активність та свідомість.

Традиційні медіа, такі як газети, телебачення та радіо, зазвичай мають широку аудиторію та історичну авторитетність. Українські газети "Українська правда" та "Комсомольська правда" та німецькі видання "Frankfurter Allgemeine Zeitung" та "Die Zeit" відомі своєю об'єктивністю та аналітичним підходом до подачі інформації.

Нові медіа, зокрема Інтернет, соціальні мережі та блоги, дозволяють кожному громадянину стати активним учасником медійного простору. Український інтернет-ресурс "Українська правда" та німецький сайт "Spiegel Online" стали популярними джерелами новин та аналізу.

Нові медіа також сприяють розвитку громадянської журналістики та громадських ініціатив. Проект "Texty.org.ua" в Україні та "Correctiv" в Німеччині є прикладами громадських медіа, які розслідують корупцію та інші громадські проблеми.

Загалом, традиційні та нові медіа взаємодоповнюють одне одного і разом сприяють активному громадянському участию, створюючи умови для розвитку відкритого, інформованого та активного суспільства.

3.2. Технології запобігання авторитаризму.

Технології, спрямовані на запобігання авторитаризму, є ключовими для збереження демократії та захисту прав людини в сучасному світі. Ці технології включають в себе широкий спектр інструментів та підходів, які сприяють виявленню та запобіганню порушенням демократичних принципів, обмеженню концентрації влади та підвищенню участі громадян у політичному процесі.

Запобігання авторитаризму - завдання, що вимагає комплексного підходу. Технології можуть стати важливим інструментом у цьому процесі. Наприклад, інформаційні технології, такі як Інтернет та соціальні медіа, дозволяють широкому колу людей висловлювати свою думку та обмінюватися ідеями, що сприяє формуванню критичного мислення та активізації громадянської позиції. Криптографія та захист приватності забезпечують конфіденційність і безпеку комунікацій, що допомагає уникнути масового спостереження та цензури. Електронна демократія, через використання електронних систем для голосування та ухвалення рішень, може зробити політичний процес більш прозорим та демократичним. Технології блокчейну можуть гарантувати безпеку та недоторканність даних, зменшуючи

можливість маніпуляцій та корупції. Інструменти моніторингу прав людини, такі як цифрові системи та моніторингові програми, допомагають вчасно виявляти порушення прав і реагувати на них. Ці технології не лише допомагають уникнути розвитку авторитарних режимів, але й сприяють зміцненню демократії та прав людини.

Цифрові технології прозорості відіграють важливу роль у забезпеченні відкритості та прозорості управління. Це включає в себе розробку та впровадження електронних систем управління, які дозволяють громадянам моніторити діяльність уряду, отримувати доступ до інформації про бюджетні видатки, договори та прийняття рішень. Моніторинг та звітність є ще одним важливим аспектом технологій запобігання авторитаризму. Цифрові інструменти дозволяють громадським організаціям та незалежним журналістам виявляти та документувати порушення прав людини, корупційні схеми та інші негативні явища. Це допомагає залучати увагу громадськості, змушує владу бути більш відкритою та відповідальною перед суспільством.

Соціальні мережі та цифрові медіа відіграють також значну роль у зміцненні демократії. Вони створюють можливості для громадянського обговорення, обміну ідеями та організації громадських рухів. Наприклад, події "Arab Spring" та "Euromaidan" вказують на важливість цифрових медіа для мобілізації громадян та відстоювання їхніх прав та інтересів.

Загалом, технології запобігання авторитаризму відіграють ключову роль у збереженні демократії та захисті прав людини. Вони допомагають зміцнити принципи відкритості, прозорості та участі, що є основоположними для будь-якого демократичного суспільства.

Висновки

У першому розділі ми розглянули основні поняття та теоретичні аспекти медіасистем та медіаринків. Медіасистема визначається як сукупність всіх медіаорганізацій, інститутів та процесів, що забезпечують виробництво, розповсюдження та

споживання медіаконтенту. Медіаринок, своєю чергою, охоплює економічні та бізнесові аспекти діяльності медіакомпаній.

