

Зіновій Ковальстарший викладач кафедри права та законотворчого процесу
ОРІДУ НАДУ при Президентіві України, к. держ. упр.**УПРАВЛІНСЬКА МЕДІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ
СТІЙКОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ**

Публікація присвячена дослідженню актуальної теми управлінської медійної політики як основного засобу формування стійкості національного інформаційного простору України. Автор робить спробу в загальних рисах проаналізувати стан дієвості українських медіа, запропонувати управлінські підходи до запровадження адекватних механізмів формування стійкості інформаційного простору України.

Ключові слова: засоби механізму напрацювання стратегій управлінської інформаційної політики, засоби механізму реалізації стратегій інформаційної політики, державні, громадські, приватні та світові ЗМІ, міністерство інформації та інформатизації України.

Zinoviy Koval**GOVERNING MEDIAPOLICY LIKE FUNDAMENTAL FORMING MEANS OF RESISTANCE
OF UKRAINIAN NATIONAL INFORMATIONAL SPACE**

This publication is devoted to research of actual theme of governing mediapolicy like fundamental forming means of resistance of Ukrainian national informational space. Author makes an attempt, in general, to analyze the effectiveness of Ukrainian media and to propose administrative approaches to implement adequate mechanisms to create resistant informational space of Ukraine.

Keywords: mechanism means of forming the managerial strategy of informational policy, mechanism means of implementation the managerial strategy of informational policy, state, public, private and international mass-media, Ministry of information and informatization.

Зіновій Коваль**УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ МЕДИЙНАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВНОЙ СПОСОБ
ФОРМИРОВАНИЯ СТОЙКОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА УКРАИНЫ**

Публикация посвящена исследованию актуальной темы управленческой медийной политики как основного способа формирования стойкости национального информационного пространства Украины. Автор делает попытку в общих чертах проанализировать состояние действенности украинских медиа, предложит управленческие подходы по внедрению адекватных механизмов формирования стойкости информационного пространства Украины.

Ключевые слова: средства механизма наработки стратегий управленческой информационной политики, средства механизма реализации стратегий информационной политики, государственные, общественные, частные и мировые СМИ, министерство информации и информатизации Украины.

Постановка проблеми

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Протягом більше двадцяти років незалежності в Україні практично не було державницької управлінської медійної політики як основного засобу формування стійкості національного інформаційного простору. По суті, український інформаційний простір втрачено на користь недружньої сусідньої держави. Тому автор робить спробу в загальних рисах проаналізувати стан дієвості українських медіа, проблему засилля неукраїнських ЗМІ, окреслити, ґрунтуючись на європейському досвіді, управлінські підходи до запровадження адекватних механізмів відновлення та формування стійкості інформаційного простору України.

Закономірності залежності та свободи медіа ґрунтовно досліджував в теорії масової комунікації Деніс Мак-Квейл. В Україні управлінську проблематику організації діяльності ЗМІ досліджували науковці О. Бахтій, Л. Губернський, В. Кравченко, В. Лозовий, А. Марущак, В. Набруско, Г. Почепцов, М. Свірін та ін. Стан сьогодишньої управлінської української медійної політики аналізували публіцисти Зураб Аласанія, О. Листопад, М. Тимошик, М. Петрушенко, В. Кирей, Ю. Макаров, О. Юркова, О. Романчук, С. Грабовський, В. Хоменко, Р. Гривінський, В. Лубчак, М. Княжицький,

С. Прокопчук, Л. Самсоненко, О. Пагіря, Г. Трегуб. Цією тематикою також займалися російські науковці Є. Сініцина, Савінова О. та інші.

Проблема фактичної втрати Україною свого інформаційного простору практично замовчувалась з різних політичних причин. Державницька управлінська медійна політика не стала засобом формування стійкості національного інформаційного простору, її потрібно започатковувати практично з нуля. Тому аналіз проблематики стану дієвості українських медіа, неукраїнськості їх більшої частини є вкрай необхідним, що становить мету статті.

