

## ПОЛІТОЛОГІЯ

УДК 321.01:161.201.3(477)

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v049.2024.31>**О. О. Долженков**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7620-9535>*доктор політичних наук, професор,  
професор кафедри освітнього менеджменту та публічного управління  
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний  
університет імені К. Д. Ушинського»***О. М. Лозинський**ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-0858-4120>*аспірант кафедри політичних наук і права  
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний  
університет імені К. Д. Ушинського»*

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ПОРЯДКУ ДЕННОГО: ВПЛИВ МЕДІА

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** В умовах становлення інформаційного суспільства зростає потреба у формуванні медіаграмотності громадян (уміння відбирати достовірну інформацію, аналізувати її та використовувати у діяльності). Однією із головних складових медіаграмотності є здатність аналізувати політичний порядок денний та особливості його формування.

Проблема формування політичного порядку денного у загальному вигляді має два взаємопов'язаних виміри. По-перше, розуміння джерел політичного порядку денного. Адже, політичний порядок денний може як виникати стихійно під впливом певних політичних подій, явищ, тобто внаслідок взаємодії політичних акторів, так і створюватись цілеспрямовано у вигляді штучних медіа-подій, маніпуляцій з боку медіа, медіа-скандалів як частини процесу медіатизації політики. На зв'язку між медіатизацією політики та формуванням політичного порядку денного акцентує увагу Н. Горбенко, яка зазначає: «Сутність порядку денного полягає в тому, що ЗМІ самостійно вибирають порядок денний, за рахунок чого аудиторія сприймає його як більш важливий та значущий у певний період часу... Не відчуваючи підміни дійсності запропонованою медіареальністю, аудиторія вибудовує свої відносини зі світом, базуючись на медійній інтерпретації. Інтерпретація, що формує образ події чи проблеми, стає важливішою за те, що відбувається в реальності, а висвітлення подій – важливішим за самі події» [1, с. 55].

По-друге, дослідження впливу політичного порядку денного на громадську думку. Полі-

тичний порядок денний, завдяки ранжуванню політичних (публічних) подій та конструюванню медіа-подій, здатний формувати та трансформувати громадську думку. Особливо це помітно під час електоральних кампаній. Дотичними темами, без яких неможливо вирішення загальної проблеми формування політичного порядку денного є розрізнення між публічною подією, політичною подією та медіа-подією, подолання міфу щодо деїдеологізації медіа, визначення ролі інтернет-медіа («нових медіа») та їх креативності, обґрунтування технологій фреймінгу та медіа-скандалів тощо.

Як зазначає В. Ковалевський, теорія порядку денного «...ґрунтується на таких постулатах: 1. Новинний порядок денний визначає публічний порядок денний (новина про подію визначає її обговорення). 2. Ми звертаємося до ЗМІ для того, що зрозуміти, на чому нам потрібно зосередити свою увагу (фокусування уваги для визначення, що важливого відбувається навколо). 3. Медіа не говорять нам, що думати, вони кажуть нам, про що думати (розставлення акцентів). 4. Нарешті... тепер медіа вже кажуть нам, що робити» [4, с. 214].

З точки зору політичної теорії першочерговим завданням є визначення сутності та особливостей політичного порядку денного, його джерел та чітке розрізнення політичних подій та медіа-подій. Для політичної практики головною проблемою є конструювання медіа-подій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Дослідженням сутності та особливостей процесу формування політичного порядку денного присвячено ґрунтовні

праці зарубіжних та українських авторів. Слід відзначити як загальні праці теоретиків комунікації «пізнього модерну» А. Реквіца, Ю. Габермаса, Е. Гіденса, П. Бурдьє, Д. Белла, У. Бека, Гі Дебора, Н. Лумана, О. Тоффлера, М. Кастельса, ін., так і постмодерністів Ж. Бодріяра, П. Козловського, Ж. Дельоза, Ф. Гваттарі, Ж. Ліотара, ін. Вони визначають загальні рамки дослідження формування політичного порядку: від ролі традиційних медіа (телебачення, радіо, преса) в «інформаційній хвилі» й комунікативній раціональності епохи модерну до критики гранднарративів і бінарних опозицій з боку постмодерністів.

Щодо ролі медіа, то Г. Ініс, Д. Гілмор, Д. МакКвел, М. Маклюен, Дж. Лалл та інші визначили шляхи впливу масової комунікації на громадську думку. Зокрема, й за допомогою формування порядку денного. Відзначимо: «...суспільство використовує проакцентовані медіями новини для того, щоб структурувати свої погляди та програми, а також вирішити, які з проблемних питань найважливіші. Отже, порядок новин стає певною мірою порядком сприйняття суспільством навколишнього світу. Інакше кажучи, новинні медіа встановлюють суспільну програму, визначаючи для суспільства те, що воно має виділити, сприйняти як поштовх до роздумів і, можливо, до певних дій. Це і є початкова стадія формування громадської думки» [6, с. 28].

