

**Вісник Київського Національного університету імені Тараса  
Шевченка. Серія: Філософія. Політологія.  
2002. № 39. С. 131-134.**

**МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ ПОЛІТИЧНОЇ ТА МЕДІА-СИСТЕМ**

**Костирєв А. Г.**

Йдеться про взаємодію політичних та медіа-систем.

Потреба соціумів в інформації стала джерелом розпитку відповідної системи - системи засобів масової інформації (або медіа-системи). Потреба у державній владі, в свою чергу, постає чинником створення політичної системи. Функціонування та постійний розвиток цих двох систем у складі єдиної загальної соціальної системи може призвести до їх глибокої дифракції. У сучасних умовах у зоні їх взаємодії виник новий феномен, який дослідники називають «владою інформації».

Як цей феномен впливає на розвиток політичних в дносин у суспільстві?

Відповідь на означене питання уявляється нам дуже актуальною, особливо з огляду на перспективи розвитку України як демократичної держави. що прагне бути включеною до системи загальнолюдських цінностей.

В умовах постіндустріального інформаційного суспільства основною цінністю або, за Д.Беллом, - "основним ресурсом" постає інформація. При цьому Д.Белл підкреслює, що, як і завжди, коли мова йде про ресурси, "все питання постає у тому, в чиїх руках вони знаходяться і хто буде приймати необхідні рішення про їх розподіл" .

Таким чином, слід визначити, що основним каналом розподілу визначальної цінності в сучасному суспільстві постають засоби масової інформації.

"Хто отримує, що, коли і яким чином?" - сьогодні ці питання відносно саме інформації визначаються сукупністю міжособистих відносин у таких аспектах, як влада і вплив.

Якщо подивитись на розвиток мас-медіа оптимістично, то можна встановити, що кількість систем ЗМІ, в яких люди можуть вільно висловлювати власну думку, протягом століть постійно зростала.

Песимістичний погляд та розвиток ЗМІ свідчить про те, що кожна медіа-система є залежною, і ця залежність, час від часу змінюючись, існувала завжди.

Звичайно, ЗМІ повсякчас є віддзеркаленням суспільних і політичних відносин, бо самі їх вифарбовують.

Американські науковці Фред Зібберт, Теодор Петерсон та Вільбур Шрам запропонували чотири моделі взаємодії між системами політики і ЗМІ.

Перша модель - тоталітарна Тут публіцистика підлягає абсолютному контролю з боку пануючої партії. ЗМІ мусять тут виконувати лише позитивну функцію та допомагати виховувати народ згідно з цілями партії. Ця модель має своє коріння в теорії преси Леніна, який розглядав газету тільки як колективного агітатора, пропагандиста і організатора.

Після жовтневих подій 1917 р. у ця теорія стала реальністю в Росії й існувала в Радянському Союзі до кінця 80-х р. Тоталітарну модель практикували також націонал-соціалісти 1933-1945 рр. у Німеччині. Сьогодні ця модель ще існує у Північній Кореї та на Кубі. Звичайно, про будь-який суспільний дискурс за такої моделі годі й говорити.

Друга модель - авторитарна Свій початок вона бере з XVI ст. та абсолютистської теорії управління державою. У цій моделі преса має завдання служити уряду і стабілізувати його панування. Переважна кількість ЗМІ є власністю держави, решта існує залежно від виданих їй патентів, ліцензій та циркулярів цензури.

Функція критики не передбачається. Найбільш наочно це проявляється у державах Близького та Середнього Сходу, у таких пострадянських державах, як Азербайджан, Киргизстан, Узбекистан, Туркменистан, а також у Білорусі, де, наприклад, управлінню справами адміністрації Президента Білорусі належить 60-70 % усіх видань, розташованих у столиці

Втім не слід вважати, що ця хвороба обминула так звані сталі демократії.