Серед найболючіших проблем, що повстали перед Україною, є проблема відсутності державних та громадських засобів інформування, обміну думки, власної позиції. Немає критичної кількості адекватних проукраїнських телеканалів, друкованих медіа, інтернет-ресурсів. Проте, як це не дивно, в умовах зовнішньої агресії, окупації частини території, продовжують вільно виходити суто пропагандистські видання протилітної сторони. Такого організаційно-інформаційного

Виділення основного матеріалу

Аналіз останніх досліджень і публікацій

парадоксу у світі ще не було. Цей парадокс дуже дорого коштує українській державі та українському народу. Як влучно відзначив відомий український журналіст, перифразувавши не менш відому тезу: хто не хоче годувати свої медіа, буде годувати чужі [10].

Сучасні ЗМІ, з одного боку, залежать від власників, держави та суспільства, а з іншого – вони мають свій незалежний вплив, що зростає з розширенням їхньої діяльності. Цю закономірність ґрунтовно досліджував в теорії масової комунікації Деніс Мак-Квейл [11]. В Україні цю проблематику досліджували О. Бахтій, Л. Губернський, В. Кравченко, В. Лозовий, А. Марущак, В. Набруско, Г. Почепцов, М. Свірін та ін.

Сьогоднішня війна за інформаційний простір – це війна за душі й уми людей. Ця війна ніколи не припиняється, вона йде у психологічній, політичній, економічній та інших сферах. Виграти у цій війні – означає виграти та зміцнити свій інформаційний простір, тримати в психологічному тонусі своїх громадян. Саме недоługa інформаційна політика влади України протягом усієї незалежності спричиняла до розколу суспільства. Усе відбулося саме через неукраїнські ЗМІ, котрі щодня, щогодини, усіма доступними методами, зазвичай брудними, формують й отруюють свідомість та світогляд мільйонів. Провокації, спотворення інформації, перекручування фактів, монтування заказаної картини для ТБ – це інструменти для ведення ЗМІ інформаційної війни.

Протягом періоду української незалежності Росія щорічно різними методами проникнення збільшувала свою присутність у нашому інформаційному просторі. Її програми телебачення ретранслювалися майже всіма кабельними операторами України, а мовлення радіостанції «Голос Росії» на середніх хвилях охоплює всю територію країни. З переходом Росії до відкритої інформаційної війни розпочала свою пропагандистську роботу новостворена російська радіокомпанія «Вести FM». Саме напередодні кримських та донбаських подій розгорнулося безпрецедентне російське мовлення на всю Україну в середньохвильовому діапазоні найпотужнішими передавачами з Молдавського (який Москва нібито придбала), Кубанського та Калінінградського радіоцентрів. Це все наслідок того, що роками незалежності розвиток інформаційного простору України фактично не керувався і не контролювався. Влада майже не займалася предметно управлінськими питаннями регулювання розвитку інформаційної сфери, національних ЗМІ, збереженням і зміцненням матеріально-технічної бази державного телерадіомовлення. В уряді не було і немає відповідної координуючої структури, яка б узгоджувала діяльність таких державних управлінських механізмів реалізації стратегій інформаційної політики, як Нацрада з питань телебачення і радіомовлення, Держкомтелерадіо, УНІАН, Держтелерадіо компанія «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення», Нацкомісія регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (НКРЗІ), Держкомзв'язок.

Відповідно до вимог статті 15 Конституції України, жодна ідеологія не може визнаватися державою як обов'язкова. Однак це не означає, що сама держава не повинна мати своєї консолідованої державотворчої ідеології як системи поглядів на своє минуле, сьогодення та майбутнє, на своє місце у світі, свою зовнішню та внутрішню політику, на модель державного управління. [7] Донести цю державотворчу ідеологію до широких мас, світової спільноти і є одним із стратегічних завдань українських медіа. Більше того, саме медіа, незалежно від форм власності, виступають одним із впливових

засобів формування українського гуманітарного та соціально-політичного простору. Інша справа, як вони справляються із цим стратегічним завданням, з яких позицій (чужих чи національних) виступають, консолідують громадськість, оздоровлюючи її моральний дух, чи ведуть деструктивну інформаційно-психологічну діяльність. Стратегічне державне управлінське завдання – зшити країну єдиною мережею проукраїнського телебачення, газет, книготоргівлі.

