

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ЯКІСНО НОВІ СУБ'ЄКТИ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 316

Дубов Дмитро Володимирович, головний консультант відділу інформаційної безпеки та міжнародних інформаційних відносин Національного інституту проблем міжнародної безпеки РНБОУ

Постановка проблеми та її зв'язок з практичними та науковими завданнями.

Засоби масової інформації, як важливий соціальний інститут, істотно впливають на політичні процеси у суспільстві. Конституційно закріплена свобода слова, відсутність цензури дають можливість журналістам всебічно висвітлювати важливі події та явища. Однак, свобода слова у засобах масової інформації не означає вседозволеність та безвідповідальність. Надто вільна поведінка зі словом може мати негативні соціальні наслідки, деформувати політичну, соціальну, економічну, культурну орієнтацію суспільства і кожного громадянина.

Специфіка призначення і особливостей діяльності засобів масової інформації може мати наслідком маніпулювання масовою свідомістю. Слід зазначити також явища ймовірної девіантності журналістської моралі: факт конструювання засобами масової інформації реальності шляхом контролю над порядком висвітлення подій (“гейткіперство”).

Таким чином, існують суперечності між свободою слова і необхідністю визначення рівня соціальної відповідальності засобів масової інформації в умовах глобалізації інформаційного простору. Визначення шляхів подолання цих суперечностей зумовлює *актуальність* дослідження ролі ЗМІ як суб'єкта політичної комунікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених частин проблеми. Якщо систематизувати й узагальнити наукові розвідки українських учених та їх погляди на діяльність ЗМІ, їх можна розподілити за такими проблемами:

- дослідження етичних цінностей, що повинні бути притаманні журналістам, котрі відповідальні за формування культури аудиторії ЗМІ (Кузнецова О.Д. [11], Криворучко С.В. [10] та ін.);
- безпекові імперативи телевізійного простору України (Сащук Г.М. [15]);
- етика засобів масової інформації в сучасних політичних процесах (Хлисту́н Г.Ю.[19]).

Не зупиняючись більш докладно на наявному науковому доробку вчених, який, безперечно, має велике значення для розв'язання у різних контекстах проблеми функціонування ЗМІ, зазначимо, що у працях політологів та фахівців з державного управління відсутній спеціальний розгляд питань діяльності (в тому числі, і в ціннісно-культурному аспекті) ЗМІ як цілковито *самостійного суб'єкта*

(або *псевдосуб'єкта*) політики, здатного впливати на політичні процеси і системи, отже, у відповідності з цим, не визначені механізми раціоналізації соціально-політичних дій органів державного управління в змінюваних умовах.

Формулювання завдань статті:

- аналіз теорій преси з притаманним їм трактуванням свободи слова, принципів відносин ЗМІ із структурами влади і громадянами (аудиторією), тлумаченням соціальної відповідальності ЗМІ;
- аналіз суттєвих властивостей соціально-політичної взаємодії ЗМІ у системі політичних комунікацій;
- визначення ролі держави у взаємодії із ЗМІ у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу

Досить точно роль сучасних ЗМІ охарактеризував російський соціолог О.Зінов'єв: «...Засоби масової інформації – це Ватікани сучасного світу. Сьогодні преса робить те, що століття тому робили *священники та Церква*. Телебачення, газети, радіо, інформаційні агенції грають першу скрипку у ментальній ідеологічній сфері. Хтось називає ЗМІ «четвертою владою». Але це значно більше, це третя влада. Міць нинішніх мас-медіа переважає всі можливості, якими коли-небудь мала та або інша релігійна організація» [8] – і, додамо, - державна влада.

Ніколи жодна держава не мала таких можливостей маніпулювання суспільною свідомістю, які мають сьогодні глобалізовані ЗМІ. На часі запитання: хто ж реально керує світовими процесами – держави з їх традиційними інститутами влади чи ЗМІ з їх потенціалом формувати реальність для простих громадян?

Роль сучасних медіа змінилась настільки, що вислів «...ми не перемагаємо, поки CNN не скаже, що ми перемагаємо»¹ можна перефразувати таким чином: «...ми можемо програти або бути розбитими, та якщо CNN скаже, що ми перемагаємо – це означає, що ми перемагаємо”.

Основи наукового розуміння місця засобів масової інформації у сучасному суспільстві заклали роботи трьох відомих американських фахівців - Фреда С. Сиберта, Шрима Уілбурга и Петерсона Теодора «Чотири теорії преси» [7], опублікована у 1956 р.

Згідно їх досліджень існує чотири теорії преси: авторитарна, лібералістська, теорія соціальної відповідальності і радянська (комуністична).

