

## Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій

Дмитро Дубов,

головний консультант відділу інформаційної безпеки  
та міжнародних інформаційних відносин  
Національного інституту проблем міжнародної безпеки  
РНБО України

*У статті висвітлюються проблеми функціонування глобалізованих засобів масової інформації та якісна зміна їх місця в загальній системі політичних комунікацій. Визначаються специфічні особливості нової ролі ЗМІ – псевдосуб'єктність, функція „легітимізатора” влади.*

### **Постановка проблеми та її зв'язок з практичними і науковими завданнями**

Засоби масової інформації як важливий соціальний інститут істотно впливають на політичні процеси в суспільстві. Конституційно закріплена свобода слова, скасування 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 як суспільства, так і окремого громадянина.

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

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

**Дмитро Дубов**

**Огляд останніх досліджень та публікацій, виокремлення невирішених частин проблеми**

Якщо систематизувати й узагальнити наукові розвідки українських учених та їх погляди на діяльність ЗМІ, то їх можна розподілити за такими проблемами:

- дослідження етичних цінностей, що мають бути притаманними журналістам, відповідальним за формування культури аудиторії ЗМІ (О. Кузнецова [11], С. Криворучко [10] та інші);
- безпекові імперативи телевізійного простору України (Г. Сащук [15]);
- етика засобів масової інформації в сучасних політичних процесах (Г. Хлистул [19]).

Не зупиняючись докладніше 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 не спостерігається спеціального розгляду питань діяльності (в тому числі і в ціннісно-культурному аспекті) ЗМІ як цілком **самостійного суб'єкта** (або **псевдосуб'єкта**) політики, спроможного впливати на політичні процеси і системи. Отже, у відповідності з цим, не визначено механізми раціоналізації соціально-політичних дій органів державного управління в умовах, що змінюються.

**Завдання статті:**

- аналіз теорій преси з притаманним їм трактуванням свободи слова, принципів відносин ЗМІ зі 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 Ватикани сучасного світу. Сьогодні преса робить те, що століття тому робили **священники і Церква**. Телебачення, газети, радіо, інформаційні агенції грають першу скрипку у ментальній ідеологічній сфері. Дехто називає ЗМІ „четвертою владою”. Але це значно більше, це третя влада. Міць нинішніх мас-медіа переважає всі можливості, які будь-коли мала та чи інша релігійна організація” [8]. Додамо: і державна влада.

Ніколи жодна держава не мала таких можливостей маніпулювання суспільною свідомістю, які мають сьогодні глобалізовані ЗМІ. На часі запитання: хто ж реально управляє 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”<sup>1</sup> можна перефразувати таким чином: „...ми можемо програвати або бути розбитими, та якщо CNN скаже, що ми перемагаємо – це означає, що ми перемагаємо”.

Основи наукового розуміння місця засобів масової інформації в сучасному суспільстві заклали праці трьох відомих американських фахівців – Ф. С. Сиберта, У. Шрима і Т. Петерсона „Чотири теорії преси” [7], опубліковані 1956 року.

Згідно з їх дослідженнями, існують чотири теорії преси: авторитарна, лібералістська, теорія соціальної відповідальності і радянська (комуністична).

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

Захист традиційної лібералістської моделі у функціонуванні ЗМІ, яка одержала найбільше поширення у ЄС (палким шанувальником і захисником її є французький філософ А. Глюксман [5]), може призвести до суттєвої деформації існуючих соціально-політичних моделей у демократичному суспільстві. Брак стримуючих факторів, притаманний цій моделі, робить її в сучасних умовах не менш небезпечною, ніж цензура (що й засвідчили події 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 вираження спільних інтересів, інтеграції суспільства, цивілізованого вирішення конфліктів, які 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 % осіб, радіо — 61 %, пресі — 45 %. Деяка інша ситуація в США. Там, згідно з опитуваннями, проведеними службою Harris Interactive, рейтинг довіри до телевізійних новин становить 19 %, до друкованих ЗМІ – 14 %, тоді як рейтинг довіри

---

<sup>1</sup> Вислів голови комітету начальників штабів американської армії Дж. Шалікашвілі під час гаїтянської кризи 1994 року.

Дмитро Дубов

до Білого Дому становить 25 %. Причина полягає в тому, що американська преса у значно більшій мірі дотримується принципів соціальної відповідальності – ЗМІ виконують роль контролера влади, а не спрямовуючої сили в суспільстві.