Медіасистеми характеризуються рядом властивостей, включаючи ступінь концентрації медіавласності, рівень регулювання з боку держави, ступінь незалежності медіа, доступ до інформації та різноманітність контенту. Кожна з цих характеристик впливає на загальний стан медіаіндустрії та якість інформації, яка доноситься до суспільства.

Методологія аналізу медіасистем включає розгляд впливу різних факторів, таких як економічні, політичні, соціальні та технологічні. Економічні фактори визначають фінансову стійкість медіакомпаній, політичні – рівень свободи слова та цензури, соціальні – потреби та очікування аудиторії, а технологічні – інновації та доступність нових платформ для розповсюдження інформації.

У другому розділі ми зосередилися на тому, як структура медіасистеми впливає на зміст масової інформації. Державні та приватні інвестиції мають значний вплив на медіасистему. Державні інвестиції можуть сприяти розвитку незалежних медіа, але також можуть використовуватися для контролю та пропаганди. Приватні інвестиції часто призводять до концентрації медіавласності, що може знижувати різноманітність контенту.

Форма власності на медіа також визначає їхню редакційну політику та незалежність. Державні ЗМІ зазвичай мають більший контроль з боку уряду, тоді як приватні можуть підпадати під вплив власників та рекламодавців. Громадські ЗМІ, фінансовані за рахунок громадських внесків або спеціальних податків, мають найбільший потенціал для збереження незалежності та різноманітності контенту.

Порівняльний аналіз механізмів формування медіасистем і медіаринків у різних країнах показує, що кожна система має свої особливості та виклики. Наприклад, в Україні медіаринок розвивається в умовах політичної нестабільності та економічних викликів, тоді як у Німеччині медіасистема є більш стабільною та регульованою.

Третій розділ підкреслює, що організація медіаринку значно впливає на якість та різноманітність медіаконтенту. Концентрація медіавласності, вплив технологічних компаній, економічні виклики та політичний тиск обмежують незалежність медіа та сприяють поширенню дезінформації. Це створює численні проблеми, які потребують комплексного підходу для вирішення.

У порівнянні з цим, українська медіасистема знаходиться на етапі трансформації та постійного адаптування до нових реалій. Хоча українські ЗМІ також мають певну різноманітність, але часто

вони стикаються з впливом політичних чи бізнес-структур, що обмежує незалежність інформації та викликає питання щодо об'єктивності. Крім того, Україна, як і багато інших країн у перехідний період, зазнає викликів у побудові стійкої системи медіа, яка б забезпечувала високий рівень свободи преси та доступ до об'єктивної інформації для громадян.

Одним із основних факторів, який впливає на рівень розвитку медіасистеми в обох країнах, є фінансування. У Німеччині медіа часто мають стабільне джерело фінансування, що дозволяє їм забезпечувати якісний контент та інформаційні послуги для аудиторії. Українські ЗМІ, з іншого боку, часто стикаються з фінансовими труднощами, що ускладнює їхню роботу та може призвести до зменшення якості інформаційного продукту. Крім того, важливим аспектом є свобода преси та захист прав журналістів. У Німеччині ці принципи є основоположними та закріплені законодавством, що створює стабільну та безпечну робочу обстановку для журналістів. Україна, незважаючи на певний прогрес у цьому напрямку, залишається на шляху до гарантії свободи слова та захисту прав журналістів.

Організація та структура медіасистеми мають вирішальний вплив на зміст масової інформації. Порівняння України та Німеччини демонструє, що стабільність, незалежність та різноманіття медіа залежать від регуляторних механізмів, форм власності та економічних умов. Для поліпшення медіасистеми України необхідно вживати заходів щодо зниження концентрації медіавласності, підтримки незалежних медіа та підвищення медіаграмотності населення.

Медіасистема відіграє надзвичайно важливу роль у формуванні громадянського суспільства та запобіганні авторитаризму. Вона не лише інформує громадян, але й стимулює громадянський діалог, відкриває простір для вираження різноманітних поглядів та підтримує принципи демократії. Технології стають суттєвим інструментом у боротьбі з авторитаризмом через медіа. Вони допомагають розкривати правду, виявляти маніпуляції та фейки, забезпечують захист журналістів та підтримують принципи свободи слова. Розвиток цифрової грамотності серед громадян є також важливим, щоб забезпечити критичне мислення та вміння аналізувати інформацію.

