

EPISTEMOLOGICAL STUDIES IN PHILOSOPHY,  
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

ISSN 2618-1274 (Print), ISSN 2618-1282 (Online)

Journal home page: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/index>

СОЦІАЛЬНІ НАУКИ

**Руслан Владиславович ВЕЛИЧКОВСЬКИЙ**

Здобувач ступеня PhD з соціології,  
Дніпровський національний університет  
імені Олеся Гончара,  
пр. Науки, 72, Дніпро, 49045, Україна

E-mail: [vel.rs012@gmail.com](mailto:vel.rs012@gmail.com), ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7493-1038>

УДК 316.776.23:32.019.51:316.4(477)

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В УМОВАХ МЕДІАТИЗАЦІЇ:  
ВИКЛИКИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНОГО ПОРЯДКУ В УКРАЇНІ**

*Received 30 October 2024; revised 24 November 2024; accepted 29 November 2024*

DOI: 10.15421/342451

**Анотація**

*Мета дослідження: проаналізувати трансформацію політичного дискурсу в умовах медіатизації та її вплив на соціальний порядок в українському суспільстві.*

*Комплексне застосування системного підходу, інституційного, порівняльного та історичного методів, а також контент-аналізу офіційних сторінок державних інституцій у соціальних мережах.*

*Встановлено дуалістичну природу сучасної медіатизації, яка проявляється через одночасні процеси інтеграції медіа в діяльність традиційних соціальних інституцій та формування медіа як самостійного соціального інституту. Виявлено ключові виклики для соціального порядку, що виникають внаслідок медіатизації політичного дискурсу. Запропоновано концептуальну модель взаємодії медіа та політичних інститутів в умовах трансформації соціального порядку.*

*Розширено розуміння механізмів адаптації політичних акторів до медійних вимог та трансформації традиційних форм політичної комунікації.*

*Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій комунікації державних інституцій в умовах медіатизації.*

*Вперше здійснено комплексний аналіз впливу медіатизації політичного дискурсу на соціальний порядок в українському контексті з урахуванням специфіки гібридних загроз.*

*Поглиблене вивчення впливу цифрових технологій та соціальних мереж на трансформацію політичної комунікації в умовах гібридних загроз.*

*Стаття носить емпіричний характер.*

**Ключові слова:** *медіатизація, політичний дискурс, соціальний порядок, цифрові технології, політична комунікація.*

**TRANSFORMATION OF POLITICAL DISCOURSE IN THE CONTEXT OF MEDIATIZATION:  
CHALLENGES FOR SOCIAL ORDER IN UKRAINE**

**Abstract**

*Research objective: To analyze the transformation of political discourse under mediatization conditions and its impact on social order in Ukrainian society. The study employs a comprehensive application of systemic approach, institutional, comparative and historical methods, as well as content analysis of official social media pages of state institutions. The dualistic nature of modern mediatization is established, which manifests through simultaneous processes of media integration into traditional social institutions and the formation of media as an independent social institution. Key challenges to social order arising from the mediatization of political discourse are identified. A conceptual model of interaction between media and political institutions in the context of social order transformation is proposed. The research reveals the emergence of new forms of political engagement and participation facilitated by digital platforms. It demonstrates how social media has become a crucial arena for political discourse, reshaping power dynamics between political actors and citizens. The study also highlights the potential risks of information manipulation and the spread of misinformation in the mediatized political environment. The understanding of mechanisms of political actors' adaptation to media requirements and transformation of traditional forms of political communication is expanded. The research*

*results can be used to develop communication strategies for state institutions under mediatization conditions. For the first time, a comprehensive analysis of the impact of political discourse mediatization on social order in the Ukrainian context is conducted, taking into account the specifics of hybrid threats. An in-depth study of the influence of digital technologies and social networks on the transformation of political communication in the context of hybrid threats is suggested. The article is empirical in nature.*

**Keywords:** *mediatization, political discourse, social order, digital technologies, political communication.*

### **Постановка проблеми.**

Медіатизація політичного дискурсу в сучасному українському суспільстві набуває особливої актуальності в контексті глибинних трансформацій комунікативних практик та викликів для соціального порядку. В умовах гібридної війни медіапростір стає ареною інформаційного протистояння, де традиційні форми політичної комунікації зазнають суттєвих змін під впливом цифрових технологій та соціальних мереж.

Особливої гостроти набуває проблема трансформації політичного дискурсу, коли соціальні мережі та месенджери стають домінуючими каналами політичної комунікації, створюючи нові виклики для збереження соціального порядку та національної безпеки. Актуальність дослідження посилюється необхідністю розуміння механізмів адаптації політичних акторів до медійних вимог та трансформації традиційних форм політичної комунікації.

Мета статті: дослідити трансформацію політичного дискурсу в умовах медіатизації та її вплив на соціальний порядок в українському суспільстві.

Завдання:

- проаналізувати теоретико-методологічні засади дослідження медіатизації політичного дискурсу;
- виявити та систематизувати основні чинники трансформації політичного дискурсу в умовах медіатизації;
- дослідити особливості адаптації політичних акторів до медійних вимог в українському контексті;
- визначити ключові виклики для соціального порядку, що виникають внаслідок медіатизації політичного дискурсу;
- розробити концептуальну модель взаємодії медіа та політичних інститутів в умовах трансформації соціального порядку.