Роль медіа, їх господарів особливо відповідальна саме в періоді крайнього загострення суспільно-політичної обстановки. Тому так важливо, щоб держава, органи місцевого самоврядування мали свої ЗМІ, через які вони можуть і зобов'язані спілкуватись з громадою, консолідувати її, пропагувати державну політику. Без таких ЗМІ держава та органи місцевого самоврядування буду нікими, а говорити за них і від них отримують змогу ті, кому ЗМІ належать, – що й відбувається в Україні, особливо на фоні явищ сепаратизму. Ось чому сепаратисти одними із перших своїх кроків вбачають захоплення телерадіоцентрів.

Необхідно враховувати, що пропагандистські медійні ресурси нашого, на жаль, основного суперника – Росії – це машина з величезними грошима, яких в Україні немає, з десятирічним досвідом побудови кращими фахівцями ФСБ щодо повної монополії інформаційного простору. В Росії вже немає незалежних інформаційних каналів. Більшість російських ЗМІ порушують європейську конвенцію про транснаціональне телебачення, тому що активно пропагують насильство, закликають до міжнародної ворожнечі й займаються пропагандою війни. Росіяни досі цю конвенцію не ратифікували [8].

Державна влада, і регіональна у тому числі, не повинна віддавати свій соціально-політичний, інформаційний простір іншій державі, навіть незважаючи на добросусідські чи братерські відносини з останньою. Соціально-політичний та інформаційний простори – таке ж надбання, як і національні корисні копалини, тому їх необхідно охороняти від зовнішнього деструктивного втручання і самому бути господарем.

Також важливо, щоб журналісти чітко сповідували свій кодекс, де одним із основних постулатів є твердження проте, що факт – священний, а коментар – довільний, де сповідують оперативність, достовірність, оперативність, подають дві точки зору тощо [17]. Саме об'єктивні ЗМІ, що стали на шлях консолідації своєї читачької аудиторії, так сьогодні необхідні для покращення та стабілізації соціально-політичного простору Південно-Східного регіону України.

Прикро, що ЗМІ, які діють на теренах України, практично не займаються молодіжною тематикою, у кращому розумінні цього терміну. Як би не критикували наше минуле, але мережа дитячої та молодіжної періодики в радянській Україні була розгалуженою і враховувала всі вікові категорії слухачів: від «Малятка», «Зірки», «Барвінку» та «Юного Ленінця» до «Піонера», «Молоді України» і «Комсомольського стягу» [18].

ЗМІ приймають активну участь у формуванні парадоксів громадянської ідентичності: співіснування у свідомості взаємовиключних цінностей і норм; наявність у соціальній симптоматиці рухомих ситуативних установок (толерантність/нетерпимість, адаптивність/деадаптивність до соціальної інерції); конфлікт між різними рівнями соціальної ідентичності, що формуються на раціональній та ірраціональній основах. ЗМІ повинні взяти на себе вагому частину роботи з формування громадянського суспільства з міцним соціальним капіталом:

довірою один до одного; повагою до чужої точки зору; толерантністю [16]. Ще одне важливе завдання медіа, на думку автора, – будувати мости для успішного соціально-політичного і соціокультурного розвитку регіонів, а не рити окопи для протистояння.

Ніщо так не впливає на якісний суспільно-політичний та соціокультурний розвиток будь-якого регіону України, як його комунікативна пресова єдність із столицею, де розміщено центральні органи державної влади, де приймаються всі доленосні політико-економічні рішення. Головними комунікаторами у цій справі, разом з ТБ, виступають центральні друковані органи Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України «Голос України», «Урядовий Кур'єр». У 2013 році журналісти «Урядового Кур'єру» в регіонах відвідали бібліотеки на предмет наявності в них свого державного «директивного» видання, якому надано право друкувати закони України та акти Кабінету Міністрів України. Виявилось, що в громадських читальнях, в навчальних закладах країни урядову газету важко знайти – і все через банальний брак коштів. Так, у Харківській області з 757 бібліотек тільки 49 можуть запропонувати читачеві «Урядовий Кур'єр»; у Луганській області з 371 сільської бібліотеки тільки у 32-х є примірники «УК»; у Сумській області, відповідно, з 566 бібліотек мають підшивку «УК» 74. Отже, інформація про роботу центральних органів влади фактично недоступна в місцях. Якби урядова газета була доступна в кожному з цих закладів, то, можливо, громадяни більше б знали про позицію уряду щодо різних аспектів нашого життя і краще б розуміли логіку ухвалення тих чи інших рішень, що позитивно б впливало на суспільно-політичний соціокультурний розвиток регіонів України [20].