Забезпечення вільного, незалежного та розностороннього медіа середовища, а також використання сучасних технологій для боротьби з авторитаризмом, є ключовими складовими будівництва сильного громадянського суспільства та збереження демократичних цінностей.

Ефективність форми медіасистеми та медіаринку для розвитку громадянського суспільства залежить від багатьох факторів, включаючи культурні, політичні, економічні та соціальні умови кожної конкретної країни. У деяких випадках система з домінуючою роллю державних медіа може забезпечити доступ до об'єктивної інформації та гарантувати певний рівень незалежності від корпоративних та політичних інтересів. Проте, це може також призвести до ризику цензури та маніпуляції інформацією з боку владних структур. У інших випадках приватна медіа, зокрема громадські та незалежні видання, можуть забезпечити більшу свободу слова та різноманітність поглядів. Проте, вони також можуть бути схильні до впливу корпоративних інтересів та певних політичних сил, що обмежує їхню незалежність. Нові медіа, такі як соціальні мережі та блоги, можуть стати майданчиком для вираження громадянської позиції та обміну інформацією, але вони також можуть стати джерелом дезінформації та маніпуляції.

Отже, найбільш придатною формою медіасистеми для розвитку громадянського суспільства може бути та, яка забезпечує баланс між свободою слова, доступом до різноманітної інформації та незалежністю від політичних та корпоративних впливів. Також важливо, щоб медіа система була прозорою та піддавалася громадському контролю.

Список використаних джерел

1. Hallin, D.C., Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
2. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
3. Siebert, F.S., Peterson, T., Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press.
4. Herman, E.S., Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
5. Picard, R.G.(1989). *Media Economics: Concepts and Issues*. Sage Publications.
6. Curran, J., Seaton, (2009). *Power Without Responsibility: Press, Broadcasting and the Internet in Britain*. Routledge.
7. Murdock, G., Golding, P. (1973). *For a Political Economy of Mass Communications*. In *The Socialist Register*.
8. Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press.
9. Schudson, M.(2003). *The Sociology of News*. W.W. Norton & Company.
10. Tunstall, J. (1991). *Media Moguls*. Routledge.
11. Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. Sage Publications.
12. Baker, C.E. (2002). *Media, Markets, and Democracy*. Cambridge University Press.
13. Compaine, B.M., Gomery, D. (2000). *Who Owns the Media?: Competition and Concentration in the Mass Media Industry*. Lawrence Erlbaum Associates.
14. Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. Sage Publications.

15. Napoli, P.M. (2001). Foundations of Communications Policy: Principles and Process in the Regulation of Electronic Media. Hampton Press.

16. Головченко, В. І. (2016). Політичні медіа-системи в сучасному світі: типологія, структура, функції. Київ: Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

17. Квіт, С. М. (2010). Медіа та демократія: політичні аспекти розвитку інформаційного суспільства. Київ: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія".

18. Михайлин, І. Л. (2002). Основи масово-інформаційної діяльності. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна.

19. Москаленко, А. М. (2009). Теорія масової комунікації. Київ: Центр вільної преси.

20. Бойко, Л. М. (2014). Масова комунікація та інформаційне суспільство. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка.

21. Різун, В. В. (2006). Журналістика і суспільство. Київ: Центр вільної преси.

22. Червак, Б. П. (2017). Медіа і політика в Україні: структурні та функціональні особливості. Київ: Академія української преси.

23. Греченко, В. А. (2013). Інформаційна політика України: становлення та розвиток. Київ: Логос.

24. Костенко, Н. В. (2018). Комунікаційні процеси в сучасному світі. Київ: Інститут соціології НАН України.

25. Потятинник, Б. В. (2012). Інтернет і медіа: інформаційний вплив і маніпуляції. Львів: Літопис.