На особливу увагу заслуговують праці фундаторів теорії «порядку денного», або теорії «настановчості» – М. МакКомбса та Д. Шоу. Вони визначили, що впливати на громадську думку можуть лише події, які висвітлюються у медіа. Наголошено: «Настановча роль новинних мас-медіа та їхній вплив на виділення певної теми створюють ситуацію, коли чимало людей вирішують, яка саме тема варта того, аби мати стосовно неї власну думку. Оскільки доволі багато тем змагаються за привертання уваги громадськості, тільки деякі з них досягають свого, й що це будуть за теми – цілком залежить від медійного впливу. Але цей вплив часто не прогнозований, не навмисний (як передбачає вислів «мати програму»), а скоріш випадковий, що став наслідком потреби медій виділити певні новини як найважливіші у визначений момент... медіям не завжди вдається вказати людям, що саме вони мають думати, але завжди виходить наголосити, про що думати: тобто новинні медії можуть настановити програму громадських роздумів і дискусій, встановивши її пріоритети» [6, с. 29].

Серед українських дослідників відзначимо праці Н. Горбенко, О. Дем'янчука, О. Зіненко, Н. Костенко, І. Костирі, В. Кулика, В. Ковалевського, Ю. Лавриш, В. Ломейко, Т. Лильо, Ж. Петровської, Б. Потятинника, Л. Риженко, Д. Яковлева, ін. Зокрема, обґрунтовується теза

про посилення ролі медіаполітичних засобів управління, як під час електоральних кампаній так і у процесі урядування (вироблення та реалізації публічної політики). Зазначається: «Політична інтеракція у посткомуністичному політичному просторі характеризується фактичною відсутністю інституцій (як громадянського суспільства, так і владних), які були б здатні стримувати розвиток антидемократичних за своєю сутністю процесів, пов'язаних зі становленням та функціонуванням медіакратії» [9, с. 260].

Натомість, у сучасному дискурсі політичної науки недостатньо уваги приділяється безпосередньо особливостям формування політичного порядку денного, обумовлених змінами у медіа-просторі.

**Формулювання мети статті.** Метою статті є визначення впливу медіа на особливості формування політичного порядку денного.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Без медіаграмотності (як складової комунікативної компетентності громадян) неможливо уявити демократичну політичну взаємодію. Медіаграмотність громадян переважно полягає у здатності відрізнити штучну медіа-подію, створену медіа задля впливу на політичний порядок денний, ідентифікувати її та запобігти маніпуляціям громадською думкою.

І участь у виборах, і оцінка діяльності публічної влади в умовах демократичного політичного режиму потребує від громадян комунікативної компетентності. Проблема формування комунікативної компетентності має чітко окреслений прикладний аспект та, водночас, потребує теоретичного обґрунтування на сучасному етапі соціально-політичного розвитку. Погодимось із тим, що «В Україні за часи незалежності публічне спілкування набуває нових форм та змістів, виходить за рамки пострадянського політично-виховного контексту та представляє собою реалізацію права людини на свободу слова, що проявляється як в політичних, так і в культурно-розважальних ітераціях» [3, с. 261].

Процес формування політичного порядку денного має певні особливості, які напряму пов'язані із медатизацією політики, інституціоналізацією громадської думки, деідеологізацією медіа, розвитком фреймінгу та медіа-скандалів у сучасних демократичних режимах, а також із трансформаціями інституту масмедіа. Щодо останнього, то принагідно відзначимо становлення простору інтернет-комунікацій та пов'язаний із цим перехід від панування в інформаційному просторі традиційних медіа до зростання політичного впливу мережеских ЗМІ, платформ, соціальних мереж та месенджерів.

Громадська думка виступає важливим фактором демократичної політики. Погодимось із тим,

що «Громадська думка – це такий стан суспільної свідомості, який виражається публічно і впливає на функціонування суспільства, його політичної системи. Саме можливість голосно, і публічно висловитися, з приводу проблемних питань суспільного життя та вплив цієї висловленої думки на розвиток суспільно-політичних відносин відображає суть громадської думки як особливого соціального інституту» [7, с. 293].