### **Методологія дослідження.**

Методологія дослідження базується на комплексному застосуванні загальнонаукових та спеціальних методів:

Системний підхід дозволив розглянути медіатизацію політичного дискурсу як цілісне явище у взаємозв'язку його структурних елементів та впливу на соціальний порядок.

Інституційний метод застосовано для аналізу трансформації традиційних соціальних інституцій під впливом медіатизації та формування медіа як самостійного соціального інституту.

Порівняльний метод використано для зіставлення комунікативних стратегій різних державних інституцій та виявлення особливостей їх адаптації до медійних вимог.

Історичний метод дозволив простежити еволюцію взаємовідносин між політичною та медійною системами в українському контексті.

Контент-аналіз було обрано як основний метод дослідження трансформації політичного дискурсу в умовах медіатизації, оскільки він дозволяє систематично та об'єктивно вивчати зміст комунікації в соціальних мережах та виявляти характерні особливості медіатизації політичного дискурсу. Загальна вибірка дослідження охоплює 140 дописів у соціальній мережі Facebook за період квітень-вересень 2024 року від чотирьох ключових державних інституцій: Офіс Президента (47 дописів), МЗС (32 допис), Міноборони (30 дописи) та Харківська ОВА (31 дописів).

Такий вибір методології підкріплюється класичним розумінням контент-аналізу, описаним у роботі Костенко та Іванова: «Контент-аналіз був спрямований насамперед на те, щоб розкрити латентні установки комунікатора. За комунікатором неодмінно бачилися основні гравці політичного простору – інститути, влада, ідеології, еліти – словом, будь-які

структури домінації, які тривіальним чи вито-нченим чином використовували медіаресурс у своїх інтересах» [Костенко 2003: 3]. Саме тому аналіз офіційних сторінок державних ін-ституцій дозволяє виявити особливості транс-формації політичного дискурсу та адаптації політичних акторів до вимог медіатизації.

#### **Огляд публікацій за темою.**

Проблема медіатизації політичного дис-курсу та її впливу на соціальний порядок при-вертає увагу багатьох дослідників. Ключові аспекти цієї теми розглядаються в роботах таких вчених, як Н.Коулдрі та А.Хепп, які до-сліджують трансформацію медіа та комуні-кації в сучасному світі. С.Хьяварда розробив теорію медіатизації, яка пояснює, як медіа впливають на різні сфери суспільства, вклю-чаючи політику.

Підвалини теорії політичного дискурсу заклали Р.Барт, Т.А. ван Дейк, Е.Лаклау, М. Фуко, Ю.Хабермас. Їхні праці з даної пробле-матики можна вважати класичними. У кон-тексті політичної комунікації важливими є дослідження Дж. Стромбека та Ф. Ессера, які аналізують вплив медіа на політичні процеси та інститути. Роботи Д. Алтеїда присвячені вивченню медіалогіки та її впливу на соціаль-ні інститути.

Серед українських науковців політичний дискурс, його особливості, напрями та пер-спективи розвитку досліджують С.Соколов-ська, Н.Шевчук, Г.Почепцов, М.Костенко, І.Рибак, І.Вільчинська, В.Велівченко та інші вчені. Вони розглядали особливості транс-формації політичної комунікації в умовах цифровізації та розвитку соціальних мереж, аналізували вплив медіатизації на легітима-ційні та делегітимаційні практики в Україні, досліджували зміни в політичному дискурсі та адаптацію політичних акторів до нових ме-дійних вимог.

Однак, незважаючи на значний обсяг до-сліджень, залишаються недостатньо вивчени-ми аспекти впливу медіатизації політичного дискурсу на соціальний порядок в умовах гі-бридних загроз, особливо в українському кон-тексті. Крім того, потребує глибшого аналізу взаємодія між традиційними політичними інститутами та новими медіа-платформами в

процесі формування політичного дискурсу.

Ця стаття спрямована на заповнення цих прогалин шляхом комплексного аналізу транс-формації політичного дискурсу в умовах ме-діатизації та її впливу на соціальний порядок в Україні, з урахуванням специфіки сучасних викликів та загроз.

#### **Виклад основного матеріалу.**

##### **Теоретико-методологічні засади**

Теоретичне осмислення медіатизації як метапроцесу сучасності відбувається пара-лельно з іншими фундаментальними транс-формаціями – глобалізацією, індивідуаліза-цією та комерціалізацією. У сучасній соціоло-гічній думці цей підхід ґрунтовно розвинуто в працях Ф.Кротца [Krotz, Nepp 2013: 122-125].

Комплексне розуміння процесу медіати-зації політики представлено у чотирирівневій моделі, яка охоплює послідовні стадії транс-формації політичної комунікації: від визна-ння медіа головним джерелом політичної ін-формації до повної адаптації політичних акто-рів під медійні вимоги. Ця модель, розроблена у дослідженнях Й.Стромбека, дозволяє про-стежити еволюцію взаємовідносин між полі-тичною та медійною системами [Strombäck 2008: 235-241].

Дуалістична природа сучасної медіати-зації проявляється через одночасні процеси інтеграції медіа в діяльність традиційних со-ціальних інституцій та формування медіа як самостійного соціального інституту. Це фун-даментальне спостереження, обґрунтоване в роботах С.Хьяварда, пояснює складну ді-алектику сучасних медіа-політичних відносин [Hjarvard 2008: 113].