26. Фінберг, Л. О., Шевченко, І. В. (2007). Сучасні медіа-системи та їх вплив на суспільство. Київ: Університет "Україна".

27. Дерев'янка, В. В. (2011). Медіа-економіка: проблеми та перспективи розвитку. Київ: Центр вільної преси.

28. Digital Resistance: Explorations in Tactical Media" (2001)

29. Cyberliberties and Cybersecurity (2007)

30. "Access Denied: The Practice and Policy of Global Internet Filtering" (2008)

The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet, and the Overthrow of Everything" (2018)

Анотація

Ця робота досліджує проблеми змісту засобів масової інформації в контексті структури медіасистем та медіаринків Німеччини та України. Метою є виявлення ключових відмінностей і подібностей, що впливають на зміст медіа в цих двох країнах.

У Німеччині медіасистема характеризується стабільною структурою з чітким розмежуванням між громадськими і комерційними медіа. Громадські мовники, такі як ARD і ZDF, фінансуються за рахунок ліцензійних зборів і мають високі стандарти журналістської етики та об'єктивності. Це забезпечує високу якість контенту та різноманітність поглядів. Комерційні медіа, навпаки, залежать від рекламних доходів, що може впливати на їх редакційну політику та призводити до підвищеної концентрації на сенсаційних новинах і розважальному контенті.

Українська медіасистема відзначається меншою стабільністю та значною концентрацією медіавласності в руках олігархів, що суттєво впливає на зміст ЗМІ. Власники медіа часто використовують свої медіаресурси для просування політичних інтересів і впливу на громадську думку. Це призводить до політичної заангажованості контенту, низького рівня об'єктивності та частих випадків дезінформації. Додатково, українські медіа значною мірою залежать від реклами, що також впливає на їх зміст і редакційну незалежність.

Основні проблеми змісту ЗМІ в Німеччині включають комерціалізацію та зростаючу конкуренцію з боку цифрових платформ, що змушує традиційні медіа адаптуватися до нових реалій. В Україні основні проблеми пов'язані з концентрацією медіавласності, політичною заангажованістю та недостатньою законодавчою базою для забезпечення незалежності ЗМІ.

Це порівняння дозволяє зрозуміти, як структура медіасистем та медіаринків впливає на зміст ЗМІ, і підкреслює необхідність реформ для підвищення якості та об'єктивності медіаконтенту, зокрема в умовах демократії та швидко змінюваного інформаційного ландшафту.

Ключові слова: медіасистема, медіаринок, ЗМІ, Німеччина, Україна, зміст медіа, громадські мовники, комерційні медіа, концентрація медіавласності, політична заангажованість, журналістська етика, дезінформація.

Abstract

This paper examines the problems of media content in the context of the structure of media systems and media markets in Germany and Ukraine. The aim is to identify key differences and similarities that affect media content in these two countries.

In Germany, the media system is characterized by a stable structure with a clear distinction between public and commercial media. Public broadcasters, such as ARD and ZDF, are funded by license fees and uphold high standards of journalistic ethics and objectivity. This ensures high-quality content and a diversity of viewpoints. Commercial media, on the other hand, rely on advertising revenue, which can influence their editorial policies and lead to a focus on sensational news and entertainment content.

The Ukrainian media system is less stable and features significant media ownership concentration in the hands of oligarchs, which greatly affects media content. Media owners often use their media resources to promote political interests and influence public opinion. This results in politically biased content, low levels of objectivity, and frequent instances of misinformation. Additionally, Ukrainian media heavily depend on advertising, which also impacts their content and editorial independence.

The main issues of media content in Germany include commercialization and increasing competition from digital platforms, forcing traditional media to adapt to new realities. In Ukraine, the primary issues are media ownership concentration, political bias, and an insufficient legislative framework to ensure media independence.

This comparison highlights how the structure of media systems and markets influences media content and underscores the need for reforms to improve the quality and objectivity of media content, particularly in the context of democracy and a rapidly changing information landscape.

Keywords: media system, media market, media, Germany, Ukraine, media content, public broadcasters, commercial media, media ownership concentration, political bias, journalistic ethics, misinformation.