

Олександр Чувардинський

“ЧЕТВЕРТА ВЛАДА” В СТРУКТУРІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Невід’ємною складовою громадянського суспільства є засоби масової інформації, яких називають “четвертою владою”. В нашій державі вони ще тільки набувають владної значущості. Україні варто перейняти досвід тих країн, в яких ЗМІ є невідмінним компонентом демократичного поступу¹. Мета статті – розкрити значення і роль засобів масової інформації в структурі громадянського суспільства в Україні в сучасних умовах.

Як свідчить досвід розвинених демократій, розвиток недержавних ЗМІ відбувається у двох напрямках – підтримки і обмежень діяльності органів масової інформації як економічних інституцій та їхньої підтримки і обмежень як засобів забезпечення свободи слова. Обмеження ЗМІ як економічних інституцій можуть встановлюватися безпосередньо внаслідок податкового та антимонопольного законодавств, які запобігають надмірній концентрації власності, або опосередковано за допомогою таких законів загального характеру, як стандарти зайнятості та закони про захист довкілля. У цьому разі підтримку медіа здійснюють шляхом податкових пільг та субсидування поштової системи. Обмеження ЗМІ як засобу забезпечення свободи слова можуть визначатися законами про наклеп і дифамацію та законами про нерозповсюдження забороненої літератури. Підтримка цієї функції медіа означає конституційний захист свободи слова і преси, відсутність цензури, законодавче закріплення права журналіста не розкривати джерел своєї інформації в судових процесах і права громадян на доступ до інформації, що зберігається в особистих досьє.

Історично склалося так, що до трьох форм комунікативних медіа застосовувалися три моделі регулювання: вільної преси (друковані медіа), мовлення (радіо і телебачення) та зв'язку (телекомунікації – пошта, телефон, телеграф, засоби електронного зв'язку). Зasadничою стосовно моделі вільної преси є цінність свободи слова. Вона передбачає незалежність від будь-яких форм втручання і контролю з боку владних структур, що містять елементи цензури та обмеження свободи друку. Цю свободу, як правило, захищено конституцією, як, наприклад, у США та Канаді, або міжнародними хартіями на зразок Європейської конвенції з прав людини. У свою чергу, в моделі медіа-мовлення головним є те, що вона розглядається як суспільна служба, надання громадських послуг. Це модель функціонування радіо і телебачення, які від самого початку були об'єктом обмеження та керівництва з боку органів влади і, як уже зазначалося, часто є суспільною власністю. Аргументуючи користь громадських радіо і телебачення, часто вказують також на необхідність здійснити певних інформаційних потреб, які не можна задовольнити в межах комерційної системи, зорієнтованої виключно на розширення своєї аудиторії та реалізацію ринкових імперативів; йдеться, наприклад, про дитячі програми та культурні програми для національних меншин.

Ще один аргумент на користь громадських телебачення і радіомовлення полягає у тому, що при цьому забезпечуються “якість” і “справедливість”, тобто гарантується, що теле- і радіоэфір не потрапить під контроль “грошових мішків”, а також проголошується і реалізується рівність можливостей для висловлювання різних поглядів. У Європі модель громадського телебачення і радіомовлення реалізовано у досить жорстких формах, у США ці форми дещо гнучкіші. Так, для громадського телебачення у Великій Британії характерні такі риси: законодавче забезпечення надання універсальних послуг, одержання фінансової підтримки з боку не лише споживачів, а й усіх платників податків (з державної скарбниці), водночас доступ до ефірного простору (а отже і до аудиторії) регламентовано таким

чином, щоб забезпечити певні принципи: “справедливість”, “політичний нейтралітет”, незалежність від меркантильних (економічних) інтересів і впливу держави. І наостанок зазначимо, що засадничою основою моделі зв’язку є ідея рівного, без дискримінації, права на доступ до інформації. Ця модель відображає історичну роль держави в полегшенні комунікації між громадянами за допомогою поштової служби, телефону і телеграфу².