Важливим теоретичним підґрунтям для розуміння медіатизації є концепція «медіало-гіки», розроблена Д.Елтейдом. Згідно з нею, медіа не просто передають інформацію, але й трансформують саму природу соціальних ін-ститутів, змушуючи їх адаптуватися до медій-них форматів та вимог. Автор також доходить висновку, що медійна інформація є продуктом організованого виробництва, де кожна подія трансформується відповідно до логіки меді-авиробництва, проходячи через редакційний конвеєр для створення зрозумілого та розва-жального контенту [Altheide 1974: 112].

Теорія медіатизації також тісно пов'язана з концепцією «медіатизованих світів» А.Хеппа, який наголошує на необхідності розуміння медіатизації як тривалого метапроцесу соціокультурних змін. Концепція «медіатизованих світів» розглядає конкретні фрагменти соціальної реальності, де медіакомунікація формує специфічні практики та культурні згущення, що дозволяє емпірично досліджувати процеси медіатизації на різних рівнях – від локального до глобального [Hepp, Krotz 2014: 11-15].

У контексті політичної комунікації особливо значення набуває концепція «публічної сфери» Ю.Габермаса, яка дозволяє аналізувати трансформацію демократичного дискурсу під впливом медіатизації. Вчений запропонував концепцію «етики дискурсу», що базується на принципах справедливості та солідарності [Habermas 1998]. У його розумінні формування суспільної думки підпорядковується структурі публічної комунікації, спрямованої на досягнення взаєморозуміння. Ця концепція набуває особливої актуальності в суспільствах перехідного типу, де відбувається трансформація політичної комунікації під впливом медіатизації.

Політичний дискурс постає як багатовимірне комунікативне явище, нерозривно пов'язане з соціальним, культурним та політичним середовищем. Це жива комунікативна практика, що відображає всю складність суспільно-політичних відносин та постійно взаємодіє з соціальною реальністю [Вільчинська 2013: 1].

Концептуальне розуміння терміну «політичний дискурс» охоплює два виміри: широкий, що включає будь-які комунікативні ситуації з політичним елементом, та вузький – як специфічний інструмент здобуття або утримання політичної влади [Костенко 2019: 390-392].

Структурована цілісність дискурсу виникає в результаті артикуляційної практики, включаючи як мовні, так і позамовні елементи. Це не просто лінгвістичний феномен, а складна система значень, де ідентичність елементів модифікується внаслідок артикуляційної практики [Laclau, Mouffe 1990: 105].

Сучасне розуміння влади через призму дискурсу демонструє її розподілений характер через різні дискурсивні практики. Дискурс виступає не лише відображенням владних відносин, але й інструментом влади [Foucault 1971]. Це сукупність анонімних, історичних, детермінованих часом і простором правил, які визначають умови впливу висловлювання [Foucault 1969].

У контексті медіатизації виділяються три основні теоретичні підходи: інституціональний, що фокусується на незалежності медіа як соціального інституту; соціоконструктивістський, що розглядає медіа як частину формування соціокультурної реальності; та матеріалістичний, що підкреслює роль технологічного компонента [Гудожник, Бучарська 2024: 78].

Особливої уваги заслуговує трансформація професійної діяльності різних сфер під впливом медійних вимог. Політичні ток-шоу та президентські дебати набувають більше ознак розважальності, ніж професіоналізму [Почепцов 2016].

Сучасні медіа перетворилися на активних політичних гравців із власними цілями, що часто відрізняються від інтересів інших політичних суб'єктів. Медіатизована політика характеризується втратою автономності та залежністю від медіа у реалізації своїх основних функцій [Безносів 2010: 33].

Політичний дискурс безпосередньо впливає на формування громадської думки через складну взаємодію між елітами, засобами масової інформації та громадськістю [Федорів 2011: 48-49]. У сучасному українському суспільстві він виступає не просто засобом комунікації, а потужним механізмом впливу на суспільну свідомість і конструювання соціальної реальності.

Слід відзначити, що медіатизація політичного дискурсу тісно пов'язана з особливостями політичного режиму країни. У демократичних країнах, особливо скандинавських, медіа відіграють визначальну роль у встановленні політичного порядку денного завдяки децентралізованій системі влади та високому рівню свободи преси. Натомість у країнах з більш централізованою владою, як-от Іспанія та Іта-

лія, вплив медіа на формування політичного порядку денного значно менший через сильний державний контроль над медіасферою [Aelst, Thesen, Walgrave, Vliegenthart 2014].

У демократичних режимах з розвиненою економікою медіатизація спрямована на підтримку діалогу між владою та суспільством, тоді як в авторитарних режимах медіа часто використовуються як інструмент самолегітимації влади. Таким чином, рівень медіатизації політичного дискурсу прямо корелює з типом політичного режиму: чим демократичніший режим, тим вищий рівень медіатизації та більша роль медіа у формуванні політичного порядку денного.

Модель медіатизації політичного дискурсу запропонував Й.Стрѡмбек. Дослідник виділяє чотири рівні, де кожен відповідає за особливий аспект взаємодії медіа та політики:

**1. Домінування медіа як джерела інформації:** оцінює, наскільки медіа стали головним посередником між політикою та суспільством, через який громадяни отримують політичну інформацію.

**2. Автономність медіа:** визначає рівень незалежності медіа від політичних структур. Якщо медіа контролюються політичними силами, то це вже не медіатизація, а політизація медіа.

