

DOI [HTTPS://DOI.ORG/10.32837/APP.V0I67.1150](https://doi.org/10.32837/app.v0i67.1150)
УДК 323.2

Н. Ю. Горбенко
orcid.org/0000-0002-3691-9268
аспірантка кафедри політичних наук
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

МЕДІАТИЗАЦІЯ ТА ВПЛИВ ЗМІ НА ПОЛІТИЧНИЙ ПОРЯДОК ДЕННИЙ

Медіатизація політики та порядок денний – теорії, що вивчають вплив засобів масової інформації. Медіатизація стала наслідком розвитку інформаційно-комунікативних технологій і перетворилася на одну із провідних тенденцій розвитку сучасного суспільства. Медіатизація політики характеризується зростаючим впливом медіа на політичні процеси та політичних суб'єктів. Теорія порядку денного – одна із найвпливовіших теорій, що описує вплив засобів масової інформації на політичну сферу. Незважаючи на зростаючу популярність і важливість досліджень із порядку денного, порядок денний рідко розглядався як частина медіатизації або як пов'язаний із нею процес, що зумовлює актуальність вивчення цієї проблеми.

Дослідженню медіатизації політики присвячені праці таких науковців, як: Й. Стромбек, Ф. Ессер, В. Шульц, Ф. Кротц, С. Хаярвард, Д. Маззоліні, Г. Почепцов та інші. Конструювання політичного порядку денного у сучасному суспільстві вивчали М. Маккобс, Д. Шоу, Ч. Елдер, Р. Кобб, Е. Шаттшнайдер. Проблеми встановлення взаємозв'язку між медіатизацією політики та політичним порядком денним досліджували Е. Роджерс, Дж. Дерінг, Г. Тесен, П. Ван Аелст, С. Вальгрейв, Р. Влігенгарт.

Проблема взаємозв'язку між медіатизацією політики та політичним порядком денним є мало досліджуваною у вітчизняній науковій літературі. Науковці, досліджуючи порядок денний, також часто зосереджуються на описі впливу ЗМІ на громадську думку, залишаючи поза увагою ще один важливий аспект теорії порядку денного – вплив засобів масової інформації на порядок денний політичних суб'єктів.

Метою статті є дослідження впливу засобів масової інформації на політичний порядок денний, взаємозв'язку теорій медіатизації політики та політичного порядку денного.

Засоби масової інформації є головним джерелом інформації та каналом комунікації між громадянами та політичними суб'єктами. Це визначення стало основою для будь-якої точки зору на вплив ЗМІ чи медіаефектів на політичну комунікацію. В умовах інформаційного суспільства все більше повідомлень відтворюється через засоби масової інформації, тобто є опосередкованими. Нейтральний акт передачі інформації та спілкування через ЗМІ має назву «медіація». Вона лягла в основу багатовимірної, принципово орієнтованої на процес концепції – медіатизації (Strömback, 2008, р. 229). Медіатизація є більш складним процесом, за допомогою якого комунікація в засобах масової інформації формує та переформатовує суспільство та політику (Schulz, 2004, р. 89). Шульц пов'язує медіатизацію зі змінами в засобах комунікації, такими як розвиток нових засобів комунікації та поширення або використання різних ЗМІ, що приводить до повної або часткової заміни соціальної діяльності та інститутів діяльністю засобів масової інформації (Mazzoleni, 1999, р. 250).

Сьогодні правила медіалогіки перетворюють складники політичної логіки, надаючи їм нових відтінків значення, взятих із власних законів медіа. Медіатизація призводить до колонізації політичної логіки медійною. Медіатизація політики визначається сучасною тенденцією зростаючої залежності політичної сфери від того, наскільки повно і яким чином її учасники та події відображаються та інтерпретуються засобами масової інформації.

Для вивчення взаємовпливу та взаємозв'язку між медіатизацією політики та політичним порядком денним важливо визначитися із двома дефініціями, адже ці поняття досі викликають дискусії в науковій спільноті.

Теорія порядку денного – одна із найбільш впливових теорій про політичний вплив засобів масової інформації. Західні науковці вживають терміни *policy agenda-setting*, *agenda building*, *political agenda-setting*.

