

УДК 659.3/4:323.1/2](477)"2005/2014"

РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ (2005–2014 РР.)

Ю.В.Нестеряк,

Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Email: nesteriak.yuriy@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2333-5965

У статті досліджено законодавство України щодо основних засад розвитку інформаційного суспільства в Україні за період 2005–2014 рр. Проведено науковий аналіз процесів розвитку інформаційного простору України під час парламентських і президентських виборчих перегонів в умовах євроінтеграційних прагнень українського суспільства, які завершилися Революцією гідності в Україні.

Установлено, що в основу розвитку національної інформаційної політики України було закладено нові стратегії: зокрема, тривало доопрацювання проекту Концепції національної інформаційної політики України, Програми інформатизації України, створення системного Інформаційного кодексу України, Національного фонду цифрової культурної спадщини, Програми безперервної освіти на базі інформаційно-комунікаційних технологій, об'єднання неурядових організацій в Асоціацію громадських сил для забезпечення свободи слова і вільних засобів масової інформації та комунікації.

Визначено найбільш актуальні тенденції розвитку національного інформаційного простору України в 2005–2014 рр., серед яких необхідно виділити: монополізацію вітчизняного ринку телебачення та поетапне впровадження цифрового телерадіомовлення; розвиток вітчизняного телевізійного кінорежисурства; формування медіа-груп у галузі друкованих засобів масової інформації та динамічне зростання вітчизняної інтернет-аудиторії.

Ключові слова: національний інформаційний простір, цифрове телерадіомовлення, національна кіноіндустрія, інформаційне суспільство.

DEVELOPMENT OF THE NATIONAL INFORMATION SPACE OF UKRAINE (2005–2014)

Y.V.Nesteryak,

Institute of Journalism Borys Grinchenko Kyiv University

The research of the development of Ukrainian legislation according to the main principles of the development of the information society in Ukraine during 2005–2015. The scientific analysis of the processes of development of the Ukrainian information space during the parliamentary and presidential elections and the European integration aspirations of Ukrainian society was conducted. The results of this opposition are displayed by the Revolution of Dignity in Ukraine.

It was established that the basis of the national information policy development of Ukraine was the introduction of new strategies: in particular, the draft of the Concept of the National Information Policy of Ukraine, the Program of Informatization of Ukraine, the creation of the System Information Code of Ukraine, the National Fund of Digital Cultural Heritage, the Continuing Education Program on the basis of Information and Communication Technologies, the association of non-governmental organizations in the Association of Public Forces to ensure the freedom of speech and free mass media and communications.

The most actual tendencies of the development of the national information space of Ukraine in 2005–2014 were determined, among which it is necessary to distinguish: a monopolization of the native television market and phased introduction of digital TV and radio broadcasting; development of native television film-making; the formation of media groups in the field of printed mass media and the dynamic growth of the native Internet audience.

Key words: national informational space, digital broadcasting, national cinema industry, informational society.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Реалії сьогодення ставлять на порядок денний необхідність комплексного аналізу національного інформаційного простору для визначення найбільш актуальних тенденцій його розвитку, впливу політичної боротьби та євроінтеграційних прагнень українського суспільства на розвиток інформаційного простору України, зокрема в 2005–2014 рр.

Аналіз досліджень і публікацій із зазначеної проблеми підтверджує, що дослідженню інформаційного простору України в 2005–2014 рр.

присвячені наукові праці та експертні дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, експертів та дослідників, зокрема О.Веснянки, С.Гнатюка, В.Іванова, М.Кияка, М.Майер-Резенде, Д.Майоли, П.Пакзолая, Д.Пілігрим, Ю.Рубана, І.Семенченка та багатьох інших. Разом з тим окремих інтерес становлять наукові дослідження активізації політики в соцмережах О.Веснянки [2]; формування позитивного міжнародного іміджу Української держави в інформаційному просторі С.Гнатюка [3]; окремих аспектів масових комунікацій В.Іванова [5]; ре-

© Нестеряк Ю.В., 2018

гулювання діяльності засобів масової інформації під час виборів Дж.Майоли, М.Майер-Резенде [6]; окремих тенденцій інформаційного простору України в умовах глобалізації І.Семенченка [14]; стратегічних оцінок суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку України Ю.Рубана [18].

В основі дослідження – законодавство України щодо основних засад розвитку інформаційного суспільства в Україні в 2005–2014 рр.: про затвердження Державної програми впровадження цифрового телерадіомовлення [10]; про Концепцію державної інформаційної політики [11]; про Концепцію загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2008–2012 роки [12]; Спільний висновок щодо проекту змін до законодавства про вибори народних депутатів України, прийнятий Венеціанською комісією на її 96-й пленарній сесії (Венеція, 11–12 жовтня 2013 р.) [16]; удосконалення Закону України “Про вибори народних депутатів” [17].

