

ШЛЯХИ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВЛАДИ: УКРАЇНА І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

*“Хто володіє інформацією,
той володіє владою”*

Вступ на рубежі ХХІ сторіччя індустріально розвинутих країн світу в інформаційну стадію розвитку і глобалізація світових комунікацій призвели до глибоких змін співвідношення влад у суспільстві, різкого підвищення політичного впливу інформаційної влади в суспільстві і, перш за все, її головних носіїв – засобів масової інформації (ЗМІ).

Це стимулювало появу цілого ряду концепцій, що обґрунтовували пріоритетну значимість ЗМІ в житті суспільства та настання епохи “медіократії” або “телекратії”¹.

Проблеми інформаційної влади та шляхи її демократизації уже давно стали предметом прискіпливої уваги зарубіжних дослідників. Особливо слід зазначити вагомий внесок таких учених, як О. Тоффлер, Дж. Кін, Д. Белл, Г. Шіллер, а також російських науковців В. Пугачова, А. Позднякова, М. Мойсеева, А. Ручки та ін.

Серед вітчизняних досліджень слід відзначити роботи В. Горбатенка, Є. Лук’яненка, А. Москаленка, Г. Почепцова, М. Требіна, О. Чубукової, В. Бебика, Н. Василенко, О. Сидоренка та ін., в яких в тій чи іншій мірі розглядаються загальні питання, що стосуються ЗМІ в посткомуністичній Україні, проблеми та здобутки України на шляху до інформаційного суспільства. Але на сьогодні відчувається брак ґрунтовних аналітичних і прогностичних досліджень політичних можливостей нової, перспективної інформаційної техніки і технології. А тим часом, маючи потужні технічні та електронні засоби масової інформації, найрозвиненіші щодо цього країни значною мірою контролюють інформаційний простір, впливають на свідомість, громадську думку далеко за межами власних кордонів. Завданням цієї статті є спроба розглянути зазначені питання в контексті демократизації інформаційної влади в Україні.

Поняття інформаційної влади та її особливості

До ЗМІ, як відомо, належать: преса, радіо, телебачення, масові довідники, кіно-, аудіо, відеозаписи тощо. Вони виконують різні функції в політичному житті суспільства. Найважливішою з них є інформаційна. Вона полягає в одержанні, поширенні, коментуванні й оцінці фактів про найважливішими для громадян і органів влади події, які мають суспільне значення і на основі яких формується думка про діяльність уряду, парламенту, партій та інших політичних інститутів, про економічну культуру та інші сфери суспільного життя.

До інших функцій ЗМІ належать: освітня, соціалізація, критики і контролю, мобілізаційна. Функціями ЗМІ вважаються також: інноваційна, оперативна, формування громадської думки, артикуляції й інтеграції. Всі вони існують у взаємодії, всебічно впливають на всі сторони життя суспільства.

Безпосередній і найсильніший вплив на політику ЗМІ здійснюють через політичні комунікації – процес передавання, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян, враховуючи їхні потреби та інтереси.

Політичну комунікацію можна зобразити такою схемою: комунікатор (той, хто надає інформацію) – повідомлення – певний канал або засіб передачі – реципієнт (отримувач інформації).

В основу канонічної моделі процесу політичної комунікації покладено відому схему Г. Лассуелла, згідно з якою комунікація розглядається як структура, що відповідає на питання: “Хто повідомляє? Що саме? Для кого? Якими засобами? З якою метою? З яким ефектом? Тобто одержується лінійна модель, за якою ЗМІ надають інформацію, яка поступово впливає на свідомість чи підсвідомість реципієнта”².

Слід зазначити, що інформаційна влада здатна впливати на політичну поведінку людей різними способами. Це, перш за все, спонукати людей до певних дій. Визначати їхні цілі і зміст, а також запобігати або блокувати виникнення небажаних, зазвичай опозиційних політичних рухів і протестів. Суть цього способу полягає у здатності комунікатора замовчувати політичні факти, применшувати їх

значення, відволікати людей від тих чи інших подій за допомогою різних сенсацій, скандалів, шоу тощо³.

Хоча мас-медіа покликані вирішувати певні завдання в політичній системі і суспільстві, в реальному житті вони достатньо самостійні, мають свої власні методи й мету діяльності, власні інтереси і потреби, які часто не збігаються з потребами суспільства. Активна роль ЗМІ в політиці пов'язана з їх впливом на різні етапи і сторони інформаційного процесу в суспільстві. Висхідною точкою цього процесу є виготовлення та відбір розповсюджуваної в суспільстві інформації. Від того, яку інформацію отримують агенти політики, багато в чому залежать їх наступні дії. Як зазначають автори навчального посібника з політології ФРН, – мати важливу інформацію означає мати владу; вміти відрізнити важливу інформацію від неважливої означає володіти ще більшою владою; можливість поширювати важливу інформацію у власній режисурі або замовчувати її означає мати подвійну владу.