Кожна з моделей презентує своє розуміння свободи слова, своє трактування принципів взаємовідносин ЗМІ із структурами влади і громадянами (аудиторією), своє трактування соціальної відповідальності ЗМІ та ін. Слід констатувати, що у зв'язку зі зміною системи викликів глобальній безпеці, основна боротьба розгорнулася між *лібералістською теорією* і *теорією соціальної відповідальності*.

¹ Вислів голови комітету начальників штабів американської армії Джона Шалікашвілі під час гаїтянської кризи 1994 р.

Відстоювання традиційної лібералістської моделі у функціонуванні ЗМІ, яка одержала найбільше розповсюдження у ЄС (палким шанувальником та захисником якої є сучасний французький філософ Андре Глюксман [5]), може призвести до суттєвої деформації існуючих соціально-політичних моделей у демократичному суспільстві. Фактично повна відсутність стримуючих факторів, притаманна даній моделі, робить її в сучасних умовах не менш небезпечною ніж цензура (що і було продемонстровано подіями в Данії навколо карикатур на пророка Мухамеда). Найбільш перспективною та гнучкою відтак вбачається *модель соціальної відповідальності ЗМІ* як така, що дає змогу поєднувати свободу преси з відповідальністю, із завданнями виразу спільних інтересів, інтеграції суспільства, цивілізованого вирішення конфліктів, що виникають, роз'яснення громадянам спільних цілей і сприяння формуванню спільних цінностей, представлення різних точок зору, відображення думок і позицій різних суспільних груп.

Нині складається парадоксальна ситуація: громадяни довіряють ЗМІ більше, ніж уряду та державному апарату. Так, за даними Євробарометра, за 2006 рік [9], у середньому телебаченню довіряють 53% жителів, радіо — 61%, пресі — 45%. Дещо відрізняється ситуація у США. Там, згідно опитувань, проведених службою Harris Interactive, рейтинг довіри до телевізійних новин становить 19%, до друкованих ЗМІ - 14%, в той час, як рейтинг довіри до Білого Дому становить 25%.

Причина цього – у значно більшій прихильності американської преси саме моделі соціальної відповідальності, коли ЗМІ займають позицію контролера влади, а не спрямовуючої сили у суспільстві.

Унікальна можливість, яку мають сучасні ЗМІ – *конструювання реальності* через контроль над порядком висвітлюваних подій. Головний редактор визначає, що має бути висвітлене, а що ні. Більше того, суспільство стикається з реальною можливістю глобальних маніпуляцій, коли ЗМІ «створює» подію, яка ніколи не існувала, однак для свідомості людей є реальною, а отже може бути збуджуючим мотивом подальших дій. Французький філософ Ж. Бодріяр з цього приводу зауважував «Про що мріють засоби масової інформації, як не про те, щоб викликати подію однією лише своєю присутністю?» [21]. Якщо йдеться про будь-яке повідомлення, що буде повторюватись достатню кількість разів, воно буде сприйматись як істина. «...Існує тільки одна фігура риторики, що заслуговує на увагу – це повторення. Через повторення ідея закріплюється в умах так міцно, що у кінцевому підсумкові вона вже сприймається як істина» [12]. Ця технологія покладена, зокрема, в основу формування не тільки іміджів політичних партій і лідерів, а й цілих держав. Тепер не обов'язково *бути* розвиненою країною – достатньо *впевнити* всіх у тому, що вона такою є.

А. Моль так пише про ЗМІ [6]: "Вони фактично контролюють всю нашу культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ і надають їм особливої ваги, підвищують цінність

однієї ідеї, знецінюють іншу, поляризують таким чином все поле культури. Те, що не потрапило до каналів масової комунікації, у наш час майже не впливає на розвиток суспільства». Таким чином, сучасна людина не може ухилитись від впливу ЗМІ.

Свого надзвичайного впливу ЗМІ здобувають завдяки своєму місцю в системі соціальної комунікації, що має певну структуру. Базовою моделлю будь-якої (в тому числі - соціальної) комунікації вважається запропонована Ласуелом [6] (рис.1):



Рис. 1

Модель є досить загальною і модифікувалась та допрацьовувалась багатьма дослідниками. Вона є узагальненою для пояснення структури будь-якої комунікації, однак з розвитком досліджень політичної та соціальної комунікації з'явилась необхідність у формулюванні нових моделей. Однією з таких стала модель Ж.-М. Котре [3] (рис.2).



Рис. 2.

Під керуючими у даній моделі розуміють керівництво країни, а керованими є громадяни. Відповідно, ЗМІ є інструментом впливу (або, іншими словами, способом здійснення однієї комунікації) стосовно громадян. Дана модель є першоосною у суспільствах з демократичною формою правління. Влада визнається громадянами легітимною як така, що обрана в результаті виборів і діє у законодавчому полі, а значить визнається єдиним (або одним з основних) **адресантами** повідомлень у такій моделі. Відповідно, громадяни визнають ЗМІ основним комунікаційним каналом між собою та владою і сприймають всі повідомлення, що транслюються ЗМІ, як керуючі або потенційно стверджуючі. Цьому сприяють і ЗМІ, акцентуючи свою важливість тим, що вони є «стражниками демократії» і все, що від них виходить – правдиве і ґрунтується на підтверджених фактах.