Метою дослідження є науковий аналіз впливу на розвиток інформаційного простору України у 2005–2014 рр. політичної боротьби під час парламентських і президентських виборчих перегонів в умовах євроінтеграційних прагнень українського суспільства, які завершилися Революцією гідності в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Європейський вектор нової інформаційної політики України, задекларований на 7-й Європейській міністерській конференції з питань політики у сфері засобів масової інформації 2005 р., “базувався на ідеях та рішеннях всесвітніх самітів з інформаційного суспільства (WSIS), європейських конференцій з інформаційної політики та міждержавних відносин як Європи в цілому, так і окремих держав європейського регіону” [4, с. 5].

В основу розвитку національної інформаційної політики України було закладено нові стратегії: зокрема, тривало доопрацювання проекту Концепції національної інформаційної політики України, Програми інформатизації України, створення системного Інформаційного кодексу України, Національного фонду цифрової культурної спадщини, Програми безперервної освіти на базі інформаційно-комунікаційних технологій, об’єднання неурядових організацій в Асоціацію громадських сил для забезпечення свободи слова і вільних засобів масової інформації та комунікації.

Національний підхід до реалій глобального інформаційного суспільства, координації інтелектуальних ресурсів, інформаційних загроз та безпеки почали ґрунтовно розглядатися на численних міжнародних конгресах, конференціях та

круглих столах, зокрема: “Інформаційне суспільство – стратегія розвитку в XXI столітті”, “Міжнародне інформаційне суспільство. Проблеми та перспективи”, “Роль мас-медіа у формуванні інформаційного суспільства”, “Запровадження світових стандартів комунікації між владою та громадськістю – план дій для України” та ін. [4, с. 34–39].

У результаті зазначених вище та інших численних дискусій розроблено важливі для України оцінки і рекомендації з питань: державної інформаційної політики; законодавства, управління та економіки в інформаційному суспільстві; ролі безперервної освіти в інформаційному суспільстві; трансформації національної інфраструктури, політики інформатизації в Україні; інформаційної безпеки; упровадження інформаційних технологій та електронного урядування; збереження культурного розмаїття і самобутності; підтримки незалежності та плюралізму ЗМІ.

Бурхливий розвиток телерадіоінформаційного простору України на початку другого тисячоліття потребував принципово нової законодавчої моделі управління галуззю. На початок 2009 р. до Державного реєстру телерадіоорганізацій було внесено 1610 телерадіоорганізацій та суб’єктів інформаційної діяльності. Для потреб ефірного телерадіомовлення задіяно 2 607 радіочастот для телевізійного мовлення та 1021 радіочастота для радіомовлення. Усього в Україні функціонувало 15 загальнонаціональних, 5 регіональних та 210 місцевих каналів телевізійного мовлення; 15 загальнонаціональних і 8 регіональних каналів радіомовлення, 23 регіональних радіоканали, що працювали в межах окремих областей (регіонів) та 301 місцевий канал радіомовлення; 730 багатоканальних кабельних телемереж; 82 телерадіоорганізації супутникового мовлення, які розповсюджували 90 телевізійних і 11 радіопрограм [3].

Значимо, що з 2003 по 2008 р. кількість вітчизняних телерадіоорганізацій зростає більш ніж у півтора раза – із 1096 до 1610. Показово, що з 15 загальнонаціональних телевізійних мовників тільки один – державний: Національна телекомпанія України “Перший Національний”, постійна аудиторія якого у межах 2–3% населення. Найбільший сегмент ринку поділили три великі (групи компаній “Інтер”, “1+1” та медіа-холдинг: ТОВ “Міжнародна комерційна телерадіокомпанія ICTV”, ЗАТ “Міжнародний Медіа Центр – СТБ” і ЗАТ “Новий канал”) та кілька менших медіагруп. Висновок очевидний: вітчизняний ринок телебачення інтенсивно монополізувався. Протягом цього періоду Міністерством юстиції Украї-

ни зареєстровано понад 30 тис. найменувань друкованих видань усіх рівнів. Українська асоціація видавців періодичної преси (УАВПП) разом із Книжковою палатою України, Укрпоштою і регіональною мережею поширення періодики ДП “Преса” в рамках звіту для Світової асоціації газет (WAN) провели власний підрахунок періодичних видань України, згідно з яким загальна кількість видань у країні реально становила 4277 найменувань, з яких 2885 газет і 1392 журнали [18, с. 420].

Склалася парадоксальна ситуація, коли, з огляду на зростання кількості друкованих видань і обсягів реклами, реальна аудиторія вітчизняних друкованих ЗМІ суттєво зменшилася.

На переконання вітчизняних науковців, така, цілком типова для більшості країн, тенденція була зумовлена комплексом причин, визначальними з яких стали: загальна криза ідентичності преси, яка не витримувала конкуренції з розвитком новітніх медіа; відсутність у вітчизняних видавців комплексного уявлення про українську аудиторію, що заважала чітко визначити свою цільову аудиторію і правильно працювати з нею [18, с. 421].