Необхідно відзначити, що держава самоусунулась й від такої важливої проблеми, як впливу на мовну культуру ЗМІ, переклавши цю функцію на все ще незріле суспільство. Мова публіцистичного стилю нашого часу відображає нівеляційні споконвічні українських цінностей. Вживання у ЗМІ всуціль негативно-оціночних мовних засобів впливає і формує свідомість суспільства без ідеалів і будь-яких цінностей [13]. На заваді грамотності нашої вкрай набридливої реклами стоїть наше законодавство, адже 16 стаття Закону України «Про рекламу» забороняє під час видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами втручатися у її форму та зміст [3].

В Україні зникає такий вид ЗМІ, як проводове радіо, яке було особливо популярним у сільській місцевості. У час ринкової економіки проводове радіомовлення є збитковим, особливо коли мережу обслуговують приватні структури (ВАТ «Укртелекому»). Після приватизації нові власники чомусь вважають, що універсальні послуги для населення повинна забезпечувати тільки держава. Однак подібні заяви суперечать умовам приватизації компанії, згідно з якими покупець зобов'язаний забезпечити надання послуг зв'язку в сільській місцевості та віддалених населених пунктах. Доречно пригадати, що проводове радіо виконувало також й інші стратегічно важливі функції: оповіщення, регіонального інформаційного джерела, консолідатора місцевої громади, громадського контролю [5; 22]. Проводове радіо прошивало, єднало всю територію країни в одне ціле інформаційно-психологічне поле, чого немає сьогодні, що є джерелом вкрай негативних суспільно-політичних наслідків.

Для прикладу, сигнал першого каналу Національного радіо на середніх хвилях до Криму не доходив зовсім. Почути голос української держави на півострові можна було тільки на ультракороткій хвилі 4,54 метра. Однак

у більшості сучасних радіоприймачів цей діапазон відсутній. АРК було відірвано від національного інформаційного простору, і там панував інформаційний простір сусідньої держави [21]. Ось чому в АРК тепер російська влада, а не українська, адже хто хазяйнує в інформаційному просторі, тому й належить влада.

ЗМІ створюють ілюзію участі у громадському житті держави, причетності до подій, що відбуваються в країні. З їх допомогою сформовано нову спільноту людей – не народ, а телеглядачі, які живуть у світі, де інформація витіснена емоціями. ЗМІ створено нове мистецтво: жити в брехні, і це мистецтво на сьогодні стало наймасовішим [1; 15].

Як сталося так, що в Україні майже не залишилось проукраїнських ЗМІ? Все тому, що не могло бути інших медіа, якщо українській владі було начхати на свою країну. Влада України вирішувала свої вузькопартійні, кланово-олігархічні інтереси. Питання формування і показу національних українських сенсів, розумної пропаганди українськості, перспектив сильної держави ніколи не хвилювало керівників країни, та й що популяризувати, якщо ідеологія ніким не сформована? [9].

У 2010 році В.В. Путін затвердив безпрецедентну державну програму «Інформаційне суспільство (2011–2020 роки)» загальною вартістю 40,6 мільярда доларів, тобто приблизно 4,06 млрд на рік або 27,8 долара на кожного громадянина. Ці колосальні ресурси розподіляють між окремими ЗМІ і відомствами, відповідальними за поширення в Росії та світі тих поглядів і позицій, що збігаються зі стратегічним курсом РФ. Ще раніше, 2009 р., президент Д.А. Медведєв затвердив перелік теле- і радіоканалів, обов'язкових для трансляції по всій території Росії. Для порівняння, в Україні 2013 року витрачено на інформаційне забезпечення лише 215 мільйонів доларів, або 4,7 долара на кожного громадянина. Самозахист та спроба контрнападу в навіязаній нам інформаційно-пропагандистській війні виглядають беззубими [2].