У сучасному суспільстві засоби масової інформації перетворилися на могутній політичний інститут, без якого неможливо уявити функціонування публічної влади. Особливе значення мають електронні засоби масової інформації, насамперед – телебачення. Завдяки йому публічна політика дістала надзвичайно ефективний інструмент впливу на суспільство, що відкриває небачені раніше можливості формування політичних орієнтацій, а також маніпулювання громадською думкою. Тому значно зростає відповідальність засобів масової інформації перед суспільством. Дії ЗМІ у інформаційному просторі можна звести до двох головних типів. Перший називається мобілізаційним і включає агітацію та пропаганду, другий – маркетинговим і використовує методи паблік рілейшнз та політичної реклами. Зазвичай, обидва типи застосовуються у демократичних суспільствах, але спостерігається превалювання другого.

Слід наголосити, що агітаційно-пропагандистські методи застосовуються політичними суб’єктами демократичного (громадянського) суспільства там, де необхідно досягти соціальної підтримки цілей цього суб’єкта. Проте такі методи повинні мати обмежене застосування, тоді як маркетингові стратегії в засобах масової інформації демократичних країн мають переважати. Маркетингові стратегії формуються відповідно до попиту та пропозиції на інформацію, що створюється на інформаційному ринку. Головне їхнє завдання полягає в тому, щоб необхідну суб’єктові інформацію забезпечити у потрібний час і в потрібному місці. Особливістю маркетингових стратегій є те, що вони націлені не на контроль за свідомістю людини, а на

інформування того, в чому зацікавлені політичні агенти, які використовують достовірне інформування суспільства про цілі та завдання тих чи інших політичних агентів. Маркетингові стратегії властиві суспільствам з розвиненими демократичними традиціями. Їх широке поширення можливе лише там, де існує значна ступінь відкритості політики³.

У цьому контексті ЗМІ у громадянському суспільстві повинні створювати об'єктивне, повномасштабне інформаційне середовище, яке формується на основі конкуренції різних типів ЗМК – від електронних до друківаних.

На думку деяких учених, виникнення великої кількості засобів масової інформації, в яких дається оцінка одних і тих самих явищ громадського життя з прямо протилежних позицій, призводять до того, що в масовій свідомості розриваються звичні зв'язки, зникають значимі стереотипи, розпадаються стійкі відносини всередині соціальних груп, катастрофічно знижуючи згуртованість і водночас збільшуючи почуття соціальної несправедливості. Зокрема не може сприяти соціальній гармонії, передусім у свідомості старшого покоління, поява таких незвичних словосполучень, як “комуніст-підприємець”, “криміналітет у владі” тощо. За цих умов вочевидь провокаційні інформаційні приводи та сюжети, створені для маніпулювання певними соціальними групами, легко проникають у катастрофічну свідомість, блокуючи цілеспрямовану поведінку індивіда, перетворюючи його з учасника соціальної організації, що самоорганізується, на стандартний елемент юрби⁴.

Таким чином, ЗМІ можуть як сприяти відтворенню соціального капіталу, так і призводити до його руйнування у громадянському суспільстві.

Цю думку підтримує і російський дослідник Б.Дубін, який наголошує, що телебачення замінює активне, масове політичне життя пасивним переглядом теленовін. Телебачення “пронизує” і багато інших форм громадської участі, соціальної солідарності (клуби за інтересами, асоціації та спілки різного

роду, форми самоорганізації споживацької поведінки, реальні політичні партії), створюючи цілі сфери візуального чужого життя, віртуально-телевізійної реальності, котра зачаровує телеглядачів своєю доступністю, ілюзією присутності. Тим самим телебачення створює масову цілісність та нівелює соціальні, культурні, статусні та освітні відмінності⁵.