Водночас розвиток галузі серйозно гальмувався відсутністю єдиної та ефективної системи сертифікації тиражів, браком комплексного фахового моніторингу галузі, відсутністю національного класифікатора друкованих ЗМІ та єдиної системи галузевих стандартів. У досліджуваній період розвитку національного інформаційного простору, на нашу думку, сформувалося й почало розвиватися вітчизняне телевізійне кіновиробництво. Реалізація Загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2003–2007 рр. засвідчила ефективність комплексного підходу до розв’язання проблем та необхідність продовження змін у вітчизняній кіногалузі, започаткованих програмою. Однак найвпливовіші телевізійні виробництва, що працюють в Україні, виходячи з маркетингової та комерційної стратегії, продовжували виготовляти чи закуповувати в Російській Федерації продукт різних форматів, розрахований на російського та російськомовного споживача.

Тож переважна більшість телевізійної кінопродукції, виготовленої в Україні й розміщеної на вітчизняному телебаченні, не була українською не лише за мовною ознакою, а й за змістом, відтак консервувала та зміцнювала російський мовно-культурний вплив у державі, гальмувала процеси формування консолідованого українського суспільства та української ідентичності. Така ситуація в галузі потребувала політики послідовного державного протекціонізму, на впровадження якої, зокрема, був спрямований Указ

Президента України “Про заходи щодо сприяння розвитку національної кінематографії” від 13 вересня 2007 р. На виконання положень Указу було підготовано проект Концепції “Загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2008–2012 роки”, яка, на жаль, так і не була затверджена [10].

Одним із головних пріоритетів України, визначених прийнятим у 2007 р. Законом України “Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки”, задекларовано прагнення побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство. Інформаційне суспільство визначається Законом як ступінь у розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань у житті суспільства, зростанням частки інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті, створенням глобального інформаційного простору [10].

Стратегічно важливим кроком на шляху адаптації національного законодавства до вимог та стандартів Європейського Союзу, на переконання вітчизняних науковців, стала ратифікація Україною Європейської конвенції про транскордонне телебачення [18, с. 426]. Із набранням чинності із січня 2009 р. Закону України “Про ратифікацію Європейської конвенції про транскордонне телебачення” значно активізувалися процеси інтеграції вітчизняних медіа до європейського медіа-простору, просування українського інформаційного продукту на зовнішні ринки.

Разом з тим львівський науковець І.Семенченко достатньо критично підходить до тенденцій у вітчизняному інформаційному просторі в умовах глобалізації. На його переконання, єдиний інформаційний простір в Україні відсутній. “Регіони живуть власним життям, про яке пишуть регіональні ЗМІ, а Київ – власним із власними же ЗМІ, відповідно. У столиці не читають регіональну періодику і не цікавляться регіональними ТБ-каналами, одночасно у регіонах майже неможливо придбати київську пресу. Хоча теле- та радіотрансляції з Києва доступні (проте це зовсім не означає, що вони когось надто цікавлять!) в українській глибинці” [14].

Основні тенденції розвитку системи мас-медіа, що сформувалася в Україні на цьому етапі розвитку національного інформаційного простору, на думку дослідника, загалом не відповідають потребам суспільства у формуванні сучасної української ідентичності, збереженні культурно-історичної самобутності, виробленні й артикуляції загальносуспільних цінностей, соці-

алізації особистості, забезпеченні інформаційно-психологічної безпеки громадян. Медіа-простір України практично не контролюється суспільством, неефективно контролюється державою і не є національним у сенсі домінування в ньому неукраїнського продукту. Близькою до нуля є інформаційна присутність нашої країни у світі. Україна до цього часу не досягла інформаційного суверенітету, не виробила дієвих важелів опору культурній та економічній зовнішній експансії у сфері масових комунікацій [14].

Офіційну присутність України у світовому інформаційному просторі забезпечувала ДТРК “Всесвітня служба “Українське телебачення і радіомовлення” (УТР). Формально Державний комітет телебачення і радіомовлення України координував реалізацію міжурядових та міжвідомчих угод в інформаційній сфері з понад 30 країнами світу в Європі, СНД, Африці, Азійсько-Тихоокеанському регіоні та на Близькому Сході. Спільно з Державним підприємством “Укркосмос” УТР мовив на 84 країни світу, а з 2005 р. почав здійснювати інтернет-мовлення в реальному часі. Із квітня 2005 р. державна телерадіокомпанія “Культура” також розпочала супутникове мовлення у відкритому режимі на понад 80 країн світу [7].