А в цей час в Україні кримінальними засобами знищується найпотужніший радіопередавальний центр Національної радіокомпанії (НРКУ) – «Борей» під Броварами. Цей центр був здатний своїм радіосигналом на довгих та середніх хвилях накривати не тільки всю територію України, а й забезпечувати передачу програм НРКУ на десятки країн світу. Підозріло, що знищення «Борею» відбулось саме напередодні подій в Криму. А ще «Борей» входив до всіх мобілізаційних планів, був головним виконавцем у системі оповіщення. Після згортання в країні радіомовлення на закордон та знищення «Борею» проблематичним стає поширення радіопрограм НРКУ на євроінтеграційному напрямку. Тож, Україна може остаточно опинитися поза світовим інформаційним простором [14].

Головна слабина українських ЗМІ в тому, що всі вони обслуговують інтереси свого власника, а власник, як правило, не вважає себе українцем й відстоює, окрім своїх інтересів, інтереси інших держав. В Україні наявна олігархічна монополія на основні ЗМІ. В Україні можуть і мають бути багаті люди, але вони не повинні через медіа впливати на владу.

Ситуацію повинно змінити громадське телебачення. У багатьох країнах світу є декілька каналів громадського мовлення, а не один. У Німеччині – це ARD і ZDF, BBC представлена радіостанціями і телеканалами різного спрямування. Польщу теж покривають три канали суспільного мовлення. А в Україні є лише один канал, який не можуть розвинути. Громадське телебачення повинно бути представлене на протипагу комерційному. Як це

зробити? Повернути ті частоти, які були незаконно привласнені олігархами, зокрема мережа каналу «Інтер», оскільки вони використовують державний частотний ресурс, цей ресурс повинні розподілити на користь громадського мовлення [6].

Враховуючи світовий досвід, доречно створити міністерство інформації України та інформатизації, щоб в єдиних руках творити інформаційну, частотну, технічну та управлінську політику з відповідними науково-дослідними закладами та промисловими підприємствами. Таке міністерство повинно мати засоби механізму напруження стратегій інформаційної політики та буде задіювати комплекс державних засобів механізму реалізації цих стратегій. Україні також потрібен потужний контрпропагандистський центр із державних ЗМІ, який на рівні щоденних заяв та інформаційно-психологічних заходів повинен оперативно реагувати методом спростування як на мові противника, так і на міжнародних мовах, на кожен деструктивний пропагандистський крок. Матеріал всіма доступними методами необхідно поширювати по всьому світу. Доречно зберігати зрівноважену третинну пропорцію між наявністю державних, громадських та приватних ЗМІ в Україні, що дозволить стійко протистояти деструктивному зовнішньому інформаційно-психологічному впливу. Все це, на думку автора, слугуватиме відродженню стійкості українського інформаційного простору (рис.1).

А поки що доводиться констатувати, що Україна фактично втратила фізично-частотний ресурс. Сьогодні інформаційне меню замовляють для всієї країни не державні установи, а приватні власники телерадіокомпаній, яким належить понад 90 % усього частотного ресурсу. І формування духовно чистої, патріотичної особистості в них не серед пріоритетів. В Євросоюзі діє інший принцип їх розподілу: передусім виділяються частоти для стовідсоткових потреб державних радіокомпаній, а потім уже комерційним радіокомпаніям. У нас навпаки. І якщо й надалі бюджет НРКУ, порівняно з польським чи румунським радіо, становитиме лише 10–15 %, то годі й казати про інформаційний суверенітет України. Йдеться про необхідність забезпечити конституційне визначення інформаційно-частотного ресурсу як національного феномену поруч з іншими національними стратегічними ресурсами – надрами, землею, водою, повітрям, що мінімізує його агресивний грабунок та стане запорукою національної безпеки. [14] До речі, за даними статистики щодня з 7 ранку до 18 вечора мешканці України більше слухають радіо, ніж дивляться телебачення.