На жаль, самі по собі недержавні засоби масової інформації не виконують у повному обсязі функцію об'єктивного інформування громадян. Якщо вести мову про комерційні мас-медіа, то аудиторія для них перетворюється на особливий “товар”, цінність якого вимірюється рейтингом. Цей товар продається рекламодавцям за гроші, на які й існують ЗМІ. Для дотаційних ЗМК масовий споживач практично не має значення, оскільки об'єм фінансування безпосередньо не пов'язані з кількістю аудиторії. Головне в їх роботі — точно і послідовно транслювати точку зору донора. Також існують медіа, які називають “зливними бачками”. Вони існують на прибутки він інформаційних війн (наприклад, під час виборчої кампанії) і окремих викидів компромату. У цьому випадку ЗМІ стають засобом конфліктної комунікації між різними групами (партіями, елітою та контрелітою) і замикають на себе аудиторію. З погляду нормативних теорій демократії, така ситуація далека від ідеалу, оскільки згідно з ними аудиторії потрібне медіавиробництво для здобуття “об'єктивних”, тобто незаангажованих даних про суспільство. Перерозподіл влади у медіавиробництві на користь аудиторії, публіки, народу може відбутися лише тоді, коли у суспільстві є соціальні агенти, які зацікавлені в цьому. На жаль, у сучасних умовах одна частина гравців медіа-простору намагається донести до споживача певну інтерпретацію подій, а інша частина медіа-агентів спрямована на отримання прибутків. До того ж досвід заперечує міф про те, що всі без винятку журналісти за професійним покликанням є борцями за демократичні ідеали. Як і більшість інших пересічних громадян, працівники медіа зацікавлені перш за все у робочих місцях, стабільній зарплаті, професійному зростанні та самовираженні⁶.

Таким чином, лише громадяни окремо і громадянське суспільство загалом можуть бути зацікавлені в об'єктивному інформуванні щодо владно-політичних, економічних відносин у певній країні. Лише розвинуте громадянське суспільство здатне дійти висновку про створення громадського телебачення, а головне – створити його. Можна констатувати, що від рівня розвитку громадянського суспільства напряму залежить якість і незаангажованість ЗМІ.

Особливу комунікаційну роль у спілкуванні влади і суспільства займає така частина інформаційного простору, як новини. Саме в новинах концентрується низка символів, які сприймають і влада, і громадянське суспільство, саме новини є формою відображення суспільнозначущої інформації і водночас засобом маніпулювання суспільною свідомістю.

Фахівці вважають, що новини становлять стрижень телевізійного світу. За даними російських соціологів, 74% опитаних дивляться їх щодня, і 83% з цього контингенту – кілька разів. Частіше за інших програми новин дивляться пенсіонери та люди з початковою або неповною середньою освітою. І чим нижчий рівень освіти респондента, тим частіше він дивиться “новини”, тим сильніше зорієнтований на багатократне повторення відомого. Справа не тільки в тому, що у пенсіонерів більше вільного часу, але й у сприйнятті “новин” як розваги, котра не меркне від повторення, а навпаки, стає ще більш значущою, емоційною, повнішою. По два-три рази на день “новини” дивиться і більша частина робітників, на відміну від соціальних груп з значно ширшим інформаційним кругозором – спеціалістів, керівників, бізнесменів. Подібний повтор новин – це важливий масовий соціальний ефект ТБ, який Ю.Лотман охарактеризував як складний механізм або свого роду шифр включення індивіда у соціальну дію особливого типу, що є гранично загальною за характером та інтегруючою за змістом і ефектом. З іншого боку, тавтологія важлива для телеглядача як презумпція того, що трансльована інформація організована, що організований світ, а відповідно – організовано і соціальне

існування реципієнта (його час, розпорядок життя родини). Світ – суспільство – загальне життя укладені ззовні і однакові для всіх: тільки таке розуміння людини і суспільства здатне забезпечити “технічне”, дистанційно-глядацьке включення у соціум. Символіка підключеності до загального життя, що відбувається на екрані, стає важливішою, ніж власна поведінка⁷.

На нашу думку, роль новин особливо актуалізується під час виборчих кампаній, коли теленовини стають ареною боротьби за владу та активніше, ніж завжди, впливають на політичну свідомість і політичну поведінку громадян. У свою чергу, громадянське суспільство в процесі розвитку виробляє механізми захисту від дезінформації: демократичні традиції, судовий захист, право на отримання інформації з різних джерел.