Використовуючи термін «agenda-setting», важливо пам'ятати, що засоби масової інформації є не єдиним, а лише одним із потенційних факторів впливу. Терміни «political agenda-setting» і «agenda building» використовуються для визначення залежності політичних пріоритетів від пріоритетів ЗМІ. Вважається, що формулювання «agenda building» описує процес формування медійного порядку денного. Це відбувається здебільшого під впливом політичних суб'єктів і їхніх власних порядків денних. Друге поняття – «agenda-setting» – стосується формування публічного порядку денного. У такому разі вирішальну роль відіграють ЗМІ, що здатні визначати ставлення людей до подій і проблем, з якими вони безпосередньо не взаємодіють (Казаков, 2014, с. 51–52).

Феномен медіатизації формує не лише медіатизоване суспільство, але й особливий публічний простір. Частіше за все певне явище дійсності, незалежно від масштабу, може стати дійсно помітним, якщо потрапить до фокусу уваги засобів масової інформації, а отже, набуде суспільного значення. І навпаки, навіть масштабна подія може не потрапити до фокусу уваги ЗМІ. Масмедіа не просто пропонують аудиторії порядок денний, але і сприяють тому, щоб його розділяти.

ЗМІ конструюють публічну сферу інформації і думок, контролюють умови їхнього розповсюдження та обміну. Телебачення, радіо, преса, новинні Інтернет-сайти не просто інформують про події, а формують порядок денний. Вони відбирають певні питання із множини повідомлень, що потрапляють в інформаційні агентства, редакції газет і телекомпаній, вибудовуючи їх за певним порядком відповідно до ймовірної значущості.

На думку Сороки, формування порядку денного пов'язане з відмінностями можливих проблем. Він виділяє видимі, сенсаційні та державні типи питань. Саме сенсаційні проблеми частіше вибирають ЗМІ для впливу на порядок денний, оскільки вони є ненав'язливими, драматичними, опосередкованими щодо досвіду більшості людей (Soroka, 2002, р. 16).

Поняття порядку денного характеризується множинністю підходів до його визначення. Узагальнивши, їх можна звести до трьох. Основою цього поділу стане належність цієї категорії до певної науки – комунікативістики та політології: комунікативний (М. Маккобс, Д. Шоу); політологічний (Ч. Елдер, Р. Кобб, Е. Шаттшнайдер); комбінований (Е. Роджерс, Дж. Дерінг, П. Ван Аелст, С. Вальгрейв). Як у комунікативістиці, так і в політології визначення порядку денного стало однією із центральних проблем. Однак одна концепція має різне значення для цих двох галузей.

У межах першого, комунікативного підходу переважно досліджується вплив засобів масової інформації на суспільство, а саме: як ступінь висвітлення проблеми у ЗМІ впливає на пріоритети громадськості та переваги виборців на виборах (Van Aelst, 2014, р. 204).

Відправною точкою для візуалізації феномену порядку денного можна вважати вивчення впливу матеріалів ЗМІ на суспільну думку У. Ліппаном, Б. Коеном, П. Лазерсфельдом і Б. Берельсоном, Дж. Клаппером, однак перше емпіричне дослідження, що стало класичним із цієї тематики, належить американцям М. Маккобсу та Д. Шоу (Казаков, 2012, с. 139). У 1972 році вони опублікували працю, в якій виявили чітку кореляцію між порядком денним та уявленням виборців, що не визначалися напередодні президентських виборів, за допомогою кількісних методів (McCombs, 1972, р. 177). Вчені довели, що засоби масової інформації впливають на те, що аудиторія вважає важливим і заслуговує уваги. І хоча М. Маккобс і Д. Шоу лише чітко сформулювали те, про що говорили задовго до них, їм вперше довелося підтвердити це емпірично.

Другий підхід – політологічний – має справу з обмеженою увагою політичних суб'єктів до широкого кола політичних проблем (Van Aelst, 2014, р. 204–205). Засоби масової інформації розглядаються як один із факторів, що може впливати на політичний порядок денний.