У Євросоюзі є прекрасні приклади того, як відбувається розподіл частот. Там державний регуляторний орган приймає заявки. Разом із ним існує наглядовий і дорадчий орган. Це група людей, яких доволі прискіпливо відібрали на кілька років. Серед них – діячі мистецтва, культури, науки, які жодним чином не залежать від держави. Саме вони, інтелігенція, а не чиновники, визначають з огляду на контент каналу його концепцію, чи несе він те, що потрібно громадянам країни. Щось подібне повинно бути у нас [4].

Автор книжки «Сторожовий пес, який не загавкав...», американський журналіст і медіакритик Дін Старкман вважає, що диктатори та олігархи бояться розслідувальної журналістики із простої причини: діставши інформацію, громадськість може брати участь у вирішенні суспільних проблем. Тобто інформація – це своєрідна влада. Демонізація даних, якими володіють олігархи чи диктатори, веде до порушення їхнього монопольного права на владу. Розслідувана журналіс-

тика є важливою для України саме тому, що її бояться люди, які стоять біля керма. Вона підриває їхню монополію і владні повноваження [19].

У Швейцарії, за даними президента швейцарського сенату Філіппо Ломбарді, вирішальну роль відіграють державні ЗМІ. На федеральному рівні кожній мовній групі відведено по два державних телеканали. Окремо існує приватний сектор телебачення, який повстав тільки в 1990-х. Причому, він не такий великий і потужний, як державний, і діє виключно на кантональному та муніципальному рівнях. За законом, власники приватних каналів не можуть їх використовувати для певних політичних цілей, адже приватний сектор ТБ повинен гарантувати плюралізм думок та інтересів. У Швейцарії існує податок на радіо й телебачення: 96 % із нього спрямовують на державні й тільки 4 % – на регіональні компанії. Регіональні канали, дотримуючись встановлених правил, можуть отримати частину грошей із національного телевізійного кошика. Третій рівень ТБ, після державного і регіонального, виключно приватний. Ці телеканали не мають ані ліцензій, ані жодних зобов'язань, не отримують грошей із бюджету [12].

Румунія, наприклад, має в ДСХ-діапазоні понад 40 потужних передавачів, тобто вчетверо більше, ніж Україна може задіяти. Бухарест своїми програмами нині «накриває» всю територію Одеської, Чернівецької, Вінницької, Львівської, Закарпатської областей. Росія є повним володарем нашого радіоефіру, адже має потужні радіопередавачі на середніх і довгих хвилях у 6,5 разів більші, ніж сьогодні теоретично залишилися у колись могутнього концерну РРТ [14].

У сучасному українському соціальному просторі ЗМІ залишаються не тільки ефективним механізмом поширення інформації, а й механізмом впливу та переформування свідомості та розвитку самого соціального простору. В Україні, в результаті зради та стратегічних помилок української влади протягом двадцяти трьох років незалежності немає необхідного національного інформаційного арсеналу (залишилось 10 % частки державного радіо в інформаційному просторі України), здатного адекватно відбивати інформаційні атаки та вести медійну війну на зовнішньому фронті.

Наявність в інформаційній структурі держави її потужного і підконтрольного телерадіомовлення входить у будь-якій цивілізованій країні до стратегії активної та стійкої оборони. Тому державне і суспільне телерадіомовлення не мають фінансуватися за надлишковим принципом і повинні мати по третині національного медійного контенту. Ще одну третину доречно віддати приватним медіа.

Інформаційна безпека є однією із найголовніших сфер державної політики, яка потребує досконалої розробки її стратегії з урахуванням нинішніх реалій та визначення її чітких критеріїв. Для України, як молодій держави, що майже втратила свій інформаційний простір, для виправлення ситуації доречно створити міністерство інформації України та інформатизації, щоб в єдиних руках творити інформаційну, частотну та технічну управлінську політику, опираючись на відповідні науково-дослідні заклади та промислові підприємства. Таке міністерство повинно мати засоби механізму напруження стратегій інформаційної політики та буде задіювати окремі державні засоби механізму реалізації цих стратегій, що повинно забезпечити стійкість українського інформаційного простору.