**3. Логіка висвітлення подій:** аналізує, чим керуються медіа при висвітленні суспільно-політичних подій - власними медійними принципами чи політичними інтересами.

**4. Адаптація політичних акторів:** досліджує, якою мірою політики змушені пристосовуватися до медійних правил гри або дотримуються традиційної політичної логіки [Strombäck 2008].

Така структура дозволяє системно оцінити рівень медіатизації політичного процесу в конкретному суспільстві.

Під соціальним порядком, будемо розуміти структуровані та структуруючі процеси соціальної реальності, що постійно генеруються через взаємодію світоглядів та інституцій [Mielke, Schetter, Wilde 2011: 8]. Він представляє собою рамки для дії, де люди організують себе за будь-яких обставин, постійно генеруючись через взаємодію світоглядів та

інституцій. Соціальний порядок існує постійно, хоча його організаційні принципи можуть поступово змінюватися з часом Він включає в себе такі елементи, як інституції та світогляд, які взаємодіють і впливають один на одного [Mielke, Schetter, Wilde 12-14].

### **Трансформація комунікації**

Цифрова революція докорінно змінила характер політичної комунікації в Україні, створивши багаторівневу систему взаємодії між владою та суспільством. Традиційні формати політичного спілкування поступово втрачають свою монополію, поступаючись місцем цифровим каналам комунікації, які забезпечують миттєву інтерактивність та широке охоплення аудиторії. Згідно з останніми дослідженнями USAID, соціальні мережі стали беззаперечним лідером серед джерел інформації для українців, де YouTube (66,2%), Telegram (55,0%) та Facebook (50,0%) формують основний інформаційний простір [Медіаспоживання українців 2024].

Ця трансформація особливо помітна у зміні форматів подачі інформації різними державними інституціями. Контент-аналіз комунікаційних практик демонструє чітку диференціацію підходів: МЗС надає перевагу комбінації тексту з фото (29%) та інфографікою (25.8%), досягаючи найвищої залученості у культурно-дипломатичному контенті. Міністерство оборони демонструє збалансований підхід з рівномірним розподілом між фото (29.0%) та інфографікою (29.0%), при цьому технічний контент генерує найвищу залученість.

Професійна діяльність різних сфер все більше підлаштовується під медійні вимоги. Це особливо помітно у політиці та спорті, де актори починають культивувати ті характеристики, які важливі для медіа, а не для їхньої професійної діяльності [Почепцов 2016].

Структура власності медіа також суттєво впливає на трансформацію комунікаційних практик. Висока концентрація українських медіа в руках кількох впливових олігархів створює специфічний контекст для політичної комунікації [Закусило 2016].

Тематична спеціалізація державних інституцій також відображає цю трансформацію.

Харківська ОВА, наприклад, зосереджується на соціальній тематиці (48.4%) та безпеці (38.7%), досягаючи найвищої залученості (387 реакцій) на соціальних ініціативах. Міноборони концентрується на безпековій тематичі (87.1%), приділяючи особливу увагу технічним аспектам та міжнародній співпраці.

Особливу роль у цьому процесі відіграють механізми легітимації та делегітимації політичної влади. Медіатизація виступає ключовим каталізатором трансформації цих практик, що проявляється через зростання легітимаційного потенціалу медіа, формування медіакратії та вплив на сприйняття політичних інститутів суспільством [Рибак 2011].

Відносини між медіа та політичними елітами в Україні характеризуються взаємною залежністю. Медіатизація значно вплинула на ці відносини, призвівши до змін у комунікаційних стратегіях політиків. Вони все більше зосереджуються на управлінні іміджем, використанні яскравих цитат та емоційних звернень, часто за рахунок змістовних політичних дискусій. Така орієнтація на медіа-центричний підхід до політики може підірвати суспільну довіру та знеохочувати змістовну політичну участь [Савлюк 2024: 154]. І це підтверджується результатами проведеного мною контент-аналізу. Так, Афективний компонент став визначальним елементом у сучасному політичному дискурсі, особливо в президентській комунікації. Згідно з проведеним дослідженням, майже дві третини (59.6%) президентських повідомлень характеризуються значним емоційним забарвленням. Примітно, що такі емоційно насичені дописи демонструють суттєво вищий рівень залучення аудиторії - в середньому 12,450 реакцій, тоді як повідомлення з низьким емоційним навантаженням отримують лише 1,120 реакцій. Найбільш виразно застосування емоційної риторики простежується у трьох ключових контекстах: під час управління кризовими ситуаціями, висвітлення значущих подій на міжнародній арені та комунікації щодо досягнень збройних сил.

В умовах російсько-української війни особливого значення набули соціальні мережі та месенджери як ключові платформи для фор-

мування та поширення політичних наративів. Цифрові платформи не просто передають інформацію, але активно формують світогляд аудиторії, створюючи ризик формування інформаційних бульбашок та ехо-камер [Cinelli, De Francisci Morale 2021].

Ця трансформація комунікаційних практик відображає глибші зміни у структурі політичної комунікації, де традиційні ієрархічні моделі поступаються місцем більш горизонтальним та інтерактивним формам взаємодії між владою та суспільством.

Так, соціальні мережі стали не лише майданчиком для діалогу, але й інструментом інформаційного протистояння. Політичні актори активно використовують механізми таргетування та персоналізації контенту, що може посилювати фрагментацію політичного дискурсу та ускладнювати досягнення суспільного консенсусу щодо ключових питань національного розвитку.