Сучасні дослідження з порядку денного зосереджуються на спробі поєднання обох традицій. Комбінований підхід зосереджується на впливі засобів масової інформації на політичний порядок денний. Центральним питанням науковців є питання про те, наскільки висвітлення подій чи проблем засобами масової інформації впливає на пріоритети політиків. Питання, які займають пріоритетне місце в порядку денному ЗМІ, можуть також займати більш помітне місце у політичному порядку денному (позитивний ефект формування порядку денно-

го), однак засоби масової інформації впливають на політичний порядок денний, фільтруючи та відбираючи питання, які в ньому не фігурують (негативний ефект формування порядку денного) (Walgrave, 2010). Такий негативний ефект деякі науковці називають обмеженням порядку денного, оскільки, з погляду політики, ЗМІ можуть сприяти обмеженню сфери прийняття рішень.

Деякі дослідники пропонують зосередитися на одній або декількох політичних програмах замість того, аби вивчати політичний порядок денний. Більшість із них вивчали у поєднанні такі порядки денні: парламенту або конгресу, політичних партій, уряду, президента (Van Aelst, 2014, p. 206).

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. У свідомості людей формується особлива, створена засобами масової інформації картина світу, медіарельність. На думку М. Маккобса, теорія «порядок денний» краще діє за умови, що для адресата подія, про яку йдеться, є прямо недоступною (McCombs, 1972, p. 185). У такому разі глядач вимушений покладатися на медіа.

Політика являє собою одну з таких віддалених сфер, знання про яку у більшості людей є опосередкованим. Люди отримують інформацію про політичну дійсність через групову або масову комунікацію, приймаючи за реальність створені та поширені комунікативними посередниками інформаційні продукти. Опосередковано відображений досвід інтерпретується як дійсна реальність, що утворює правдоподібну картину світу. Створена ЗМІ медіарельність може помітно відрізнятись від істинної дійсності.

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.

Фокусуючись на впливі ЗМІ на суспільну думку, необхідно враховувати, що ще одним, не менш важливим аспектом теорії порядку денного є вплив засобів масової інформації на порядок денний політичних суб'єктів. Незважаючи на зростаючу популярність і важливість досліджень із визначення політичного порядку денного, вони рідко концептуалізувались як частина медіатизації політики або розглядалась як пов'язані процеси.

Варто зазначити, що дослідження політичного порядку денного та медіатизації розвивалися майже як повністю самостійні дослідницькі школи. Дослідження політичного порядку денного базуються здебільшого на емпіричній основі. Вони фокусуються на перевірці впливу порядку денного ЗМІ на політичний порядок денний за різних обставин та контекстів, намагаючись з'ясувати, чи дійсно більш висвітлена засобами масової інформації проблема приводить до більшої уваги до цієї проблеми з боку політиків. За допомогою складних математико-статистичних методів аналізу науковці змогли визначити набір випадкових факторів, що визначають розмір і силу ефектів. Дослідження політичного порядку денного мали міцну емпіричну та аналітичну основу, однак довгий час залишалися недостатньо теоретизованими (Thesen, 2014, p. 182).

Наукові праці з медіатизації, навпаки, характеризувалися більшою теоретизованістю, а також розглядом впливу засобів масової інформації на інші сфери суспільного життя, окрім політики. Дослідження з медіатизації мають широку теоретичну базу. У літературі з медіатизації довгий час були майже відсутні емпіричні дослідження. Однією з причин можна назвати відсутність єдиного погляду на те, як можна перетворити метатеорію на функціонуючі явища та конкретні гіпотези. Однак останнім часом почали з'являтися дослідження, що базуються на емпіричних методах. Зокрема, було з'ясовано, що медіатизація впливає на організацію європейських політичних партій і медіаповедінку парламентарів (Van Aelst, 2014, p. 201–203).