Завдяки громадській думці реалізується можливість не лише виконання контрольної функції у публічній політиці, а й вироблення та реалізації демократичного політичного курсу. У процесі формування політичного порядку денного зіштовхуються реальна подія, яка презентується для медіа й медіа-подія, тобто інтерпретація цієї події у медіа-просторі. На це звертає увагу В. Ковалевський. Він розглядає встановлення порядку денного як «...процес, який відбувається фактично, у віртуальному просторі здійснює реальний вплив на вибір людини» [4, с. 212]. О. Зіненко наголошує на парадоксі українського медіаполя: «...публічний захід стає публічною подією не завжди тому, що він має важливе суспільне значення, а тому, що про нього розказали медіа» [3, с. 263].

При цьому активну участь у формуванні порядку денного, окрім політичних діячів та медіа, беруть політично активні громадяни («публіка»). Цілком обґрунтованою є думка О. Зіненко: «У контексті публічного повороту привертає увагу не стільки публіка як феномен дійсності, а публіка як суб'єкт дії, тобто важливим стає те, що публіка робить і як вона це робить. І це є визначним для розуміння суспільних процесів та їх журналістських інтерпретацій. Публічний поворот, обумовлений розвитком інформаційного суспільства, відкриває роль публіки як активного учасника дискурсу на тих платформах, які є доступними. Такими платформами є мас-медіа, соцмережі та публічні простори...» [3, с. 260–261]. Публічна подія має потенціал інтерпретацій, який реалізується у два етапи. Перший – інтерпретація соціокультурного досвіду через кодування на соціальному рівні організації заходу – відбору засобів виразності, використання ресурсів, стратегій репрезентації та кодування в медіа, створення нового поля значень, яке включає декодування публічного заходу і генерування нових значень пережитого досвіду інтерпретатором (передавачем). Другий етап є рівнем розбудови медіареальності, яка починає існувати за межами дійсності реалізованого публічного заходу» [3, с. 262].

Окремо слід наголосити на деідеологізації простору масмедіа, яка у пострадянській політиці переважно означала лібералізацію діяльності медіа та панування ліберальної медіакратії. Але згодом ситуація змінилась. Криза ліберальної моделі медіа призвела до пошуку «нової» ідео-

логії медіакратії. У деяких країнах це означало повернення до реваншистської ідеології, тобто або відновлення «радянської» моделі, або панування імперської ідеологічної доктрини. Вінших пострадянських країнах пошук ідеологічної платформи медіа задля консолідації суспільства ще триває. Т. Лильо наголошує на «...проблематичності ліберальної домінанти в умовах відновленої державності колишніх радянських республік...» [5, с. 319], також зазначаючи, що «Актуальність проблеми деідеологізації зумовлена ідеологічною невизначеністю сучасного політичного процесу, в якому мас-медіа беруть безпосередню участь, а також спробами знайти оптимальну ідеологічну платформу для консолідації суспільства» [5, с. 318]. Він також відзначає «...неузгодженість риторики ліберальних ЗМІ про необхідність деідеологізації з потребами посткомуністичних суспільств, насамперед України... псевдоальтернативний захист від «згубного лібералізму» з боку цінностей, нав'язуваних неімперським медіадискурсом російської пропаганди» [5, с. 319].

За вплив на громадську думку відбувається політична боротьба, а її зміст визначається політичним порядком денним. Готовність публічно заявити політичну позицію у громадян з'являється лише стосовно тем політичного порядку денного.

Відзначимо: «Громадська думка є не просто результатом спільної діяльності громадян, а інституцією, яка формується неформальними організаціями публічної сфери. Демократизація урядування, як основа нових принципів державного управління, ставить вимогу про постійний зворотний зв'язок між спільнотами, суспільством та владою» [9, с. 262].

При цьому, громадянам стає усе важке розрізнити серед публічних подій факти політичної комунікації. Тобто, у сучасних умовах йдеться вже не про медіаграмотність, як здатність відокремити реальну політичну подію від медіа-події, сконструйованої у віртуальному просторі. Наголос робиться на необхідності обирати серед декількох штучних подій, які усі є віртуальними. Відмінності відтепер треба шукати не між «реальним» та «віртуальним», а у самому віртуальному просторі виокремлювати «подію» та її подальші інтерпретації.

На цьому наголошує О. Зіненко, яка визначає явище публічних подій: «...це явище мас-медіа, яке є результатом перетворення факту соціальної комунікації (в дійсності) в медіафакт (новину) через репрезентацію його в публічному заході. Медіафакт – це факт соціальної дійсності, який потрапив до медіапростору та отримав інтерпретацію. Якими будуть інтерпретації, залежить від можливостей інтерпретаторів, якими можуть бути всі залучені до публічної події агенти – орга-

нізатори, публіка та медіа. Факт переходу публічного заходу в стан публічної події можна назвати ефектом публічної події, який реалізується в перетворенні явища дійсності на явище медіареальності» [3, с. 266–267].