Низка урядових програм, спрямованих на розширення інформаційної присутності України за кордоном, починаючи з “Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 рр.”, не дали очікуваних результатів, як і виділені розпорядженням Кабінету Міністрів України близько 20 млн грн згідно з новим проектом Концепції “Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007–2010 роки”. З 2008 р. мала б почати діяти Концепція “Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2008–2011 роки”, але Постановою Кабінету Міністрів України від 3 червня 2009 р. була затверджена нова “Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року”. За таких умов, за оцінками як зарубіжних, так і вітчизняних експертів, Україна була і залишається здебільшого беззахисним об’єктом численних інформаційних агресій ззовні, які здійснюються з різних причин: боротьба за вплив на Україну між іншими державами, намагання дестабілізувати її внутрішнє становище, завдати шкоди її міжнародному авторитетові тощо [3].

А для виходу на якісно новий рівень організації та підтримки високого міжнародного іміджу України необхідно забезпечити фінансування і впровадження прийнятих програм, розробивши

комплекс узгоджених між собою заходів за їх фундаментальними напрямками. В умовах розвитку інформаційного суспільства індивідуальна, групова і масова свідомість людей усе більше залежала від діяльності засобів масової комунікації. Однак, на думку вітчизняного дослідника В.Іванова, не можна стверджувати, що інформатизація суспільства має тільки позитивні наслідки для політичного життя [5, с. 14].

Медіатизація політики, коли за привабливість для виборця борються іміджі, а не погляди і реальні справи політиків, веде до популізму. В українських реаліях, на наше переконання, політична боротьба під час парламентських і президентських виборчих перегонів та євроінтеграційні прагнення українського суспільства суттєво вплинули на розвиток національного інформаційного простору досліджуваного періоду.

За результатами спостереження за парламентськими виборами в Україні у березні 2006 р. Місією зі спостереження за виборами ОБСЄ/БДПЛ (Бюро демократичних інститутів і прав людини) було висловлено низку рекомендацій щодо вдосконалення регулювання діяльності засобів масової інформації під час виборів. Значна частина цих рекомендацій стосувалася реформування ЗМІ в цілому (посилення рівня незалежності Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, створення суспільного мовлення, забезпечення прозорості власності щодо засобів масової комунікації та ін.) [13].

У вересні 2008 р. на замовлення Координатора проектів ОБСЄ в Україні в рамках проектів “Сприяння подальшому зміцненню виборчих процесів в Україні” та “Сприяння розробці Виборчого кодексу в Україні” опубліковано дослідження експертів Д.Майоли і М.Майер-Резенде “Регулювання діяльності засобів масової інформації під час виборів”, у якому подано ґрунтовний аналіз чинного законодавства України щодо регулювання діяльності ЗМІ під час виборів та запропоновано внести певні уточнення. На переконання експертів, по-перше, нечітко визначено ключові терміни “спонсорство” та “вільний доступ”; по-друге, незрозуміло, чи зобов’язання щодо забезпечення рівного доступу стосуються усіх ЗМІ, чи лише державних; по-третє, положення щодо “прихованої реклами” могли б бути посилені, з одного боку, та роз’яснені – з другого. Той формат, в якому сформульовані означені положення, може гальмувати діяльність незалежних ЗМІ [6, с. 69-70].

Водночас традиційні методи боротьби за голоси виборців поповнюються використанням інтернет-технологій та соціальних інформаційних

мереж, оскільки вони стають усе більш поширеними в різних сферах життя суспільства. Продемонструвавши свою ефективність у виборчій кампанії американського президента Б.Обами, соціальні мережі привернули увагу українських політиків. Під час виборчої кампанії 2010 р. для кандидата в Президенти України Ю.Тимошенко було створено два нових інтернет-ресурси – tymoshenko.com.ua та tymoshenko.ua. Сайти багато в чому наслідували технологічні рішення, які використовувалися командою Обами. Вони, як і американські аналоги, надавали можливість стати волонтером, підтримати обраного кандидата фінансово, причому мінімальний внесок становив 41,625 грн (на той час еквівалент 5 доларів, як і в кампанії Обами). Сайти також використовували гасло “Інформуй! Агітуй! Розповсюджуй!”, яке нагадувало гасло Б.Обами. Інший кандидат у Президенти України – В.Янукович – не робив ставку на використання Інтернету. У нього працював тільки персональний інформаційний сервер yanukovich.com.ua, ліквідований відразу після інавгурації [2].

Соціальні мережі використовувалися не лише особисто політиками, а й залучали потенційних виборців. Під час президентських виборів у жовтні 2010 р. користувачі Інтернету мали нагоду стати учасниками проекту “Elect UA: Twitter-трансляція місцевих виборів в Україні” [1]. Його суть зводилася до відстеження виборчих перегонів, отримання інформації щодо ходу виборів від безпосередніх спостерігачів з усіх куточків України в режимі реального часу. У 2010 р. користувачі мережі разом із 65 учасниками, які пройшли навчання в рамках проекту, створили понад 20 тис. твітів упродовж двох виборчих турів. За хештегом #elect_sos можна було відстежувати порушення, допущені під час кампанії. Усі повідомлення громадянських репортерів акумулювалися на сайті www.electua.org. Цей ресурс працював як інструмент моніторингу і контролю за ходом виборів для кожного громадянина.