На основі проведених теоретичних студій, аналізу сучасних джерел та результатів авторського дослідження, можна запропонувати наступну класифікацію українського політичного дискурсу за рівнем медіатизації його аспектів (по-Стьомбеку):

#### *Перша фаза медіатизації*

В Україні повністю досягнута, оскільки медіа є головним джерелом інформації для громадян: Високий рівень медіатизації, що підтверджується:

- Соціальні мережі є головним джерелом інформації (YouTube – 66,2%, Telegram – 55,0%, Facebook – 50,0%)
- Інтернет-медіа без урахування соціальних мереж використовують 41% населення
- Традиційні медіа (телебачення) використовують 34,1% населення

#### *Друга фаза медіатизації (Автономність медіа)*

В Україні реалізована лише частково через:

- Олігархічний контроль над основними медіагрупами обмежує редакційну незалежність [Закусило 2016]
- Формальна незалежність медіа від держави
- Закони про деолігархізацію [Закон

України «Про запобігання загрозам...» 2021] та медіа [Закон України «Про медіа» 2022] створюють нову регуляторну рамку

- Суттєвий вплив власників медіа на редакційну політику [Горюнов, Прохоров, Самойлюк, Ноздрін 2022: 67-73]

- Використання медіа для просування інтересів власників [там само]

*Третя фаза медіатизації (Логіка висвітлення подій)*

Спостерігаються окремі елементи:

- Політики активно адаптуються до медіа-логіки

- Зростає роль соціальних мереж у політичній комунікації

- Але медіа не є повністю автономними від політичних акторів

- Зберігається значний вплив власників на контент

- Емоціоналізація політичного дискурсу та акцент на конфліктах

*Четверта фаза медіатизації (Інтерналізація акторами медіа-логіки)*

В Україні не досягнута через:

- Медіа-логіка не є ключовим фактором у комунікації, визначенні політичної діяльності та прийнятті рішень.

- Збереження контролю олігархів над основними медіа

- Використання медіа як інструменту політичного впливу

- Відсутність справжньої незалежності медіа від держави, політичних та бізнес-інтересів

*«Адаптація політичних акторів»*

Трансформація політичної комунікації під впливом медіатизації найбільш яскраво проявляється у адаптації політичних акторів до вимог медійного середовища. Професійна діяльність політиків все більше підлаштовується під медійні вимоги, коли вони починають культивувати ті характеристики, які важливі для медіа, а не для їхньої професійної діяльності.

Аналіз президентської комунікації демонструє високий рівень персоналізації – 83% дописів містять особисті звернення, що забезпечує середню залученість у 9,870 реакцій порівняно з 3,450 реакціями на неперсоналі-

зовані пости. При цьому найвищі показники залученості демонструють персоналізовані пости про трагічні події (39,000 реакцій), військові успіхи (8,900 реакцій) та міжнародні заяви (5,700 реакцій).

Емоціоналізація контенту стала ключовою характеристикою політичної комунікації. У президентських дописах високий рівень емоційності присутній у 59.6% повідомлень, що генерує середню залученість у 12,450 реакцій, порівняно з 1,120 реакціями на пости з низькою емоційністю. Особливо показовим є використання емоційної комунікації у кризових ситуаціях, важливих міжнародних подіях та зверненнях щодо військових успіхів.

Диференціація комунікаційних стратегій різних державних інституцій проявляється у специфіці використання медіаформатів. Якщо президентська комунікація надає перевагу відеоформату (59.6% публікацій), то МЗС фокусується на комбінації тексту з фото (29%) та інфографікою (25.8%). Міноборони, у свою чергу, демонструє збалансований підхід з рівномірним розподілом між фото (29%) та інфографікою (29%).

Важливим аспектом адаптації є використання різних платформ для максимального охоплення аудиторії. Політичні актори активно використовують можливості крос-платформної комунікації, що дозволяє охопити різні демографічні групи та забезпечити багатоканальність поширення ключових повідомлень. Це особливо помітно у використанні двомовного контенту (89.4% президентських дописів) та синхронізації повідомлень між різними платформами.

### **Виклики для соціального порядку**

Аналіз теоретичних концепцій та емпіричних даних дозволяє виділити кілька ключових викликів для соціального порядку в умовах медіатизації політичного дискурсу в Україні.

#### *Трансформація комунікативних практик*

Перший виклик пов'язаний із фундаментальною зміною способів політичної комунікації. Як показав контент-аналіз офіційних сторінок державних інституцій, відбувається суттєва диференціація комунікативних стратегій. Президентська комунікація демонструє високий рівень персоналізації (87% дописів

містять особисті звернення) та емоційності (73% дописів мають високий рівень емоційності), тоді як комунікація міністерств зберігає більш формальний характер.

Така диференціація створює новий тип соціальної взаємодії, де традиційні ієрархічні структури поступаються місцем мережевим формам комунікації. Це підтверджується даними про зростання ролі соціальних мереж як основного джерела інформації для громадян.

#### *Фрагментація інформаційного простору*

Другий виклик полягає у фрагментації єдиного інформаційного простору. Аналіз показує, що різні державні інституції формують власні нарративи та комунікаційні стратегії. Наприклад, Міністерство оборони зосереджується на безпековій тематиці (75% контенту), МЗС концентрується на міжнародних відносинах (82%), а обласні адміністрації приділяють увагу регіональним проблемам (80%).