Також потрібен потужний контрпропагандистський центр із державних ЗМІ, який на рівні щоденних заяв

**УПРАВЛІНЬСКА МЕДІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВНИЙ ЗАСІБ
ФОРМУВАННЯ СТІЙКОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

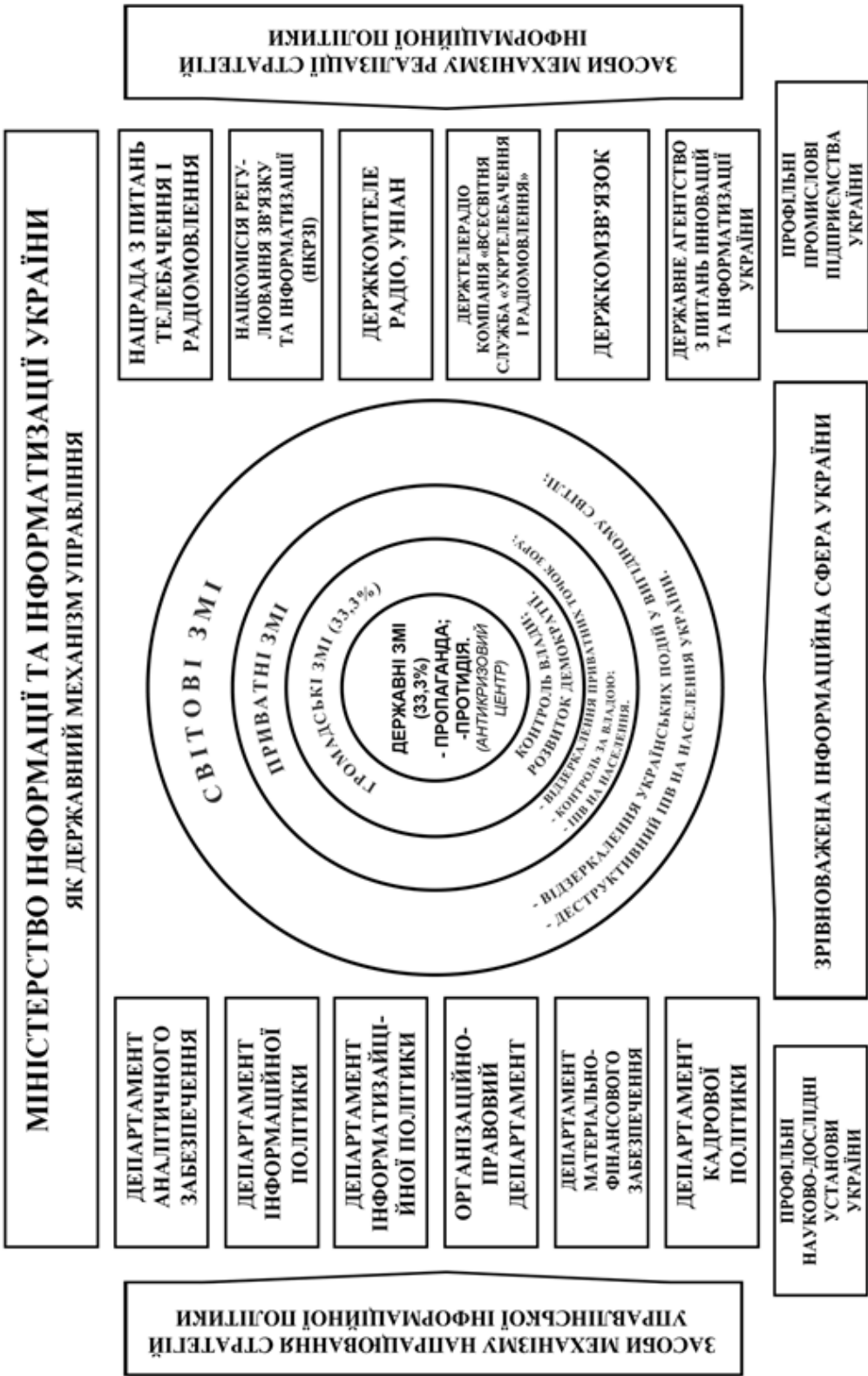


Рис. 1.