Напередодні парламентських виборів 2012 р. українські політики почали активніше використовувати Інтернет, застосовуючи його потенціал для мобілізації виборців. На початку квітня 2012 р. за кількістю прихильників лідером соціальних мереж залишався С.Тігіпко – його сторінку переглянуло 23 тис. осіб. Далі у рейтингу була Ю.Тимошенко, свій акаунт у Twitter вона завела в лютому 2011 р. Першим записом було повідомлення: “140 символів як щеплення проти диктатури”. Незважаючи на те, що акаунт колишнього прем'єра не оновлювався, він продовжував збільшувати кількість читачів. Наступні за популярністю у Facebook – лідер партії “Україна – Вперед!”

Н.Королевська та лідер Партії регіонів М.Азаров. Представництва партії “Україна – Вперед” у соціальних мережах були відкриті ще восени 2011 р. й активно розкручувались протягом кількох місяців. Та навесні 2012 р. Н.Королевська “охолола” до соцмереж. За рік до виборів у неї була доволі жива та цікава сторінка у Facebook, проте згодом вона перетворилася на стінгазету. Несподівано для багатьох Партія регіонів також пішла в соцмережі. Ця політична сила мала осмислений підхід до дизайну, чим разом із “Батьківщиною” вирізнялась на тлі інших політичних сил. Але, на відміну від “Батьківщини”, де для соцмереж творився оригінальний контент, регіонали займалися виключно ретрансляцією повідомлень прес-служби [2].

Відтак цілком логічним стало включення до переліку об'єктів моніторингу діяльності засобів масової комунікації під час парламентських виборів в Україні 2012 р. найбільш впливових та рейтингових всеукраїнських і регіональних інтернет-видань, зокрема таких як “Українська правда”, “Главком”, “КорреспондентТ”, “Обозреватель”, “Левый берег” та ін.

В Остаточному звіті ОБСЄ/БДПЛ зі спостереження за парламентськими виборами 2012 р. в Україні, зокрема, зазначено, що фінансовий фактор усе більше впливає на українські ЗМІ, які висвітлюють вибори [8]. Умови, в яких працювали засоби масової інформації, характеризуються майже повною відсутністю редакційної незалежності на телебаченні. Політизація телебачення підприємцями та залежність державного телебачення і радіо від державного бюджету значно обмежив політичний плюралізм на користь правлячих сил. Унаслідок браку політичної волі перетворення національного державного телеканалу України з державного на громадського мовника не відбулося.

Прямий доступ власників засобів масової інформації та політичних діячів до змісту новин – останні здійснюють його у вигляді плати журналістам у конвертах (так звана “джинса”) – ускладнює журналістські розслідування й остаточно підриває ключову роль ЗМІ як “сторожового пса” політичної влади та бізнесу. Платний зміст, замаскований під новини, залишає громадян неспроможними розрізнити редакційне та платне висвітлення, що фактично є політичною рекламою [8].

У лютому 2013 р. Кабінет Міністрів України затвердив План першочергових заходів щодо інтеграції України до ЄС на 2013 рік. Уряд публічно взяв на себе зобов'язання враховувати рекомендації Місії ОБСЄ/БДПЛ, залучати експертний та технічний потенціал Ради Європи, ОБСЄ та ЄС. Верховна Рада України ухвалила Заяву про євроінтеграційні прагнення України та укладення Угоди

про Асоціацію між Україною та ЄС [17]. У квітні 2013 р. Міністерство юстиції України, виконуючи План першочергових заходів щодо інтеграції України до ЄС, розробило проект Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення виборчого законодавства” і звернулося до Венеціанської комісії та ОБСЄ/БДПЛ з проханням прокоментувати текст проектів законів. 17 червня 2013 р. Венеціанська комісія і ОБСЄ/БДПЛ надали письмовий Спільний висновок, у якому, зокрема, рекомендували, щоб новий виборчий закон зміцнив інституційні механізми для боротьби з поширеною проблемою зловживання адміністративним ресурсом, *особливо щодо засобів масової інформації* [16].

Проте 21 листопада 2013 р., за кілька днів до Вільнюського саміту східного партнерства, Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням призупинив процес підготовки до підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Саме це рішення діючої влади спричинило “Євромайдан” – протестні акції по всій країні на підтримку євроінтеграційного вибору України, які, після силового розгону та побиття протестувальників у ніч з 29 на 30 листопада у Києві, переросли у Революцію гідності – протести перетворилися із проєвропейських на антиурядові і стали значно масштабнішими. 22 лютого 2014 р. Верховна Рада України прийняла Постанову про самоусунення Президента України від виконання конституційних повноважень і призначення позачергових виборів Президента України на 25 травня 2014 р.