Порівнюючи дві теорії – політичного порядку денного та медіатизації, можна визначити їхні характерні риси. Теорія порядку денного – теорія, основою якої є емпіричні методи, що спрямована на вивчення політичного контенту та проблем, а вплив ЗМІ у межах цієї теорії визначається як умовний і часто скромний, який можна виміряти. Медіатизація політики базується на теоретичних методах. Вона охоплює всі аспекти політики. Вплив засобів масової

інформації, згідно з цією теорією, великий і постійно зростає. Такий вплив розглядається як процес, який часто виходить за рамки медіаефектів, і його важко виміряти.

Таким чином, можна стверджувати про потенційну синергію між двома школами, як теоретичну, так і емпіричну. Емпірична база медіатизації може бути зміцнена за рахунок ключових досліджень із політичного порядку денного. Медіатизація здатна забезпечувати більш широку теоретичну основу для політичного порядку денного.

Стромбек виділив чотири взаємопов'язані виміри в процесі повної медіатизації політики, зазначивши про зв'язок медіатизації з політичним порядком денним. Перший стосується того, наскільки ЗМІ є важливим джерелом інформації і медіатором між політичними акторами та суспільством. Другий вимір – ступінь незалежності ЗМІ від політичних інститутів. Третій пов'язаний із незалежними цінностями ЗМІ та необхідністю у залученні більш широкої аудиторії під час висвітлення контенту. Згідно з науковцем, четвертий вимір стосується того, наскільки політичні суб'єкти пристосовують своє сприйняття та поведінку до логіки засобів масової інформації (Strömbäck, 2013, р.344–350). Визначення політичного порядку денного підтверджує один аспект четвертого виміру: здатність ЗМІ спільно визначати тематичний порядок денний політиків. Тією мірою, в якій висвітлення в ЗМІ впливає на пріоритети політичних діячів, політика медіатизується, оскільки впливає на риторику та поведінку політичних акторів.

Дослідження А. Ван Далена і П. Ван Аелста демонструє, що у 8 європейських країнах вплив медіа на формування політичного порядку денного є різним. Вважається, що роль масмедіа в Іспанії є невеликою, тоді як у Швеції, Норвегії, Данії роль ЗМІ є значною (Van Dalen, 2012, р. 515). Причиною низького впливу ЗМІ на формування політичного порядку денного в Іспанії, Італії, очевидно, є сильний контроль держави за функціонуванням засобів масової інформації. Швеція, Норвегія, Данія – країни, що належать до скандинавської моделі взаємодії ЗМІ та політики. (Грибовод, 2016, с. 233). Скандинавська модель характеризується відсутністю сильної централізованої влади.

Авторитарні режими використовують ЗМІ як важливу складову частину їхньої самолегітимації, тому тренд медіатизації особливо актуальний в країнах з високим рівнем економічного розвитку та демократичним режимом (Бодрунова, 2013). Це пов'язано з тим, що демократія передбачає постійну комунікацію. Політичні системи демократичних країн, що мають труднощі з встановленням тісного контакту з громадянами за допомогою традиційних інститутів (партій, виборчі процедури тощо), сьогодні все більшу увагу приділяють засобам масової інформації.

Таким чином, можна зробити висновок, що ступінь впливу засобів масової інформації на формування політичного порядку денного залежить від політичного режиму, а важливою передумовою медіатизації є зростання незалежності засобів масової інформації від політичних інститутів.

Існує два рівні встановлення порядку денного: об'єктів і атрибутів. Порядок об'єктів включає в себе перелік тем, що знаходяться в конкретний період у фокусі уваги ЗМІ. Такий порядок денний здатен формувати у громадян ставлення до теми як до важливої незалежно від того, яким чином вона трактується у масмедіа. ЗМІ здатні задавати порядок денний не лише щодо подій, що відбувались у певний період часу, ранжуючи їх за ступенем важливості, але і до кожного конкретного персонажа чи події. ЗМІ обмежені у обсягах передачі інформації, тому, розказуючи про події або політичні фігури, часто не мають можливості повністю представити інформацію. Вони акцентують увагу лише на деяких найбільш важливих сторонах предмета повідомлення (Казаков, 2015, с. 105–106). Таким чином, конструюється порядок денний щодо однієї події чи фігури. Політичні суб'єкти часто обирають стратегію адаптуватися до правил гри ЗМІ (медіатизуватися), зацікавити їх, висунувши на перший план, наприклад, особисті якості політика; змістивши увагу аудиторії на емоції та почуття; схематизувавши та спростивши складні теми.