Більше того, розглядаючи наведену вище модель політичної комунікації як базову, можна зробити висновок, що в ній присутні два основних самостійних суб'єкти – керуючий (весь апарат системи державного управління з його політичними лідерами) і керований (громадяни країни), при чому активним суб'єктом є апарат системи державного управління.

Проміжну роль виконують політичні і неполітичні організації, головною функцією яких є створення «майданчиків» для діалогу керуючих і керованих (ступенем вдалості створення таких «майданчиків» можна, певною мірою, вимірювати ефективність діяльності основних інститутів громадянського суспільства).

ЗМІ у такій структурі є *каналом* інформації, який, до того ж, згідно етики журналістів, має бути нейтральним, стосовно повідомлень. Однак, приблизно з середини 70-х років ХХ ст., ЗМІ планомірно намагаються змінювати свою роль у цій моделі – з каналу передачі інформації вони намагаються стати (і реально стають) *суб'єктом* (або радше - псевдосуб'єктом) політичної комунікації завдяки можливостям інтерпретації інформації. Цю ж саму думку висловлюють і Д. Бламлер та М. Гуревич в своїй книзі “Криза публічних комунікацій” [4]: „ЗМІ діють не просто як канал зв'язку, по якому рухається політика, але й як активний учасник процесу формування політики”. Тобто, акцентуючи місце ЗМІ, можемо представити таку модель політичної комунікації (рис.3):



Рис.3

ЗМІ частково підміняють собою не тільки канал, але й джерело інформації. Можна спостерігати, зокрема, з боку ЗМІ *монополізацію* суспільно-значимих каналів інформації. Це призводить до того, що державні органи, обов'язком яких є сповіщати населення про своїх кроки, певною мірою стають заручниками ЗМІ у висвітленні своїх кроків (саме відсутністю можливості прямого інформування громадян про діяльність органів державної влади зумовлений, вже зазначений, низький рівень довіри громадян до керівництва держави, адже найменше довіряють тим, про кого нічого невідомо). Нагальною є проблема *диверсифікації* суспільно-значимих каналів інформації.

Одним з перспективних, на думку автора, напрямів є широке застосування інформаційно-комунікаційних технологій, а також перехід у інформаційному суспільстві до *діалогової моделі* (відноситься до випадку розповсюдження інформації в реальній комунікаційній мережі: індивіди спілкуються безпосередньо між собою, ігноруючи центр чи посередників та самостійно обираючи час, місце та тему інформаційного обміну. Характерною особливістю діалогової моделі є те, що вона передбачає горизонтальну рівність учасників комунікаційного обміну. Заслугує також на увагу запропонована дослідниками Й.Бордвіком та Б. Ван Крамом [1,2], ідея щодо розвитку систем електронного урядування та форм електронної демократії.

Оскільки повідомлення ЗМІ вже не є виключно трансфером позицій основних соціально-політичних акторів, натомість за самостійними керуючими повідомленнями ЗМІ закріплена нова роль – *легітимізатора* влади. Якщо раніше процес легітимізації через ЗМІ не мав визначального характеру, то тепер саме від них залежить, хто буде вважатись легітимним (тобто буде визначений громадянами в якості влади – легітимність залежить від мовчазної згоди керованих, а держава є легітимною тією мірою, якою її громадяни визнають її такою [16]).

Саме ця роль ЗМІ використовується, зокрема, у разі докладного висвітлення терористичного акту. Терористи, які є джерелом (ініціаторами) повідомлення, перетворюються у його *адресантів*, які підсвідомо сприймаються громадянами як легітимізоване джерело інформації (а отже - керуюче). Надання прямих ефірів терористам, інтерв'ю з ними призводить до планомірної, «неправдивої» легітимізації терористів, що в цілому формує у громадян відчуття “правильності” їх діяльності. Саме тому проблема висвітлення терористичних актів є не тільки проблемою «свободи преси» та права на «всебічне висвітлення подій», а й проблемою, вирішення якої знаходиться в сфері забезпечення національної безпеки держави в цілому.

Разом з тим, слід наголосити на безумовній необхідності належної поінформованості суспільства про загрози сучасного світу. А з таких питань як тероризм необхідно виробити якісно нові правові та демократичні підходи до взаємодії держави із ЗМІ [13]. Однією з таких форм можуть бути постійно діючі „круглі столи” з представниками ЗМІ, влади, експертів з медіа і питань безпеки, у ході яких напрацьовувалися б спільні підходи до висвітлення терористичної діяльності.