За твердженням ВВС, уперше слово “Євромайдан” використали 21 листопада в соціальній мережі. Відразу хештег #Євромайдан потрапив у тренди Twitter. До 22 листопада його використали понад 21 тис. разів, коли акції вже проводилися в Донецьку, Івано-Франківську, Луцьку, Ужгороді та Львові. Підняти людей на акції протесту в 2013 р. допомогли соціальні мережі Twitter і Facebook, які швидко рознесли інформацію про громадські протести [19].

Найбільше Facebook і Twitter-повідомлення цитувалися у стрічках новин інтернет-видань, рідше в авторських журналістських матеріалах. Онлайн-видання “Українська правда” пропонувало читачам добірки медіа-повідомлень та повідомлень із соціальних мереж. Такий спосіб подачі інформації виявився дуже ефективним, адже за допомогою цих добірок перебіг подій Революції гідності трансливався практично в режимі реального часу, до того ж він доповнювався коментарями політиків та опініон-лідерів, що дало змогу створити максимально повну інформаційну картину [15].

За даними аналітичного звіту Національної спілки журналістів України (НСЖУ), за час Революції гідності постраждав 271 журналіст як українських, так і іноземних ЗМІ. У лютому 2014 р. в Києві загинули двоє журналістів. Від рук “тітушок” загинув журналіст газети “Вести” В.Веремій, а на Майдані Незалежності – студент і журналіст І.Костенко. Найбільше нападів, крім Києва, було у Харкові, Черкасах, Дніпрі, Запоріжжі, Одесі та Криму. Крім того, за цей період зафіксовано 14 нападів на редакції медіа, 9 арештів та затримань, 31 випадок погроз працівникам медіа фізичною розправою [9].

Разом з тим варто погодитися з певними позитивними висновками експертів Національного інституту стратегічних досліджень щодо динамічного і стрімкого розвитку інформаційної сфери України в цей період, насамперед збільшення кількості вітчизняних медіа всіх різновидів, обсягу галузевих ринків, темпів та напрямів технологічного оновлення галузі, розширення спектра доступних для громадян джерел інформації, зростання фахового рівня українських журналістів, поступове вдосконалення нормативно-правової бази [18, с. 426].

Висновки до пропонованого дослідження та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Серед найбільш актуальних тенденцій розвитку національного інформаційного простору України у 2005–2014 рр., на наш погляд, необхідно виділити:

- монополізацію вітчизняного ринку телебачення та інтенсивне ліцензування супутникових мовників, зумовлене вичерпаністю аналогового частотного ресурсу і привабливістю цифрових передавальних технологій;

- формування медіа-груп у галузі друкованих засобів масової комунікації України, консолідація й укрупнення видавничих компаній, розвиток мультимедійних платформ та онлайн-проектів друкованих ЗМІ з активним упровадженням і використанням новітніх технологій;

- зростання припливу капіталовкладень у вітчизняне телевізійне кіновиробництво, формування відповідної ринкової інфраструктури, зростання кількості підприємств і фахівців галузі, нових знімальних площ та устаткування;

- поетапне впровадження цифрового телерадіомовлення, що оптимізувало використання радіочастотного ресурсу, поліпшило якість сигналу, стимулювало розвиток конкурентного середовища на вітчизняному медіа-ринку, збільшило інвестиційну привабливість галузі та вивело Україну на рівень західноєвропейських показників щодо кількості програм телевізійного, звукового і мультимедійного мовлення;

– динамічне зростання вітчизняної інтернет-аудиторії та інтеграція країни в глобальний веб-простір із поступовим, хоч і недостатнім, упровадженням інноваційних технологій, розрахованих на чимдалі глибшу конвергенцію інформаційних, мультимедійних та комп'ютерних форматів і сервісів.

Під час Революції гідності соціальні мережі стали одним із головних каналів одержання оперативної інформації для офіційних вітчизняних ЗМІ, що дає підстави стверджувати про станов-

лення в Україні “громадської журналістики”, яка в подальшому отримала свій розвиток завдяки активності волонтерів і громадських активістів в анексованому Криму та окупованій частині Донбасу.

Темою подальших досліджень може стати аналіз новітнього періоду розвитку національного інформаційного простору в умовах анексії Криму, війни на Сході України та повномасштабної інформаційної війни з Російською Федерацією.