У верхній частині цього порядку денного знаходяться «сюжети» з найбільшим характером представленості, у нижній – з найменшим (Казаков, 2015, с. 105). Таку версію порядку денного називають також порядком денним другого рівня або атрибутивним. Привертаючи увагу глядачів до конкретних аспектів події чи риси політичного суб'єкта, ЗМІ великою мірою визначають ставлення реципієнтів до цієї події або суб'єкта. Таким чином, якщо встановлюючи атрибутивний порядок, ЗМІ програмують, як люди ставитимуться до певної події/суб'єкта,

то, формуючи порядок денний першого рівня (порядок об'єктів), масмедіа впливають на те, що люди сприйматимуть як важливе. Атрибутивний порядок денний має менший вплив на суспільну думку, оскільки успіх його встановлення здебільшого залежатиме від рівня довіри аудиторії до засобів масової інформації.

Логіка ЗМІ забезпечує структуру стимулів, яка контекстуалізує і часто формує політичні процеси. Найбільшому впливу піддаються актори, що залежать від гласності та громадської підтримки. Таким чином, політичні діячі, інститути, деякі дії можуть різнитися за ступенем медіатизації залежно від того, наскільки вони сумісні зі ЗМІ. Ті, для кого важливими є реклама та презентаційні матеріали, є більш медіатизованими, ніж ті, що більшу увагу приділяють політичному курсу та прийняттю рішень (Esser, 2013, p. 177).

Ступінь висвітлення подій впливає на пріоритет вибору тем для політиків. Дослідження політичної еліти в декількох західноєвропейських країнах показало, що більшість із них сприймає медіа як джерело нових тем і вважають необхідністю враховувати їх у повсякденній діяльності. Таким чином, їхня поведінка стає медіатизованою. Політики, які перебувають в опозиції, більше піддаються медіатизації порівняно з провладними. Опозиційні партії здебільшого реагують на негативні новини, оскільки вони дають змогу критикувати політику уряду, тоді як партії влади та партії загалом надають перевагу позитивним новинам, що можуть бути використані для захисту здійснюваної політики (Хайтам, 2015, с. 393).

Вплив ЗМІ залежить також і від власних програм партій. Партії з більшою імовірністю будуть реагувати на питання, що є близькими до їхніх програм. Ліві партії частіше реагують на новини про безробіття та зайнятість, тоді як праві концентрують свою увагу на злочинності та імміграції (Van Aelst, 2014, p. 216–217). Для політичних суб'єктів увага засобів масової інформації до певних проблем є також можливістю для політизації. Так само, як медіалогіку можна розглядати як структуру стимулів, що формує спосіб, яким політичні актори передають свої повідомлення, партійна логіка та питання конкуренції мають вирішальне значення для того, чи варто вдаватися до використання можливостей політизації, створених ЗМІ (балансування логіки політики та ЗМІ).

Політичні суб'єкти часто намагаються передбачити, як журналісти відреагують на їхнє повідомлення. Вони думають про можливе висвітлення у ЗМІ, коли приймають рішення. Цей ефект має назву «медіарефлексивність» (Van Aelst, 2014, p.212). Він стає частиною кожного рішення, яке приймає політик, що можна сприймати як ще один доказ медіатизації, який можна пов'язати з політичним порядком денним.

Взагалі, чим більше політичні актори та організації залежать від громадської думки, і чим більшою є їхня потреба впливати на неї, тим більшою є залежність від засобів масової інформації та їхнього висвітлення, а отже, і від необхідності у впливі на них. І хоча політичні актори у своїй поведінці можуть керуватися логікою ЗМІ, вони також можуть використовувати ЗМІ для реалізації певних політичних цілей. Для досягнення мети виділяють три стратегії:

- використання переваги, яка зберігається політичними суб'єктами щодо доступу до інформації, що може бути перетворена у новини;
- активізація зусиль із формування порядку денного та керування новинами;
- перетворення ЗМІ та їхньої потенційної реакції на важливий фактор у всіх політичних процесів: від вибору питань для розгляду до політики, яку слід проводити; людей, яких слід призначити чи висувати; способу проведення кампаній.