Висновки:

1. В епоху глобальних викликів безпеці на особливу увагу заслуговує питання щодо соціальної відповідальності ЗМІ у аспектах поєднання свободи преси з відповідальністю, із завданнями інтеграції суспільства, цивілізованого розв'язання конфліктів, що виникають у процесі представлення різних точок зору, відображення думок і позицій різних (іноді – антагоністичних) суспільних груп.

2. У системі політичних комунікацій ЗМІ, завдяки можливостям інтерпретації інформації, часто підміняють собою не тільки канал, але й джерело інформації, виконуючи таким чином роль суб'єкта (або псевдосуб'єкта), здатного впливати на легітимізацію і легалізацію як владних структур, так і терористичних угруповань та їх лідерів.
3. Потребує практичного вирішення питання визначення нової ролі держави у її взаємодії зі ЗМІ у сучасних умовах та напрацювання відповідних демократичних механізмів такої взаємодії.

Література:

1. Bordewijk J.L., Kaam B. van. Allocutie: enkele gedachten over communicatievrijheid in een bekabeld land. – Baarn: Bosch & Keuning, 1982. – 104 p.
2. Bordewijk J.L., Kaam B. van. Towards a classification of new teleinformation services. // Intermedia. – Vol. 14. – № 1. – 1986. – P. 16–21.
3. Cotteret J.-M. Gouvernants et gouvernes: La communication politique. – [Paris]: Presses universitaires de France, 1973. – 178 p.
4. Gurevitch M., Blumler J. The Crisis of Public Communication.- Taylor & Francis Group, 2001.- 230 p.
5. Il filosofo francese siamo il paese della laicità' ma in questo caso anche quello della vigliaccheria glucksmann: le caricature su tutti i giornali//La Stampa.- 2006.- February 3.- Pg. 3
6. Lasswell H. Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide. – Princeton, Princeton University Press, 1946. – vii, 435 p.
7. Siebert F. S., Peterson T., Schramm W. Four Theories of the Press: The Authoritarian, Litertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do University of Illinois Press 1956.-153 p.
8. Washington ProFile. Средства массовой информации – Ватиканы современного мира [Електрон.ресурс].- URL: <http://www.washprofile.org/en/comment/reply/>.- Загол. з екрану.
9. Евробарометр [Електрон.ресурс].- URL: http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm.- Загол. з екрану.
- 10.Криворучко С.В. Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні: Автореф.дис...канд.філол.наук: (10.01.08–журналістика)/Інститут журналістики Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – К., 2003.-17 с.
- 11.Кузнецова О.Д. Ціннісно-етичне регулювання журналістської діяльності в Україні: Автореф.дис...докт.філол.наук: (10.01.08 – журналістика)/Київський ун-т імені Тараса Шевченка.- К., 1999.-41 с.
- 12.Ле Бон. Психология народов и масс.- М.: Макет, 1995.- 320 с.

- 13.МИД России называет показ интервью с Шамилем Басаевым информационной поддержкой террористов [Електрон.ресурс].- URL: <http://www.svoboda.org/11/polit/0205/>.- Загол. з екрану.
- 14.Моль А. Социодинамика культуры.- М.: Прогрес, 1973.- 408 с
- 15.Сащук Г.М. Безпекові імперативи телевізійного простору України: Автореф.дис...канд.політ.наук: (23.00.03 – політична культура та ідеологія)/Інститут журналістики Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – К., 2005.-14 с.
- 16.Словарь по правам человека. Легитимность (Legitimacy) [Електрон.ресурс].- URL: <http://www.biometrica.tomsk.ru/ftp/dict/encyclo/11/legitim.htm>.- Загол. з екрану.
- 17.СМИ.ru. Смотрю, потому что верю или верю, потому что смотрю? [Електрон.ресурс].- URL: <http://www.smi.ru/>.- Загол. з екрану.
- 18.Требі М. Зомбування страхом. Тероризм як форма політичної комунікації // Віче.- 2003. -№1(130). -С.31-37.
- 19.Хлистун Г.Ю. Етика засобів масової інформації в сучасних політичних процесах: Автореф.дис...канд.політ.наук:(23.00.03 – політична культура та ідеологія)/ Інститут журналістики Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – К., 2005.-19 с.
- 20.Шкляр В. Мас-медіа і формування європейського мислення: національний і світовий контекст // Універсам.- 2002. -№9-10. -С.29-30.
21. Бодріяр Ж. Симулякри та симуляція.- К.: Основи, 2004.- 230 с.

Службова адреса:

Вул. Кутузова

Тел. 285-30-54

e-mail: dubov@niisp.gov.ua

Домашня адреса:

Вул. Глушкова 17, кв. 8

Тел. 525-07-17

e-mail: shamus123@mail.ru

моб. тел.: 80664556645