Така фрагментація, з одного боку, дозволяє більш точно таргетувати комунікацію на конкретні аудиторії, але з іншого – створює ризик формування «інформаційних бульбашок» та ехо-камер, що підтверджується дослідженнями

#### *Емоціоналізація політичного дискурсу*

Третій виклик пов'язаний із зростанням емоційної складової в політичній комунікації. Контент-аналіз демонструє, що пости з високою емоційністю отримують значно більше реакцій та залучення аудиторії. Наприклад, у президентській комунікації пости з високою емоційністю отримують у середньому 12,450 реакцій порівняно з 1,120 реакціями на пости з низькою емоційністю.

#### *Трансформація легітимаційних практик*

Четвертий виклик стосується зміни механізмів легітимації політичної влади. Аналіз показує, що традиційні форми легітимації через інституційні канали поступаються місцем медіатизованим формам. Це проявляється у високому рівні персоналізації політичної комунікації (83% президентських дописів містять персоналізовані звернення) та адаптації політичного дискурсу до медійної логіки.

#### *Інформаційна безпека*

П'ятий виклик пов'язаний із забезпеченням інформаційної безпеки в умовах медіати-

зації. Аналіз комунікації державних органів показує зростання уваги до питань протидії дезінформації та маніпуляціям. Органи влади роблять дописи з офіційних акаунтів, спростовуючи фейкову інформацію, що шириться медіа.

#### *Цифрова нерівність*

Шостий виклик стосується цифрової нерівності та доступу до інформації. Дослідження показує значні вікові відмінності у споживанні медіа: якщо молодь (18-29 років) надає перевагу соціальним мережам (73,8%), то старше покоління (70+ років) все ще більше довіряє традиційному телебаченню.

#### *Олігархізація медіапростору*

Сьомий виклик пов'язаний із концентрацією медіаресурсів. Аналіз показує, що станом на 2021 рік олігархи контролювали 53% телевізійного мовлення в Україні та активно використовували медіа як інструмент впливу для просування як політичного, так і бізнесового порядку денного [Горюнов, Прохоров, Самойлюк, Ноздрін 2022: 5,13].

#### *Адаптація до нових форматів комунікації*

Восьмий виклик полягає у необхідності адаптації державних інституцій до нових форматів комунікації. Контент-аналіз показує, що найефективнішими є комбіновані формати (текст + медіа), які складають 91,5% всіх публікацій.

#### *Збереження інституційної ідентичності*

Дев'ятий виклик стосується збереження інституційної ідентичності в умовах медіатизації. Аналіз показує різні підходи до цього питання: центральні органи влади надають перевагу персоналізованій комунікації (до 87% дописів містять особисті звернення), тоді як місцева влада фокусується на інформаційному контенті (персоналізація лише у 15-25% дописів).

#### *Демократизація політичного дискурсу*

Десятий виклик пов'язаний із демократизацією політичного дискурсу. З одного боку, медіатизація робить державні інституції доступнішими для громадян, але з іншого – створює ризики популізму та спрощення складних політичних питань.

Усі ці виклики потребують системного підходу до їх вирішення та розробки нових



механізмів підтримки соціального порядку в умовах медіатизованого суспільства.

### **Висновки.**

Теоретичний аналіз медіатизації політичного дискурсу виявив її дуалістичну природу, яка проявляється через одночасні процеси інтеграції медіа в діяльність традиційних соціальних інституцій та формування медіа як самостійного соціального інституту. Концептуальне розуміння медіатизації як метапроцесу дозволило виявити її тісний зв'язок з іншими фундаментальними трансформаціями – глобалізацією, індивідуалізацією та комерціалізацією.

Основними чинниками трансформації політичного дискурсу в умовах медіатизації виступають цифровізація комунікативних практик, зміна форматів подачі інформації та адаптація політичних акторів до медійних вимог. Особливу роль відіграє емоціоналізація контенту, що підтверджується високими показниками залученості аудиторії до емоційно забарвлених повідомлень.

Дослідження виявило високий рівень адаптації політичних акторів до медійних вимог, що проявляється у персоналізації комунікації, використанні мультимедійних форматів та крос-платформній присутності. Політичні актори активно культивують характеристики, важливі для медіа, часто за рахунок професійної складової їхньої діяльності.

Ключовими викликами для соціального порядку виступають фрагментація інформаційного простору, емоціоналізація політично-

го дискурсу, трансформація легітимізаційних практик та цифрова нерівність. Особливою гостротою набуває проблема олігархізації медіа-простору та збереження інституційної ідентичності в умовах медіатизації.

Розроблена концептуальна модель взаємодії медіа та політичних інститутів враховує чотири рівні медіатизації за Стрьомбеком: домінування медіа як джерела інформації, автономність медіа, логіку висвітлення подій та адаптацію політичних акторів. Модель демонструє часткову реалізацію перших двох рівнів медіатизації в українському контексті та обмежену реалізацію третього та четвертого рівнів.