Відомий англійський дослідник Джон Кін. наприклад, стверджує: "У серцевині усіх демократичних режимів нині знаходяться зерна деспотизму", Історична трансформація колишніх абсолютистських держав у сучасні конституційні парламентські держави (яку так і не було цілком завершено) у наш час припинилася... адже сьогодні всі західні демократії стикаються з дедалі серйознішою проблемою: багатолітнім майже неконтрольованим дрейфом у напрямку неформальної спільноти взаємопов'язаних держав, у яких недемократичні структури прийняття рішень стають багаторівневими, майже багатонаціональними, й мають на озброєнні механізми потужного впливу на інформаційні потоки й формування громадської думки в їхніх суспільствах".

За його думкою, головними інструментами обмеження свободи преси, а відтак і звуження інформаційного поля, з боку держави виступають: 1) надзвичайні повноваження; 2) військова таємниця; 3) політична брехня; 4) реклама держави; 5) корпоративність

Втім, сучасні глобальні тенденції в комунікаційній галузі демонструють результати, які у минулому були практично неможливими.

Обсяг інформації, яку громадяни мають змогу отримувати поза контролем власних національних урядів, різко зріс "Урядам авторитарних держав стає все важче приховувати інформацію від власних народів, - вважає Пол Кеннеді. - Чорнобиль був швидко сфотографований французьким комерційним супутником\* а знімки були швидко передані на увесь світ, включно і Радянський Союз. Придушення китайським урядом виступу студентів на площі Тяньаньмін і шок, що отримав весь світ від Цієї події, негайно вразили і Китай завдяки радію, телебаченню і телефаксу. Коли наприкінці 1989 р. впали комуністичні режими в Східній Європі, повідомлення та відеосюжети про падіння одного з них стимулювали схожі процеси у сусідніх державах".

Третя модель - ліберальна. Це дитина епохи просвітництва й капіталізму, що,

бере свій початок в Англії з Джона Мілтона, Джона Лок-ка та Джона Стюарта Мілля. За такої моделі ЗМІ є приватними підприємствами, котрі конкурують між собою на "вільному ринку ідей". Тут немає цензури: втручання в справи уряду чи партій залишаються безкарними. Прихильники цієї моделі стверджують, що за ліберально-ринкових умов ЗМІ слугують суспільству в пошуках правди як партнер у дискусії, а не як захисник уряду та його пропагандистських намірів. Однак, вони не спроможні побачити, що "виробництво і обмін поглядів" відповідно до законів ринку можливі лише у вузьких межах. Вже згадуваний вище Джон Кін підкреслює: "Медіа, які орієнтуються на ринок, не є бездоганними і безтурботними. Вони не можуть ані зробити свою аудиторію однорідною та заспокоїти її, ані виконати власну обіцянку свободи і вибору радше, ніж регуляції та обмеження". Комунікаційні ринки є само-паралізуючими. Вони регулярно створюють внутрішні протиріччя й дилеми, які спростовують проголошені ними самими "відкритість, універсальність та доступність" •

Основними тенденціями розвитку ЗМІ у межах ліберальної моделі є: монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація та комерціалізація. З усієї інформації, що передають інформагентства світу, 90 % розповсюджують чотири "кити": Асошіейтед Прес. Юнайтед Прес Інтернешнл. Рейтер і Франс Прес. У США майже 90 % міст - це так звані регіони "однієї газети"<sup>6</sup>. Люди за таких умов не мають вибору, конкуренція між ЗМІ зникає, політичний діалог біднішає, громадська думка стандартизується.

Четверта модель - соціально-відповідальна. Вона виходить з ідеалів соціально-активного громадського життя, ключовим елементом якого постає відкрите громадянське суспільство, що інспірує процес комунікації та перетворює однобічні повідомлення на діалог у суспільстві. Цю модель активно пропагували Ю.Хабермас та А.З. Москаленко.