Науковці не припиняють суперечок щодо позитивних і негативних впливів на громадянське суспільство такої частини ЗМК, як “всесвітня павутина” (Інтернет). З одного боку, Інтернет майже не підконтрольний державним органам, що дає змогу поширювати будь-яку критичну інформацію щодо діяльності різноманітних державних інституцій та надавати громадянам об’єктивні відомості. З іншого боку, у “всесвітній павутині” дається багато неправдивої, низькопробної інформації. Критики Інтернету розглядають агресивне поширення цієї мережі як “культурний імперіалізм”. Це пов’язано з тим, що Інтернет як зазвичай сприяє популяризації наднаціональних, надгромадянських, глобальних пріоритетів і цінностей, що може негативно впливати на становлення громадянського суспільства. Для України проблема впливу Інтернету на громадян не є надактуальною, оскільки кількість громадян, які ним користуються, є досить невеликою.

Інша проблема, що пов’язана з впливом Інтернету на розвиток громадянського суспільства, полягає в тому, що мережа дозволяє швидко передавати суспільнозначущу інформацію серед користувачів та водночас робити спілкування позаперсоналізованим – партнери, з якими відбувається спілкування, невідомі або мають вигадані імена, повідомлення може

писатися й іноземною мовою, норми мережевого спілкування формально не зафіксовані⁸.

Таким чином, втрачається один з основних механізмів формування громадянського суспільства – міжособистісне спілкування та відповідальність суб'єкта за свої слова. При цьому необхідно зазначити, що створення певних сайтів позитивно вплинуло на розвиток громадянського суспільства в Україні, що особливо виявилось під час тиску на ЗМІ до “помаранчевої революції”. Як приклад можна згадати історію сайту “Майдан”, що сайт з'явився в Інтернеті 20 грудня 2000 року завдяки ініціативі групи представників демократичної опозиції, серед яких були друзі загиблого журналіста Георгія Гонгадзе. Такою була їхня відповідь на спроби влади створити інформаційну блокаду навколо опозиційних акцій, у тому числі наметової, що тривала в Києві взимку 2000–2001 р. (на той момент було заблоковано сайт [www. Gongadze.com.ua](http://www.Gongadze.com.ua)). Як вважають самі засновники “Майдану”, передбачені ними засоби безпеки – зокрема, розміщення комп'ютерів та технічного обладнання “Майдану” поза межами не тільки України, а й усього колишнього СРСР – унеможливили тотальну владну цензуру цього Інтернет-видання і навіть позбавили сенсу подальші зусилля в напрямі “рішучої боротьби” з іншими незалежними порталами. Адже у разі блокування чи то суттєвих перешкод їхній роботі з боку влади небажана для неї інформація все одно поширювалася б завдяки “Майдану”. Однією з важливих особливостей “Майдану” (як одного з об'єктів громадянського суспільства) є те, що цей сайт не має офіційних спонсорів з поміж міжнародних чи національних фондаций та інших організацій або політичних партій. Натомість він утримується власним коштом ентузіастів-засновників і за невеликі пожертви приватних осіб. Безумовно, це створює суттєві фінансові труднощі навіть для забезпечення постійного функціонування сайту, не кажучи вже про розширення його формату або введення додаткових рубрик. Але такою була принципова позиція засновників: відмовившись від звичайних форм фінансової підтримки, від участі у конкурсах і подальшого отримання грантів

під певні програми, вони залишаються незалежними не тільки від влади, а й від інших чинників, які могли б впливати на редакційну політику, напрями та методи втілення головних цілей “Майдану”⁹.

З нашого погляду, діяльність “Майдану” є прикладом громадянської самоорганізації в інформаційному просторі, що дає змогу редакційній колегії вільно висловлювати свої думки щодо влади або перебігу будь-яких виборчих перегонів.