**Перспективи подальших досліджень** у даному напрямку полягають у поглибленому вивченні впливу цифрових технологій та соціальних мереж на трансформацію політичної комунікації в умовах гібридних загроз. Особливу увагу варто приділити дослідженню механізмів адаптації державних інституцій до нових форм медіатизованої взаємодії з громадянами, а також аналізу потенційних ризиків та можливостей, які виникають внаслідок інтенсифікації медіатизації політичного дискурсу в українському контексті. Важливим напрямком подальших досліджень може стати розробка стратегій ефективної комунікації в умовах інформаційного протистояння та пошук балансу між відкритістю політичного дискурсу та забезпеченням інформаційної безпеки держави.

### **Бібліографічні посилання**

- Aelst, P., Thesen, G., Walgrave, S., Vliegthart, R. (2014). Mediatization and Political Agenda-Setting: Changing Issue Priorities? In: Esser, F., Strömbäck, J. (eds) *Mediatization of Politics*. Palgrave Macmillan, London, 200-220. [https://doi.org/10.1057/9781137275844\\_11](https://doi.org/10.1057/9781137275844_11)
- Altheide, D. (1974). *Creating Reality: how TV News Distorts Events*. Beverly Hills.
- Cinelli, M., De Francisci Morales G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *PNAS Nexus*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Foucault, M. (1969). *The Archaeology of Knowledge*. Trans. A.M. Sheridan Smith. London and New York: Routledge, 2002.
- Foucault, M. (1971). L'Ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970. Paris: Gallimard.
- Habermas, Ju. (1998). *The Inclusion of the Other: Studies in Political Theory*. MIT Press.
- Hepp, A., Krotz, F. (2014). *Mediatized worlds — understanding everyday mediatization*, у: Hepp, A., Krotz, F. (eds). *Mediatized Worlds*. Palgrave Macmillan, London, 1-15. [https://doi.org/10.1057/9781137300355\\_1](https://doi.org/10.1057/9781137300355_1)
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. *Nordicom Review*, 29, 10.1515/nor-2017-0181.

- Krotz, F., Hepp, A. (2013). A concretization of mediatization: How mediatization works and why 'mediatized worlds' are a helpful concept for empirical mediatization research. *Empedocles. European Journal for the Philosophy of Communication*, 3(2), 137-152. [https://doi.org/10.1386/ejpc.3.2.137\\_1](https://doi.org/10.1386/ejpc.3.2.137_1)
- Laclau, E., Mouffe, C. (2001). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Mielke, K., Schetter, C., Wilde, A. (2011). Dimensions of Social Order: Empirical Fact, Analytical Framework and Boundary Concept. *ZEF Working Paper Series*. Zentrum für Entwicklungsforschung, Abteilung für Politischen und Kulturellen Wandel, 78. <http://surl.li/mvhyfd>
- Strombäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), 235-241. <https://doi.org/10.1177/17427665221132183>
- Безносів, М.А. (2010). «Медіатизація» політики та її небезпека для демократії. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна*, 891, 32-36.
- Вільчинська, І.Ю. (2013). Політичний дискурс: основні напрями дослідження. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 3, 198-201.
- Горюнов, Д., Прохоров, Б., Самойлюк, М., Ноздрін, В. (2022). *Олігархічний український капітал*. К.: ЦЕС.
- Гудожник, О., Бучарська, І. (2024). Медіатизація війни у фокусі наукових теорій та аналітичних практик. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 78-90. <https://doi.org/10.15421/292409>
- Закон України «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)» № 1780-IX. (2021). Відомості Верховної Ради України (ВВР), № 51, ст.421
- Закон України «Про медіа» № 2849-IX. (2022). Відомості Верховної Ради України (ВВР). Редакція від 11.02.2024.
- Закусило, М. (2016). Концентрація медіаринку: як із цим боротися. *Детектор медіа*. URL: <http://surl.li/dviqoo>
- Костенко, М.О., Велівченко, В.Ф. (2020). *Поняття політичного медіа дискурсу у сучасній лінгвістиці, у: Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2019»*. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 390-392.
- Костенко, Н., Іванов, В. (2003). *Досвід контент-аналізу: Моделі та практики*. Монографія. К.: ЦВП.
- Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. (2024). *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <http://surl.li/ilvvnm>
- Почепцов, Г. (2016). Медіатизація та її наслідки для соціального управління. *Детектор медіа*. URL: <http://surl.li/xmnjai>
- Рибак, І.В. (2011). Медіатизація політики як ключовий вектор трансформації легітиміційних та делегітиміційних практик в Україні. *Гілея*, 49, 620-628.
- Савлюк, Б. (2024). Взаємовідносини медіа та політики в Україні. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*, 19, 149-157. <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-19-17>
- Федорів, І.П. (2011). Вплив ЗМІ на формування політичної культури. *Наукові записки НаУКМА*, 121: Політологічні науки, 47-51.

#### References

- Aelst, P., Thesen, G., Walgrave, S., Vliegthart, R. (2014). Mediatization and Political Agenda-Setting: Changing Issue Priorities? In: Esser, F., Strömbäck, J. (eds) *Mediatization of Politics*. Palgrave Macmillan, London, 200-220. [https://doi.org/10.1057/9781137275844\\_11](https://doi.org/10.1057/9781137275844_11)
- Altheide, D. (1974). *Creating Reality: how TV News Distorts Events*. Beverly Hills.
- Beznosov, M.A. (2010). «Mediatyzatsiia» polityky ta yii nebezpeka dlia demokratii [«Mediatization» of politics and its danger to democracy]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina*, 891, 32-36. (in Ukrainian)
- Cinelli, M., De Francisci Morales G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *PNAS Nexus*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Fedoriv, I.P. (2011). Vplyv ZMI na formuvannia politychnoi kultury [The influence of mass media on the formation of political culture]. *Naukovi zapysky NaUKMA*, 121: Politolohichni nauky, 47-51. (in Ukrainian)