Список використаних джерел

1. Блог проекту Твіттер-трансляції виборів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://electua.blogspot.com/2010/10/twitter-electua.html>.
2. Веснянка О. Політики активізуються у соцмережах – чекайте виборів [Електронний ресурс] / Ольга Веснянка // Диалог: возрождение традиций интеллектуального общения. – Режим доступу : <http://dialogs.org.ua/ru/periodic/page25877.html>.
3. Гнатюк С. Формування позитивного міжнародного іміджу Української держави в інформаційному просторі [Електронний ресурс] / С. Гнатюк. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/02.htm>.
4. Інтеграція і різноманітність: нові тенденції політики України в сфері масової інформації та нових комунікаційних послуг : спец. вид. до 7-ї Європ. міністер. конф. з питань політики у сфері засобів масової інформації. – Київ, 2005. – 120 с.
5. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография / В. Ф. Иванов. – Ч. III : Теории и модели массовой коммуникации. – Київ : ЦВП, 2009. – 330 с.
6. Майола Дж. Регулювання діяльності засобів масової інформації під час виборів / Джованна Майола, Міхаель Майер-Резенде ; Проекти з питань виборів. Координатор Проектів ОБСЄ в Україні. – Київ : Вид-во “KIM”, 2008. – 84 с.
7. НКРЗІ пропонує зміни до Закону України “Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки [Електронний ресурс] / Нац. коміс., що здійснює держ. регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. – Режим доступу : http://www.nkrz.gov.ua/uk/activities_nkrzi/news/1344519940/.
8. Остаточний звіт за післявиборний період. 29 жовтня – 6 листопада 2012 року. Варшава, 3 січня 2013 року. [Електронний ресурс] / Вісн. Центр. вибор. комісії № 1 (25) 2013 р. – Режим доступу : http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2013_1/visnik1_2013_st_11.pdf
9. Понад 270 журналістів постраждали в Україні під час Євромайдану – НСЖУ [Електронний ресурс] / Укрінформ. – Режим доступу : www.ukrinform.ua/rubric-society/2177132-ponad-270-zurnalistiv-postrazdali-v-ukraini-pid-cas-evromajdanu-nszu.html
10. Про затвердження Державної програми впровадження цифрового телерадіомовлення [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від

References

1. (2010), The Twitt Broadcast Election Blog, available at: <http://electua.blogspot.com/2010/10/twitter-electua.html> (Accessed 12 May 2018).
2. Vesnianka, O., “Politicians are activated in social networks – wait for elections”, *Dialog: vozrozhdenie tradicij intelektual'nogo obshhenija* [Online], available at: <http://dialogs.org.ua/ru/periodic/page25877.html> (Accessed 05 May 2018).
3. Hnatiuk, S. (2009), “Formation of a positive international image of the Ukrainian state in the information space”, available at : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/02.htm> (Accessed 05 May 2018).
4. (2005), *Intehratsiia i riznomanitnist': novi tendentsii polityky Ukrainy v sferi masovoi informatsii ta novykh komunikatsijnykh posluh: spetsial'ne vydannia do VII Yevropejs'koi ministers'koi konferentsii z pytan' polityky u sferi zasobiv masovoi informatsii* [Integration and diversity: New trends in Ukraine's policy in mass media and new communication services: Special edition for the VII European Ministerial Conference on Mass Media Policy], Kyiv, Ukraine.
5. Ivanov, V.F. (2009), *Aspekty massovoj kommunikacii: monografija* [Aspects of mass communication: monograph], Part III: *Teorii i modeli massovoj kommunikacii* [Theories and models of mass communication], CVP, Kyiv, Ukraine.
6. Majola, Dzh. And Majer-Rezende, M. (2008), *Rehulivannia diial'nosti zasobiv masovoi informatsii pid chas vyboriv* [Regulation of media activity during the elections], Election projects. OSCE Project Coordinator in Ukraine, “KIM” Publisher, Kyiv, Ukraine.
7. The official site of the National Commission for the State Regulation of Communications and Informatization, “National Commission for the State Regulation of Communications and Informatization proposes amendments to the Law of Ukraine “On the Basic Principles of the Development of the Information Society in Ukraine for 2007–2015”, available at: http://www.nkrz.gov.ua/uk/activities_nkrzi/news/1344519940/ (Accessed 10 May 2018).
8. (2013), “Final report for the post-election period. October 29 - November 6, 2012. Warsaw, January 3, 2013”, *Visnyk Tsentral'noi vyborchoi komisii* [Online], vol. 1 (25), available at: http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2013_1/visnik1_2013_st_11.pdf (Accessed 17 April 2018).
9. The official site of the Ukrainian National News Agency “Ukrinform”, “More than 270 journalists suffered in Ukraine during EuroMaydan - National Union of Journalists of Ukraine”, available at: www.ukrinform.ua/rubric-society/2177132-ponad-270-zurnalistiv-postrazdali-v-ukraini-pid-cas-evromajdanu-nszu.html (Accessed 20 May 2018).