та інформаційно-психологічних заходів повинен оперативно реагувати методом спростування як на мові противника, так і на міжнародних мовах, на кожен деструктивний пропагандистський крок. Доречно зберігати зрівноважену третинну пропорцію між наявністю державних, громадських та приватних ЗМІ в Україні, що дозволить стійко протистояти деструктивному зовнішньому інформаційно-психологічному впливу, адже хто хазяйнує в інформаційному просторі, тому й належить влада!

Грунтуючись на європейському досвіді, доречно створити в державі таку систему управління в інформаційній сфері, яка забезпечувала б чітку, прозору та ефективну взаємодію органів державної влади із гарантуванням національної безпеки в цьому питанні. Уже сьогодні вкрай необхідний перерозподіл на користь національних інтересів частотного ресурсу та пріоритетного включення у багатоканальні мережі мовлення програм державних телерадіокомпаній.

Література.

1. Грабовський С. Поплічники Геббельса: новітня реінкарнація, або як чесні російські журналісти чинять опір тотальній російській пропаганді // День, № 46–47. – 14-15.03.2014. – С.19.
2. Гривінський Р. «Виграти мир – означає виграти інформаційний простір» // День, № 61–62. – 4-5.04.2014. – С.17–18.
3. Закон України «Про рекламу» №271/96-ВР від 03.07.1996. – [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
4. Аласанія З. «Потрібна просто правда» // Український тиждень. – № 15. – 11–17.04.2014. – С. 32–33.
5. Кирей В. На радіоточках поставлять крапку? // Урядовий Кур'єр, № 152. – 19.08.2011. – С. 3.
6. Княжицький М. «Олігархічні лобісти хочуть зберегти свій статус у медіа-сфері» // День. – № 66–67. – 11-12.04.2014. – С.18.
7. Конституція України // Харків. - «Одісей». – 2011.
8. Листопад О. Пропаганда чи журналістика? // Урядовий Кур'єр. – № 68. – 12.04.2014. – С.16.
9. Лубчак В. «Усі на фронті...інформаційному» // День. – № 46–47. – 14-15.03.2014. – С. 18.
10. Макаров Ю. Пропаганда // Український тиждень. – №15. – 11–17. 10.2014. – С. 31.
11. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
12. Пагіря О. Запобіжники демократії // Український тиждень. – № 36. – 06-12.09.2013. – С. 28–29.
13. Петрушенко М. Гарній ідеї поганий одяг не личить // Урядовий Кур'єр. – №221. – 29.11.2013. – С. 5.
14. Прокопчук С., Самсоненко Л. Інформаційну війну програно. Коли зробимо практичні висновки? // Урядовий Кур'єр. – № 51. – 20.03.2014. – С. 8–9.
15. Романчук О. Як «завоювати маси»? РФ успішно скористалася порадами Геббельса // День. – № 51–52. – 21–22.03.2014. – С. 19.
16. Савинова О. Ценностные ориентации общества в зеркале СМИ // Союз, январь-февраль 2012. – С. 77–79.
17. Синицына Е., Солдатова Э. «Журналисты взяли в руки меч» Как изменилась роль СМИ в связи с событиями в Украине // Вести. Репортер. – 07-13.02.2014. – С. 48–57.
18. Тимошик М. Молодіжна преса: людське обличчя // День. - №2-3. – 10-11.01.2014. – С. 20.
19. Трегуб Г. Демонізація інформації. Дін Старкман про те, як журналістика змінила США і чому вона переживає кризу // Український тиждень. – № 40. – 04-10. 10.2013. – С. 20–21.
20. Українська періодика: дійти до людей. Погляд із пристрасстю. // Урядовий Кур'єр. – № 224. – 04.12.2013. – С. 17.
21. Хоменко В. В автономії не чути голос Києва // Голос України. – 22.02.2008. – С. 9.
22. Юркова О. Ностальгія за дровим радіо // Голос України. – № 200. – 25.10.2013. – С. 11.