У сучасних умовах завдяки створенню медіа-політичної системи відбулась інституціоналізація громадської думки, що посилює боротьбу за вплив на політичний порядок денний.

Слід зробити наголос на тому, що «Інституціоналізація – це процес створення інституту. Ключовими моментами, що розкривають його зміст, виступають акцент на формалізації та закріпленні соціальних взаємодій, створення певної системи норм і правил, що дозволяє ці взаємодії впорядковувати, робити передбачуваними та контролювати» [2, с. 211].

Громадська думка постає не тільки як результат комунікативної взаємодії, а цілеспрямовано формується. Саме тому, як справедливо відзначають О. Третяк та В. Торяник громадська думка стає об'єктом впливу з боку влади: «громадська думка виступає сукупністю уявлень, ціннісних настанов та упереджень стосовно стану політики та її трансформації. Поряд з цим в умовах сталої демократії громадська думка є своєрідним «нематеріальним субстратом» публічної сфери політики. Вона виступає відображенням одночасно смислових аспектів політичного дискурсу, інституалізованих спроб формування порядку денного та медійних симулякрів, які відображають політичну реальність. В умовах політичних трансформацій або декларативної демократії громадська думка виступає об'єктом впливу з боку владних еліт, які контролюють медійне середовище, а також електоральний простір» [8, с. 31].

Щодо зв'язку між медіа, формуванням порядку денного та громадською думкою, то для його пояснення М. Мак-Комбс вводить поняття «суспільної програми». Він зазначає, що теорія настановчості «...далека від сприйняття аудиторії як автоматів, які тільки й чекають, щоб їх запрограмували новинні медіа. Але настановчість медій відводить ключову роль новинним медіа в ініціюванні суспільної програми – переліку тем, які суспільство вважає найважливішими... подана в новинах інформація відіграє ключову роль у конструюванні нашої картини реальності. Більше того, вся інформація, яку подають новинні медіа, впливає на цю картину» [6, с. 34].

Слід відзначити, що під впливом віртуалізації політичних подій та формування штучного політичного порядку денного, зростає загроза перетворення громадської думки на віртуальний феномен, який зазнає маніпуляцій як під час виборів, так і у процесі вироблення та реалізації публічної політики.

**Висновки.** Відтак, визначаючи вплив медіа на особливості формування політичного порядку денного слід зробити наступні висновки.

По-перше, теорія «настановчості» робить наголос на тому, що медіа визначають політичний порядок денний декількома шляхами. Передусім, вони інтерпретують політичні події та розміщують їх у відповідних «рамках» в ієрархії новин (технологія «фреймінгу»). Також в останні десятиліття набуває ваги технологія створення штучних медіа-подій та медіа-скандалів, які відбуваються лише у віртуальному просторі політичних комунікацій та транслюються у певних «партійних» медіа.

По-друге, особливості формування політичного порядку денного обумовлені трансформаціями поля масмедіа, передусім – переходом від політичного впливу традиційних медіа до простору інтернет комунікацій. Відповідно, змінюються напрямки, технології та дійові особи формування політичного порядку денного (медіакратію, як власників та редакторів традиційних медіа замінили популярні блогери, лідери думок та власники соціальних мереж, месенджерів).

По-третє, до особливостей формування політичного порядку денного слід віднести зростаючий вплив інтернет-комунікацій, фреймінг, медіатизацію політики, переважання медіа-подій над політичними подіями, деідеологізацію медіа, медіа-скандали тощо.

#### Література

1. Горбенко Н. Ю. Медіатизація та вплив ЗМІ на політичний порядок денний. *Актуальні проблеми політики*. 2021. Вип. 67. С. 53–60. URL: <https://hdl.handle.net/11300/14902>
2. Долженков О. Інституціоналізація наставництва на публічній службі України. *Теоретичні та прикладні питання державотворення*. 2024. № 31. С. 208–220. DOI: <https://doi.org/10.35432/tisb312024312581>
3. Зіненко О. Ефект «публічної події»: репрезентація взаємодії соціального та медіального *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 260–269.
4. Ковалевський В. Порядок денний: теорія і метод структурування політичної реальності. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2013. Вип. 4(66). С. 211–224. URL: [https://iapiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kovalevskiy\\_poriadok.pdf](https://iapiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kovalevskiy_poriadok.pdf)
5. Лильо Т. Політичний детермінізм де(ре)ідеологізації суспільства і засобів масової інформації в посткомуністичних обставинах. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 318–326. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU\\_Jur\\_2018\\_44\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2018_44_39).
6. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: мас-медіа та громадська думка. Київ: «К. І. С.», 2007. 256 с.