Ефективність діяльності “Майдану” залежить також від участі добровільних помічників, які на безоплатних посадах підтримують програми забезпечення, пишуть і редагують тексти, збирають новини, ведуть численні рубрики сайту. Вони розкидані по всьому світу, і ще, поряд з відсутністю єдиного власника сайту, є додатковою гарантією його надійності та об’єктивності. Щоденна, добровільна і сумлінна робота тих, від кого залежить існування і подальший розвиток “Майдану”, свідчить про наявність у сучасному українстві інтелектуального прошарку, переконаного в цінностях демократії й не корумпованого цинічно сприйнятими, примітивними “ринковими” уявленнями. Після згасання конкретних опозиційних акцій 2000–2001 р. організатори сайту працюють на ідею, що була сформована ними як створення “інтелектуального центру побудови громадянського суспільства в Україні”¹⁰.

Таким чином, в умовах тиску на ЗМІ з боку української влади саме інтернет-видання стали тим полем громадянської свободи та ініціативи, де готувались інформаційні підвалини “помаранчевої революції”. Вплив Інтернету особливо відчутно виявився під час президентських виборів 2004 р., коли опозиція переграла владу у боротьбі за мережу. Загалом, слід наголосити, що недержавні ЗМІ є потужним механізмом консолідації (або деконсолідації) громадянського суспільства, оскільки вони охоплюють усі верстви населення без винятку, здійснюючи низку суспільно важливих функцій.

1. Функція поширення інформації: якість ЗМІ визначається рівнем об’єктивності подання відомостей, неупередженого та аналітичного підходу журналістів до презентації фактів

у своїх публікаціях; однабічність, суб'єктивність сприйняття та аналізу проблем є несумісними з принципами професійної етики журналіста.

2. Функція нагляду за діяльністю органів державної влади: у більшості сучасних країн у вирішенні астрономічної кількості поточних суспільних проблем перевага зазвичай надається представницькому варіанту демократії, коли громадяни доручають державному апарату забезпечувати власні права і свободи від їх імені та з метою захисту їхніх інтересів; тому у демократичному суспільстві мас-медіа є “ланцюговим псом”, “великим арбітром”, виконуючи функцію нагляду за діяльністю органів державної влади, запобігаючи розгулу корупції та, як наслідок цього – виродження демократії.

3. Функція зв'язку громадянського суспільства з владою: велика кількість ЗМІ не тільки доносить до читачів інформацію про діяльність органів державної влади, але й дає змогу громадянам висловлювати та оприлюднювати власну думку щодо згаданої діяльності, саме мас-медіа є тим середовищем, у межах якого відбувається спілкування державної влади з громадянським суспільством.

4. Функція забезпечення плюралізму думок: наявність у державі опозиційних до державної влади ЗМІ ознакою її демократичності, завдяки конкурентній боротьбі між владними фінансово-політичними структурами та вільними ЗМІ суспільство у кінцевому підсумку дістає правдиву інформацію про стан справ у державі та її політику.

5. Функція підвищення політичної культури громадян: презентуючи перед споживачами інформацію та подаючи власний погляд на проблеми, ЗМІ сприяють активності цих споживачів як громадян; у період суспільних та державних криз часто сама преса є “дзвоном”, що будить свідомість індивідів як громадян, закликаючи останніх брати активну участь в управлінні державою¹¹.

Зазвичай вважають, що інформація, яка проходить через ЗМІ, повинна відповідати певним критеріям: доступність,

об'єктивність, простота (але не спрощеність), різнобічність висвітлення, новизна. Однак на практиці інформація, як і організації, що нею оперують, зазнають впливу численних факторів, що позначається на її якості, характері змісту, методах і прийомах подачі. Однією з важливих умов, що забезпечують одержання суспільством повної, достовірної інформації про політичні процеси, організації й інститути політичної системи, є законодавче оформлення прав і свобод засобів масової інформації, журналістів як складової частини розвитку громадянського суспільства та демократичної політичної системи.