- 26 листоп. 2008 р. № 1085. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1085-2008-%D0%BF>.
11. Проект Закону України “Про Концепцію державної інформаційної політики” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=70468&cat_id=7774.
 12. Проект Концепції загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2008–2012 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/88278>.
 13. Регулювання участі ЗМІ у виборчому процесі: напрями удосконалення [Електронний ресурс] / Асоціація медіа-юристів Львівщини. – Режим доступу : http://www.mediajuryst.com/rehulyuvannya_uchasti_zmi_u_vyborchomu_protsezi_napryamy_udoskonalennya.aspx.
 14. Семенченко І. Ю. Тенденції інформаційного простору України в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / І. Ю. Семенченко. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Politologia/63701.doc.htm.
 15. Соціальні мережі як джерело інформації для ЗМІ під час Революції гідності в Україні [Електронний ресурс] / Студопедія. – Режим доступу : <https://studopedia.org/12-70528.html>
 16. Спільний висновок щодо проекту змін до законодавства про вибори народних депутатів України [Електронний ресурс]. Прийнятий Венеціанською комісією на її 96-й пленарній сесії (Венеція, 11–12 жовт. 2013 р.). – Режим доступу : http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2013_3/Visnik_3_2013_st_17.pdf
 17. Удосконалення Закону України “Про вибори народних депутатів”. Перспективи та пріоритети [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.opora.ua/news/3864>
 18. Україна в 2005–2009 рр.: стратегічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку: монографія / за заг. ред. Ю. Г. Рубана. – Київ : НІСД, 2009. – 655 с.
 19. Хроніки майдану. Як розвивалася і до чого призвела друга українська революція [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journal.112.ua/maydan-ua>.
 20. The Cabinet of Ministers of Ukraine (2008), Decree “On Approval of the State Program for the Implementation of Digital Television and Radio Broadcasting” of 26 November 2008, No. 1085, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1085-2008-%D0%BF> (Accessed 20 May 2018).
 21. The Cabinet of Ministers of Ukraine, “Draft Law of Ukraine “On the Concept of State Information Policy”, available at: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=70468&cat_id=7774 (Accessed 20 May 2018).
 22. The Ministry of Culture of Ukraine, “Draft Concept of the National Program for Development of the National Film Industry for 2008–2012”, available at: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/88278> (Accessed 23 May 2018).
 23. The official site of the Association of media lawyers of Lviv region, “Regulation of media participation in the electoral process: directions of improvement”, available at: http://www.mediajuryst.com/rehulyuvannya_uchasti_zmi_u_vyborchomu_protsezi_napryamy_udoskonalennya.aspx (Accessed 25 May 2018).
 24. Semenchenko, I.Yu. (2010), “Trends in the information space of Ukraine in the conditions of globalization”, available at: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Politologia/63701.doc.htm (Accessed 25 May 2018).
 25. “Social networks as a source of information for the media during the Revolution of Dignity in Ukraine”, available at: <https://studopedia.org/12-70528.html> (Accessed 27 May 2018).
 26. (2013), “Joint conclusion on the draft amendments to the legislation on the election of people’s deputies of Ukraine. Adopted by the Venice Commission at its 96th plenary session (Venice, 11–12 October 2013)”, available at: http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2013_3/Visnik_3_2013_st_17.pdf (Accessed 17 May 2018).
 27. “Improvement of the Law of Ukraine “On Elections of People’s Deputies”. Prospects and priorities”, available at: <https://www.opora.ua/news/3864> (Accessed 29 May 2018).
 28. Ruban, Yu.H. (editor) (2009), *Ukraina v 2005–2009 rr.: stratehichni otsinky suspil'no-politychnoho ta sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku* [Ukraine in 2005–2009: strategic assessments of socio-political and socio-economic development], National Institute for Strategic Studies, Kyiv, Ukraine.
 29. “Chronicles of the Maidan. How has the Second Ukrainian Revolution developed and what has it led to”, available at: <http://journal.112.ua/maydan-ua> (Accessed 20 May 2018).

Нестеряк Юрій Васильович,

доктор наук з державного управління,
завідувач кафедри журналістики та нових медіа,
Інститут журналістики Київського університету
імені Бориса Грінченка,
04053, м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2

Цитування: Нестеряк Ю. В. Розвиток національного інформаційного простору України (2005–2014 рр.) / Ю. В. Нестеряк // Вісн. НАДУ. Серія “Державне управління”. – 2018. – № 3 (90). – С. 181–188.

Стаття надійшла: 02.07.2018

Схвалено до друку: 27.08.2018

Nesteryak, Yurii V.,

Doctor of Science in Public Administration,
Head of the Department of Journalism and New Media,
Institute of Journalism Borys Grinchenko Kyiv University,
18/2, Bulvarno-Kudriavska Str., Kyiv, 04053, Ukraine

Citation: Nesteryak, Y.V. (2018). Rozvytok natsional'noho informatsijnoho prostoru Ukrainy (2005–2014 rr.) [Development of the national information space of Ukraine (2005–2014)]. *Bulletin of the NAPA, Series “Public Administration”*, 3 (90), 181–188.

Article arrived: 02.07.2018

Accepted: 27.08.2018