Політичні актори можуть активно використовувати увагу засобів масової інформації у своїх інтересах, діючи згідно з політичною логікою. Політики можуть реагувати на ЗМІ не лише тому, що повинні, а й тому, що мають бажання задовольнити власні цілі. З огляду на це, процес медіатизації політики можна описати як змагання двох логік: ЗМІ та політичної.

Деякі дослідники вказують на наявність зворотного зв'язку, у якій влада ЗМІ та політична влада посилюють одна одну. Політичні актори, що здатні брати до уваги повідомлення ЗМІ, є більш успішними у повідомленні своїх проблем у засобах масової інформації. Базуючись на опитуванні членів парламенту п'яти країн, було зроблено висновок, що у країнах, де депутати у своїй законодавчій діяльності приділяють велику увагу ЗМІ, вони демонструють більш високі показники успіху у висвітленні своїх ініціатив (Van Aelst, 2014, p. 215–216).

Таким чином, як і передбачала теорія медіатизації, вплив масмедіа на порядок денний зріс. Однак це не означає, що політика має менше значення для медіа. Вплив медіа та політики збільшується в обох напрямках. Політичні суб'єкти можуть брати до уваги питання, які були медіатизовані, а масмедіа – висвітлювати проблеми після того, як вони отримали політичну увагу.

ЗМІ здатні впливати на політичний порядок денний; на те, які соціальні проблеми привернуть увагу політиків; та навіть на проблеми, які в результаті можуть бути вирішені. Однак інтенсивність впливу засобів масової інформації на політичний порядок денний може різнитися за певних факторів: політичного режиму, типу висвітлення, типу проблем, належності до парламентської більшості, відповідності висвітленої проблеми програмі політичної партії.

Демократичні країни більшу увагу приділяють ЗМІ, оскільки мають постійно підтримувати комунікацію із громадянами, тому вплив медіа на політичний порядок денний є значним для них.

Засоби масової інформації та типи висвітлення в масмедіа мають неоднаковий потенціал для впливу на формування порядку денного. Наприклад, журналістське розслідування матиме більший вплив на політику, ніж повсякденне висвітлення у новинах.

Вплив засобів масової інформації значно відрізняється залежно від питання. Серед важливих, сенсаційних та державних типів проблем ЗМІ частіше обирають сенсаційні для впливу на політичний порядок денний. Також ступінь впливу засобів масової інформації на формування порядку денного може бути пов'язаний зі структурою, складом учасників і динамікою політичного поля, у яке вбудована проблема.

Ступінь медіатизації залежить і від того, чи належить партія до парламентської більшості або як суб'єкт політики ставиться до діючої влади, а також від програм політичних партій. Опозиційні партії є більш медіатизованими, оскільки часто використовують повідомлення ЗМІ для дискредитації діючої влади. Імовірність відгуку на повідомлення масмедіа також залежить від проблеми, що висвітлюється. З більшою імовірністю партія реагуватиме на проблему, яка стосується її партійної програми.