Для функціонування вільної преси та забезпечення свободи комунікації важливими є такі інституційні аспекти:

- відсутність цензури, яких-небудь обставин, пов'язаних з привілейованим становищем або різноманітними заходами контролю з боку уряду; є право публікувати й поширювати новини, і немає зобов'язань стосовно публікації того, що не бажають оприлюднювати журналісти;

- рівні права й можливості для громадян у вільному доступі до новин, точок зору, освіти і культури (це є частиною того, що відоме як "право на комунікацію");

- свобода для самих засобів масової комунікації в одержанні інформації з відповідних джерел;

- відсутність прихованого впливу власників засобів масової комунікації або рекламодавців на добір новин або вираження точок зору;

- активна й критична редакційна політика в презентуванні новин і думок, інноваційна і незалежна видавнича політика щодо культури й мистецтва¹².

В остаточному підсумку необхідно зауважити, що громадянське суспільство має багаторівневу структуру, яка розрізняється за своїми відмінностями відповідно до історичних, культурних, політичних та економічних чинників, що домінують у тій або іншій країні. У перехідних суспільствах, до яких належить і українське, конфігурація громадянського суспільства перебуває на стадії формування. Незважаючи на всі

суперечки навколо сутності й змісту громадянського суспільства, ми вважаємо, що первинним і головним його структурним елементом є економічно незалежна від держави, захищена законом особистість. Саме особистість (або група особистостей) є своєрідним ініціатором щодо створення організованих структур для захисту прав і свобод громадян, а саме: партій, громадських організацій та рухів. Будівельним матеріалом, соціальною базою громадянського суспільства є середній клас, який здатний усвідомлювати і захищати свої інтереси правовим способом.

¹ Крос К., Гакет Р. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: Перспективи конкуренції / Пер. з англ. Р.Ткачук. – К.: “Основи”, 2000. – 142 с.; Васильєв Г.Ю. Роль засобів масової інформації в сучасному демократичному суспільстві // Основи духовного життя українського суспільства та розвиток особистості: Матеріали наук. конф. за підсумками виконання комплексної цільової програми (м. Харків, 11–12 жовтня 2004 р.) / За ред. М.І.Панова, О.Г.Данильяна. – Харків: Нац. юрид. Академія України, 2004. – С. 50–55; Арсеньєва Т.І. Формування позитивних цілей суб’єктів масової комунікації як протидія застосування інформаційної зброї: російський досвід // Політична культура: теорія, проблеми, перспективи. – К.: Видавець ПА РАПН, 2004. – С. 194–200; Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М.: Политиздат, 1999. – 222 с.

² Крос К., Гакет Р. Назв. праця. – С. 23–26.

³ Васильєв Г.Ю. Назв. праця. – С. 51–53.

⁴ Арсеньєва Т.І. Назв. праця. – С. 195.

⁵ Дубин Б. От инициативных групп к анонимным медиа // Pro et Contra. – Том. 5. – № 4. – Осень 2000. – С. 41.

⁶ Кольцова О. Кто и как влияет на производство новостей // Pro et Contra. – Том 5. – № 4. – Осень 2000. – С. 103.

⁷ Дубин Б. От инициативных групп к анонимным медиа // Pro et Contra. – Том. 5. – № 4. – Осень 2000. – С. 44–45.

⁸ Маховская О. Российские ученые и Интернет /: flashback and look forward // Pro et Contra. – Том 5. – № 4. – Осень 2000. – С. 137.

⁹ Беліцер Н.В. Роль інтернет-ресурсу в розвитку політичної культури в Україні на прикладі інтернет-порталу “Майдан” // Політична культура: теорія, проблеми, перспективи. – К.: Видавець ПАРАПАН, 2004. – С. 203.

¹⁰ Там само. – С. 204.

¹¹ Політологія: підручник для курсантів вищих військових навчаль-

них закладів Збройних Сил України / За заг. ред. *В.Ф.Смолянюка*. – 1-е видання. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2002. – С. 93-94.

¹² *Мелюхин И.С.* Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М.: Политиздат, 1999. – С. 175–176.