Суспільне регулювання ринку мас-медіа має на меті створення справді широкого вибору ЗМІ, який давав би змогу маленьким людям у великих суспільствах формувати й отримувати широкий вибір думок і опіній, який би

зруйнував медіа-монополії. зняв обмеження на деякі можливості вибору аудиторії і призвичаїв би їх до думки, що мас-медіа - це загальногромадське благо. Отже, пріоритетом у справі переосмислення цієї моделі є розвиток багатоманіття недержавних ЗМІ, які діють водночас і як колючки в тілі політичної влади (сприяючи зменшенню політичної цензури), і як базові засоби комунікації для звичайних громадян у справді плюралістичному суспільстві.

Таким чином, можна дійти висновку, що в умовах інформаційного суспільства модель взаємодії політичної системи і ЗМІ постає однією з основних ознак по. птичного режиму.

Безперечно, що в чистому вигляді наведені моделі не існують в жодній країні. Особливо це стосується країн. де суспільство переживає період трансформації . Так. українські ЗМІ. які тільки звільнилися від кайданів тоталітаризму, після нетривалого "романтичного" періоду 1991-1992 рр, знов опинилися під важким тиском, на цей раз з боку авторитарно-олігархічної влади.

Це. зокрема, підтвердили результати соціологічного опитування провідних політичних журналістів. Серед головних причин несвободи вітчизняної преси учасники опитування вказали на "залежність вітчизняних бізнесменів, які в змозі підтримувати ЗМІ, від існуючої влади", на "болісне відношення до критики з боку глави держави та на те, що "українські ЗМІ відчувають тисі( і боку олігархів"

При цьому використовується широкий діапазон засобів утиску свободи преси: від багатомільйонних судових позовів і податкових санкцій до нескінченних перевірок пожежних і санітарно-епідеміологічних та інших інстанцій, від підкупу до залякування і навіть фізичного знищення журналістів

У висновках комітету захисту журналістів (США) наша держава фігурує серед тих. де влада утискує свободу за допомогою заходів адміністративного шоку; це підтвердили і представники Бюро з демократичних інститутів та

прав людини (БДІПЛ) Парламентської Асамблеї Ради Європи.

які спостерігали за проведенням останніх президентських виборів в Україні<sup>8</sup>. Загрозу суспільним інтересам несе і практично тотальне підпорядкування ЗМІ окремим особам і групам. Формування інформаційної політики залежно від їх приватних інтересів веде до безпрецедентного маніпулювання суспільною свідомістю. Для того, щоб вирішувати власні справи, вони впливають на громадську думку. Інформаційне поле, таким чином, деформується у бік подій, які є значущими для 0,0001 % населення. У результаті медіа перестають бути самостійним чинником політичних і соціальних процесів. Не вони насправді впливають на громадську думку, а через них влада і олігархи визначають її. Тобто, преса залежить не від балансу громадської думки, а від балансу взаємовідносин олігархічних інтересів. Марними, на наш погляд, є сподівання деяких фахівців, що інформаційні війни між олігархами, арбітром в яких виступає держава, можуть призвести у кінцевому рахунку до перемоги справжньої свободи преси, мовляв, якщо змусити двох брехунів свідчити один проти другого - правда впливе на поверхню. Російська історія з "Медіа-Мостом" Володимира Русинського вщент розбиває подібні аргументи. При цьому слід врахувати, що вітчизняні олігархи набагато залежніші від державної влади, ніж їхні російські колеги. Цілком зрозуміло: якщо влада комусь свободу і "дарує" (продає), то вона ж з легкістю може її й забрати.

Для того, щоб наблизити існуючу авторитарно-олігархічну модель функціонування українських ЗМІ до соціально-відповідальної моделі яка є необхідною умовою досягнення суспільної злагоди, треба зробити декілька важливих кроків.