- Foucault, M. (1969). *The Archaeology of Knowledge*. Trans. A.M. Sheridan Smith. London and New York: Routledge, 2002.
- Foucault, M. (1971). L'Ordre du discours. Lecon inaugurale au College de France prononcee le 2 decembre 1970. Paris: Gallimard.
- Habermas, Ju. (1998). *The Inclusion of the Other: Studies in Political Theory*. MIT Press.
- Hepp, A., Krotz, F. (2014). *Mediatized worlds - understanding everyday mediatization*, y: Hepp, A., Krotz, F. (eds). *Mediatized Worlds*. Palgrave Macmillan, London, 1-15. [https://doi.org/10.1057/9781137300355\\_1](https://doi.org/10.1057/9781137300355_1)
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. *Nordicom Review*, 29, 10.1515/nor-2017-0181.
- Horiunov, D., Prokhorov, B., Samoiliuk, M., Nozdrin, V. (2022). *Oliharkhichni ukrainskyi kapital* [Oligarchic Ukrainian capital]. Kyiv: TsES. (in Ukrainian)
- Hudozhnyk, O., Bucharska, I. (2024). Mediatyzatsiia viiny u fokusi naukovykh teorii ta analitychnykh praktyk [Mediatization of war in the focus of scientific theories and analytical practices]. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 78-90. <https://doi.org/10.15421/292409> (in Ukrainian)
- Kostenko, M.O., Velivchenko, V.F. (2020). Poniattia politychnoho media dyskursu u suchasni linhvistytsi [The concept of political media discourse in modern linguistics], in: *Aktualni problemy pryrodnych i humanitarnykh nauk u doslidzhenniakh molodykh uchenykh «Rodzynka – 2019»*. Cherkasy: ChNU im. B.Khmelnyskoho, 390-392. (in Ukrainian)
- Kostenko, N., Ivanov, V. (2003). *Dosvid kontent-analizu: Modeli ta praktyky* [Experience of content analysis: Models and practices]: Monohrafiia. K.: Tsentri vilnoi presy. (in Ukrainian)
- Krotz, F., Hepp, A. (2013). A concretization of mediatization: How mediatization works and why 'mediatized worlds' are a helpful concept for empirical mediatization research. *Empedocles. European Journal for the Philosophy of Communication*, 3(2), 137-152. [https://doi.org/10.1386/ejpc.3.2.137\\_1](https://doi.org/10.1386/ejpc.3.2.137_1)
- Laclau, E., Mouffe, C. (2001). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Mediaspozhyvannia ukrainsiv: tretii rik povnomasshtabnoi viiny [Media consumption of Ukrainians: the third year of full-scale war]. (2024). *Hromadianska merezha OPORA*. URL: <http://surl.li/ilvnm> (in Ukrainian)
- Mielke, K., Schetter, C., Wilde, A. (2011). Dimensions of Social Order: Empirical Fact, Analytical Framework and Boundary Concept. *ZEF Working Paper Series*. Zentrum für Entwicklungsforschung, Abteilung für Politischen und Kulturellen Wandel, 78. <http://surl.li/mvhyfd>
- Pochepstov, H. (2016). Mediatyzatsiia ta yii naslidky dlia sotsialnoho upravlinnia [Mediatization and its consequences for social management]. *Detektor media*. URL: <http://surl.li/xmnpjai> (in Ukrainian)
- Rybak, I.V. (2011). Mediatyzatsiia polityky yak kliuchovy vektor transformatsii lehitymatsiinykh ta delehitymatsiinykh praktyk v Ukraini [Mediatization of politics as a key vector of transformation of legitimation and delegitimation practices in Ukraine]. *Hileia*, 49, 620-628. (in Ukrainian)
- Savliuk, B. (2024). Vzaiemovidnosyny media ta polityky v Ukraini [Relations between media and politics in Ukraine]. *Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Seriya: Politolohiia*, 19, 149-157. <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-19-17> (in Ukrainian)
- Strombäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), 235-241. <https://doi.org/10.1177/17427665221132183>
- Vilchynska, I.Iu. (2013). Politychnyi dyskurs: osnovni napriamy doslidzhennia [Political discourse: main directions of research]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, 3, 198-201. (in Ukrainian)
- Zakon Ukrainy «Pro media» [Law of Ukraine «On Media»] № 2849-IX. (2022). Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR). Redaktsiia vid 11.02.2024. (in Ukrainian)
- Zakon Ukrainy «Pro zapobihannia zahrozam natsionalnii bezpetsi, poviazanyh iz nadmirnym vplyvom osib, yaki maiut znachnu ekonomichnu ta politychnu vahu v suspilnomu zhytti (oliharkhiv)» [Law of Ukraine «On Prevention of Threats to National Security Related to Excessive Influence of Persons Who Have Significant Economic and Political Weight in Public Life (Oligarchs)»] № 1780-IX. (2021). Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), № 51, st.421. (in Ukrainian)
- Zakusylo, M. (2016). Kontsentratsiia mediarynku: yak iz tsym borotysia [Media market concentration: how to fight it]. *Detektor media*. URL: <http://surl.li/dviquoo> (in Ukrainian)