Унікальна можливість, яку мають сучасні ЗМІ, – **конструювання реальності** через контроль над порядком висвітлення подій. Головний редактор визначає, що слід висвітлювати, а що ні. Більше того, суспільство стикається з реальною можливістю глобальних маніпуляцій, коли ЗМІ „створюють” подію, якої не було. У свідомості ж людей вона стає реальною, відтак може бути збуджуючим мотивом подальших дій. Французький філософ Ж. Бодріяр у зв'язку з цим зауважував: „Про що мріють засоби масової інформації, як не про те, щоб викликати подію однією лише своєю присутністю?” [21]. Якщо будь-яке повідомлення буде повторюватися достатню кількість разів, то воно сприйматиметься як істина. „...Існує тільки одна фігура риторики, що заслуговує на увагу, – це повторення. Через повторення ідея закріплюється в умах так міцно, що зрештою 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** розвинутою країною – досить **впевнити** всіх, 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”. Отже, сучасна людина не може ухилитися від впливу ЗМІ.

Надзвичайного впливу ЗМІ здобувають завдяки своєму місцю в системі соціальної комунікації, що має певну структуру. Базовою моделлю будь-якої (в тому числі й соціальної) комунікації вважається модель, запропонована Г. Ласуелом [6] (схема 1).

Схема 1



Ця модель досить загальна, вона модифікувалась і допрацьовувалась багатьма дослідниками. З розвитком досліджень політичної та соціальної комунікації з'явилась необхідність у формулюванні нових моделей. Однією з таких стала модель Ж.-М. Котре [3] (схема 2).

Схема 2



Під керуючими у цій моделі розуміють керівництво країни, а керованими є громадяни. Відповідно, ЗМІ є інструментом впливу (або, іншими словами, способом здійснення односторонньої комунікації) стосовно громадян. Ця модель є першоосовною у суспільствах з демократичною формою правління. Влада визнається громадянами легітимною як така, що обрана в результаті виборів і діє в законодавчому полі, а отже визнається єдиним (або одним з основних) адресантів 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 „вартівими демократії”, і все, що від них виходить, – правдиве і ґрунтується на підтверджених фактах.

Більше того, розглядаючи модель політичної комунікації Ж.-М. Котре як базову, можна зробити висновок, що в ній присутні два основні самостійні 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, визначати ефективність діяльності основних інститутів громадянського суспільства).

ЗМІ у такій структурі є каналом інформації, який, до того ж, згідно з етикою журналістів, має бути нейтральним стосовно повідомлень. Та приблизно з середини 1970-х років ЗМІ намагаються змінювати свою роль у цій моделі – з каналу передачі інформації вони прагнуть стати (і реально стають) суб'єктом (або, радше, псевдосуб'єктом) політичної комунікації завдяки можливостям інтерпретації інформації. Аналогічну думку висловлюють і Д. Бламлер та М. Гуревич у книзі „Криза публічних

**Засоби масової інформації  
як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій**

**Дмитро Дубов**

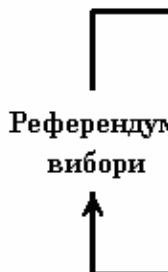
комунікацій” [4]: „ЗМІ діють не просто як канал зв'язку, по якому рухається політика, але і як активний учасник процесу формування політики”. Тобто, акцентуючи місце ЗМІ, можемо представити модель політичної комунікації у вигляді **схеми 3**.

**Схема 3**

ЗМІ частково підмінюють 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 свої кроки, певною мірою стають заручниками ЗМІ у висвітленні цих кроків (саме через брак можливості прямо інформувати громадян про діяльність органів державної влади зумовлений низький рівень довіри громадян до керівництва держави, адже найменше довіряють тим, про кого нічого не знають). 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** (стосується випадку поширення інформації в реальній комунікаційній мережі): індивіди спілкуються безпосередньо між собою, ігноруючи центр чи посередників та самостійно обираючи час, місце і тему інформаційного обміну. Характерною особливістю діалогової моделі є те, що вона передбачає горизонтальну рівність учасників комунікаційного обміну. Заслужовує увагу й запропонована Й. Бордвіком та Б. Ван Крамом [1; 2] ідея щодо розвитку систем електронного урядування та форм електронної демократії.

Оскільки повідомлення ЗМІ вже не є винятково 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 громадяни визнають її такою [16]).

Саме ця роль ЗМІ використовується, зокрема, у випадку докладного висвітлення терористичного акту. Терористи, які є джерелом (ініціаторами) повідомлення, перетворюються на 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” і права на „всебічне висвітлення подій”, а й проблемою, вирішення якої перебуває у сфері забезпечення національної безпеки держави в цілому.

Водночас 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 в 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), спроможного 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 в 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, Libertarian, 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 екрана.

9. Евробарометр [Електрон. ресурс]. – URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm) – Загол. з екрана.

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/ll/polit/0205/>.- Загол. з екрана.

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 екрана.

17. СМІ.ru. Смотрю, потому что верю или верю, потому что смотрю?



[Електрон. ресурс]. - URL: <http://www.smi.ru> - Загол. з екрана.

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 // Універсум. - 2002. - № 9 - 10. - С. 29 - 30.

21. **Бодріяр Ж.** Симулякри та симуляція. - К.: Основи, 2004. - 230 с.