По-перше, провести роздержавлення засобів масової інформації. Слід погодитись з думкою віце-прем'єра з гуманітарних питань Миколи Жулинського, що жодна газета не повинна фінансуватися з державного бюджету, а Кабмін не повинен бути співзасновником ніякого видання" Державні телерадіоканали мають поступитися місцем громадському

мовленню, яке фінансується за рахунок зборів з продаж окремих груп товарів телерадіоапаратури, сигарет, алкоголю), як це робиться, наприклад, у Франції або в Німеччині При цьому недержавні мас-медіа мають бути захищені від державного втручання всією структурою відповідних законів, що існує в Україні

По-друге, треба забезпечити демонополізацію засобів масової інформації. Національний інформаційний простір, чия незалежність виступає головною передумовою свободи інформації, а відтак і потенційного консенсусу у суспільстві, - це загальне надбання, а не чиясь приватна річ. Звідси слідує, що власники ЗМІ, які отримують політичні й економічні прибутки від виробництва, інтерпретації та розповсюдження інформації, не можуть користуватися правом свободи слова виключно за власним розумінням. За умов, коли існує реальна загроза виникнення Медіа-імперій. а відтак, і монополія на інформацію, було б виправданим законодавчо обмежити концентрацію ЗМГ в одних руках. У Франції, наприклад, якщо продається 25 % і більше акцій видання, то договір повинен перевірятися і реєструватися в Раді з друку<sup>10</sup>. Обмеженню суб'єктивного впливу господарів мас-медіа мало би сприяти внесення в існуюче законодавство вимоги про демократично формовані громадські ради при кожному ЗМІ.

По-третє, необхідна суспільна підтримка вільної громадської преси, яка б. за висловом Альберта Камю, не залежала ні від влади Уряду, ані від влади грошей, та становила міцну складову громадянського суспільства. Це могли б бути видання, засновані на банківські кредити або кошти громадських і благодійних організацій, у тому числі міжнародних, фондів. їхня самоокупність стає гарантією відносної незалежності, в тому сенсі, що "диктувати" можуть лише рекламодавці - різні представники різних кланів і політичних сил.

І, насамкінець, на порядок денний постає невідкладний і прискорений розвиток мережі Інтернету. Сьогодні в Україні послугами Інтернету користується (за різними даними) лише від 1 % до 3 % населення. Між тим.

колишній віце-президент США Альберт Гор якось сказав, що Інтернет створив умови для появи нової форми "афінської демократії", коли кожний громадянин у змозі здійснювати досить відчутний вплив на прийняття рішень у сфері формування політики всієї держави". У США зараз майже чверть населення виступає користувачами мережі.

Цікаво, що і відомий американський критик міфу про плюралізм ЗМІ Г.Шиллер обстоює цю позицію, коли стверджує, що залучення багатьох людей до інформаційної діяльності за їх власною ініціативою є найбільш надійний захист від контролю над інформацією та від маніпуляції свідомістю". За вище означених умов можна буде наблизитись до формування в Україні соціально-відповідальної моделі функціонування ЗМІ, яка дозволить визнати засади свободи і демократії за загальнонаціональні цінності і на цій основі, нарешті, дійти суспільної солідарності.

Белл Д Конец идеологии. // Новое время. - 1990. - № 27. - С.Ч; ;'

Гилберт Ф., Петерсон Т., Шрамм В. Четыре истории прессы. - М., 1996. - С. 12-21;

Кін Дж. Мас-медіа і демократія. - К., 1999 - С.67-68. 51-52;

Кеннеди П. Вступая и двадцать первый век. - М., 1997. - С.71;

Юн Дж. Мас-медіа і демократія. - К., 1999. -С.67-68, 51-52;

Власов П. Политические манипуляции (История и практика средств массовой информации США). - М., 1982. - С.54-55;

Неосознанная необходимость // Зеркало недели. - 2000, - 6 мая;

Комітет захисту журналістів знову зводить "наклеп" // Голос України. - 2000. - 23 березня; Слово свободи у кожного своє // Україна молода. - 2000. - 14 червня;

Чем пахнут газеты // Аргументы и факты. Украина. - 1998. - № 24;

"Время "готовности №1". Интервью В.Смолия // Зеркало недели. - 1999. - 24 апреля,

Шиллер Г. Манипулятор сознания. -М., 1980. -СІ 98-199.