Література

- Бодрунова С.С. Медиакратия: современные теории и практики. Cyberleninka. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediakratiya-sovtemennie-teorii-i-praktiki/viewer>.
- Грибовод Е.Г. Основные модели коммуникации политики как институционально-коммуникативного процесса. *Дискурс-Пи*. 2016. С. 231–237.
- Казаков А.А. Теоретико-методологический потенциал категории «Медийная повестка дня»: возможности и ограничения. *Вестник Волгоградского государственного университета*. 2012. № 21. С. 138–143.
- Казаков А.А. Теория установления повестки дня VS. фрейминг: к вопросу о соотношении подходов. *Полития. Анализ. Хроника. Прогноз*. 2015. №1. С. 103–113.
- Казаков А.А. Теория установления повестки дня: основные подходы и направления исследования в российской политической науке. *Вестник московского университета*. 2014. № 3. С. 41–56.
- Хайтам Н.Р. Роль масс-медиа в формировании политической повестки дня. *Гілея: науковий вісник*. 2015. № 94. С. 391–395.
- Esser F., Esser J. Mediatization effects on political news, political actors, political decisions, and political audiences. *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization*. London, 2013. P. 177–201.
- Mazzoleni G., Schulz W. Mediatization of politics: a challenge for democracy. *Political Communication*. 1999. No. 16. P. 247–261.
- McCombs M. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 1972. No. 36. P. 176–187.
- Schulz W. Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*. 2019. No. 2004. P. 87–101.
- Soroka S.N. Agenda-setting dynamics in Canada. Columbia : UBC Press, 2002. 186 p.
- Strömbäck J. Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*. 2013. No. 13. P. 228–246.
- Strömbäck J., Van Aelst P. Why political parties adapt to the media: exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*. 2013. No. 75. P. 341–358.
- Thesen G. Political agenda setting as mediatized politics? Media–politics interactions from a party and issue competition perspective. *The International Journal of Press/Politics*. 2014. No. 19. P. 181–201.

Van Aelst P., Thesen G., Walgrave S. Mediatization and the media's political agenda-setting influence. *Mediatization of Politics*. London, 2014. P. 200–220.

Van Dalen A., Van Aelst P. Political journalists: covering politics in the democratic corporatist media system. *The global journalist in the 21st century*. London, 2012. P. 511–525.

Walgrave S., Van Aelst P., Bennett L. Beyond agenda-setting. towards a broader theory of agenda interactions between political actors and the mass media. *APSA Annual Meeting*. URL: <https://bit.ly/3bPkFSh>.

References

Bodrunova, S.S. (2013) Mediakratiya: sovremennyye teorii i praktiki [Mediocracy: modern theories and practices]. Cyberleninka. <https://cyberleninka.ru/article/n/mediakratiya-sovtemennie-teorii-i-praktiki/viewer>.

Gribovod E.G. (2016) Osnovnyie modeli kommunikatsii politiki kak institutsionalno-kommunikativnogo protsessa [The main models of policy communication as an institutional communication process]. *Diskurs-Pi*, pp. 231–237.

Kazakov A.A. (2015) Teoretiko-metodologicheskii potentsial kategorii «Mediynaya povestka dnya»: vozmozhnosti i ogranicheniya [Theoretical and methodological of the media agenda category: opportunities and limitations]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*. no. 1. pp. 103–113.

Kazakov A.A. (2015) Teoriya ustanovleniya povestki dnya VS. freyming: k voprosu o sootnoshenii podhodov [Agenda Setting Theory VS. framing: on the question of the ratio of approaches]. *Politiya. Analiz. Hronika. Prognoz*, no. 1, pp. 103–113.

Kazakov A.A. (2014) Teoriya ustanovleniya povestki dnya: osnovnyie podhody i napravleniya issledovaniya v rossiyskoy politicheskoy nauke [Agenda-setting theory: main approaches and research directions in Russian political science]. *Vestnik moskovskogo universiteta*, no. 3, pp. 41–56.

Haytam N.R. (2015) Rol mass-media v formirovanii politicheskoy povestki dnya [The role of the media in shaping the political agenda], *Hileia: naukovyi visnyk*, no. 94, pp. 391–395.

Esser F., Esser J. (2013) Mediatization effects on political news, political actors, political decisions, and political audiences. *Democracy in the age of globalization and mediatization*. London: Palgrave Macmillan, pp. 177–201.

Mazzoleni G., Schulz W. (1999) Mediatization of politics: a challenge for democracy. *Political Communication*, no. 16, pp. 247–261.

McCombs M. Shaw D. (1972) The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, no. 36, pp. 176–187.

Schulz W. (2004) Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, no. 19, pp. 87–101.

Soroka S.N. (2002) *Agenda-setting dynamics in Canada*. Columbia: UBC Press.

Strömbäck J. (2008) Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, no. 13, pp. 228–246.