7. Руженко Л. М. Сутність та підстави класифікації громадської думки. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 50. С. 292–299. URL: [http://app.puoua.od.ua/archive/50\\_2013/38.pdf](http://app.puoua.od.ua/archive/50_2013/38.pdf)

8. Третяк О. А., Торяник В. М. Громадська думка та публічна сфера політики: можливості взаємовпливу в умовах демократизації. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса, Сер.: Політичні науки*. 2023. № 8. С. 28–32. DOI: <https://doi.org/10.31558/2617-0248.2023.8.4>

9. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 288 с.

#### Анотація

**Долженков О. О., Лозинський О. М. Особливості формування політичного порядку денного: вплив медіа.** – Стаття.

У статті визначено особливості формування політичного порядку денного. Обґрунтовано, що у сучасному (інформаційному) суспільстві формування політичного порядку денного відбувається під впливом інтернет-комунікацій. Інтернет-медіа визначають важливі теми політичного дискурсу щодо яких утворюється громадська думка. Визначено, що громадська думка у сучасних умовах постає не тільки як результат комунікативної взаємодії, а цілеспрямовано формується як важлива суспільна та політична інституція. У процесі формування порядку денного відбувається ранжування політичних подій як тем у медіа відповідно до критеріїв формату та рейтингу. Відзначено, що проблеми формату та рейтингу обумовлені як комерціалізацією медіа так і зростанням популярності інтернет-комунікацій (месенджерів, соціальних мереж, платформ та інтернет-медіа). При цьому, як і в епоху традиційних медіа (телебачення, радіо, преса) одним із головних класів, який впливає на політичний порядок денний за допомогою масмедіа є медіакратія. Представники медіакратії (власники медіа, головні редактори та провідні журналісти, а також лідери думок у соціальних мережах та месенджерах) штучно конструюють політичний порядок денний, виходячи із власних інтересів. До інших особливостей формування політичного порядку денного слід віднести: фреймінг, медіатизацію політики, переважання медіа-подій над політичними подіями, деідеологізацію медіа, медіа-скандали тощо. Важливим прикладним аспектом є формування медіаграмотності громадян, як складової їх комунікативної компетентності. Адже медіаграмотність (яка, зокрема, включає розуміння сутності та особливостей процесу формування політичного порядку денного, дозволяє розрізняти політичну подію від штучної медіа-події)

у сучасному світі є фундаментом демократичної політичної взаємодії. Відзначено необхідність підвищення комунікативної компетентності громадян.

**Ключові слова:** інститут масмедіа, політика, порядок денний, політичні комунікації, політичний процес, публічна політика, медіатизація політики, медіакратія, громадська думка, комунікативна компетентність.

#### Summary

**Dolzhenkov O. O., Lozynskiy O. M. Peculiarities of political agenda setting: the influence of the media.** – Article.

The article defines the peculiarities of political agenda formation. It is substantiated that in the modern (information) society, the formation of the political agenda is influenced by Internet communications. Internet media determine important topics of political discourse on which public opinion is formed. It is determined that public opinion in modern conditions appears not only as a result of communicative interaction, but is purposefully formed as an important social and political institution. In the process of forming the agenda, political events are ranked as topics in the media in accordance with the criteria of format and rating. It is noted that the problems of format and rating are caused by both the commercialization of media and the growing popularity of Internet communications (messengers, social networks, platforms and online media). Meanwhile, just as in the era of traditional media (television, radio, press), one of the main classes that influences the political agenda through the media is the mediaocracy. Representatives of the mediaocracy (media owners, editors-in-chief and leading journalists, as well as opinion leaders in social networks and messengers) artificially construct the political agenda based on their own interests. Other features of political agenda setting include: framing, mediatization of politics, prevalence of media events over political events, de-ideologization of media, media scandals, etc. An important applied aspect is the formation of media literacy of citizens as a component of their communicative competence. After all, media literacy (which, in particular, includes an understanding of the nature and characteristics of the political agenda-setting process, and allows distinguishing a political event from an artificial media event) is the foundation of democratic political interaction in the modern world. The necessity of improving the communicative competence of citizens is emphasized.

**Key words:** mass media institution, politics, agenda, political communications, political process, public policy, mediatization of politics, mediaocracy, public opinion, communicative competence.