Strömbäck J., Van Aelst P. (2013) Why political parties adapt to the media: exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, no. 75, pp. 341–358.

Thesen G. (2014) Political agenda setting as mediatized politics? Media-politics interactions from a party and issue competition perspective. *The International Journal of Press/Politics*, no. 19, pp. 181–201.

Van Aelst P., Thesen G., Walgrave S. (2014) Mediatization and the media's political agenda-setting influence. *Mediatization of Politics*. London: Palgrave Macmillan.

Van Dalen A., Van Aelst P. (2012) Political journalists: covering politics in the democratic corporatist media system. *The global journalist in the 21st century*. London: Routledge.

Walgrave S., Van Aelst P., Bennett L. (2010) Beyond agenda-setting. Towards a broader theory of agenda interactions between political actors and the mass media. *APSA Annual Meeting*. Retrieved from: <https://bit.ly/3bPkFSh>.

Анотація

Горбенко Н. Ю. Медіатизація та вплив ЗМІ на політичний порядок денний. – Стаття.

Медіатизація політики означає не лише трансформацію політичної активності у сферу ЗМІ, а й залежність політичних суб'єктів, процесів і подій від масмедіа. Сьогодні дослідження медіатизації набувають неабиякої актуальності, оскільки вона визначається як одна із провідних тенденцій розвитку суспільства. І хоча медіатизація політики та теорія порядку денного досліджують вплив засобів масової інформації на політичну сферу, вони майже ніколи не розглядалися як пов'язані, що викликає необхідність у дослідженні їхнього взаємозв'язку.

У статті розглянуто підходи до визначення медіатизації політики. Зазначено, що сучасні медіа не лише транслюють інформацію, а й можуть виступати активними гравцями на політичній арені, фор-

мувати особливий публічний простір. Також автор дає дефініцію політичного порядку денного, виділяючи три основні підходи. Акцентовано увагу на тому, що довгий час дослідження з медіатизації політики та політичного порядку денного розвивались як окремі школи, що базувалися на різній методології. З'ясовано характерні особливості кожної з них.

Проведено порівняльний аналіз функціонування ЗМІ у різних політичних режимах. Встановлено кореляцію між впливом медіа на політичний порядок денний та діючим політичним режимом. Визначено рівні порядку денного. Наголошено на не менш важливому аспекті теорії порядку денного – впливі засобів масової інформації на порядок денний політичних суб'єктів. Виділено низку факторів, що мають значення у дослідженні інтенсивності впливу на політичний порядок денний: політичний режим, тип висвітлення, тип проблеми, належність до парламентської більшості або ставлення до діючої влади, відповідність висвітленої проблеми програмі політичної партії.

Ключові слова: медіа, медіатизація політики, політичний порядок денний, медіалогіка, засоби масової інформації.

Summary

Horbenko N. Yu. Mediatization and the influence of the media on the political agenda-setting. – Article.

The mediatization of politics means not only the transformation of political activity into the media, but also the dependence of political actors, processes and events on the mass media. Today, the study of mediatization is becoming very relevant because it is defined as one of the leading trends in society. And although mediatization and agenda-setting theory have examined the impact of the media on the political sphere, they have almost never been seen as related, necessitating a study of their relationship.

The article considers approaches to the definition of mediatization of politics. It is noted that modern media not only broadcast information, but also can act as active players in the political arena, to form a special public space. The author also gives a definition of the political agenda-setting, highlighting three main approaches. Emphasis is placed on the fact that for a long time research on mediatization of politics and the political agenda-setting has developed as separate schools based on different methodologies. The characteristic features of each of them are found out.

A comparative analysis of the functioning of the media in different political regimes was conducted. A correlation has been established between the influence of the media on the political agenda and the current political regime. Agenda levels are defined. Emphasis is placed on an equally important aspect of the theory of the agenda – the influence of the media on the agenda of political actors. A number of factors that are important in the study of the intensity of influence on the political agenda-setting are identified: political regime, type of coverage, type of problem, belonging to the parliamentary majority or attitude to the current government, compliance of the covered program with the political party.

Key words: media, mediatization of politics, political agenda-setting, media logic, mass media.