Широкі можливості засобів масової комунікації, що покликані бути гарантом формування демократичних форм життєдіяльності соціального організму, активно впливають на політичну свідомість і поведінку громадян; і це свідчить про дуже важливу роль “четвертої влади” в суспільстві. Деякі дослідники масових комунікацій говорять навіть про наступаючу епоху “медіократії” – влади ЗМІ, які не стільки відображають та інтерпретують дійсність, скільки конструюють її за своїми правилами і на свій розсуд.

Оцінки зростаючого впливу ЗМК на політику і суспільство прямо протилежні. Деякі автори, наприклад, О.Тофлер, бачать у ньому паростки нової, більш високої і гуманної цивілізації, інформаційного суспільства, реальний поступ до гетерогенної, особистісної, антибюрократичної, мислячої, творчої держави, яка здатна вирішити найгостріші сьогоденні конфлікти⁴.

Інші ж дослідники, констатуючи спустошливий і руйнуючий вплив на особистість і культуру мас-медіа і особливо телебачення, оцінюють зростаючу роль інформаційної влади досить песимістично. Так, відомий італійський кінорежисер Федеріко Фелліні стверджував, що за допомогою гіпнотичної навіюючої сили видовища, яке і вдень, і вночі без будь-якої перерви приходиться до людей в дім,

телебачення зруйнувало не тільки кіно, а також ставлення індивіда до дійсності. Все життя: природа, наші друзі, література, жінки – все поступово згасає під дією цього маленького екрана, який стає все більшим і проникає всюди. Він поглинув усе: реальність, нас самих і наше ставлення до дійсності.

Досвід історії показує, що ЗМІ можуть слугувати різним політичним цілям: як просвіщати людей, розвивати у них почуття власної гідності, прагнення до свободи і соціальної справедливості, сприяти і допомагати їх компетентній участі в політиці, збагачувати особистість, так і духовно поневолювати, дезінформувати і залякувати населення, розпалювати масову ненависть і сіяти недовіру і страх.

Найбільша небезпека для громадян і демократичного державного устрою – використання ЗМІ з метою політичного маніпулювання. Воно являє собою приховане маніпулювання політичною свідомістю, впливає на поведінку людей з метою примусити їх діяти (або не діяти) всупереч своїм інтересам. Маніпулювання базується на брехні і обмані, причому це не “брехня для спасіння”, а цілеспрямовані, корисливі дії з боку зацікавлених в цьому відповідних політичних, громадських, а то й державних інституцій. Без відповідної боротьби з маніпулюванням воно може стати головною функцією ЗМІ і звести нанівець проголошені державою демократичні принципи, що їх вони проповідують і втілюють у соціальне середовище.

Можливості маніпулятивного використання ЗМК великі, але не безмежні. Межі маніпулювання громадською думкою відбивають, перш за все, уже існуючий стан масової свідомості, усталені стереотипи і погляди значної кількості населення. Для того, щоб бути ефективним, маніпулювання мусить спиратися на менталітет мас та існуючі уявлення населення щодо суспільно-політичних явищ, відносин у суспільстві та політичної організації соціуму. Хоча під впливом пропаганди ці уявлення можуть поступово змінюватися.

Суттєвими перешкодами для маніпулювання є власний досвід людей, а також неконтрольовані владою системи комунікацій: сім'я, родичі, знайомі і друзі, інтеракційні групи, що складаються у виробничій та іншій діяльності. Однак політичне маніпулювання, особливо за монополії його ініціаторів на ЗМІ, економічну і політичну владу здатне обходити ці бар'єри, оскільки верифіковані можливос-

ті індивідуального і групового досвіду стосовно політики обмежені і можуть мати різні інтерпретації⁵.

Інформація завжди впливала на оновлення, зміну застарілих систем, у тому числі на політичне життя, зумовлюючи пошук нових підходів, рішень. Історії відомо немало ситуацій, коли під безпосереднім впливом поширеної ЗМІ інформації (дезінформації) владні структури, відповідальні посадові особи змінювали свою позицію, приймаючи серйозні політичні рішення. Але поширенішим і значущим є їх опосередкований вплив на погляди, настрої, переконання широкого загалу громадян, на формування громадської думки.

Громадська думка може бути єдиною, монолітною, моністичною, виявляти волю, потреби й інтереси всього народу, але частіше вона має плюралістичний характер: окремі спільноти можуть мати свої підходи, погляди та вимоги щодо забезпечення цих потреб та інтересів з боку держави та окремих її інститутів. Тоді постає питання про формування громадської думки більшості на основі узгодження поглядів, досягнення консенсусу між різними верствами населення.

Співзвучність політики владних структур і настроїв громадської думки спостерігається далеко не завжди. Тому ЗМІ виконують важливу функцію – громадського суспільного контролю за діяльністю влади, всіх її гілок, установ, посадових осіб.

Оскільки головне завдання влади – підпорядкування людей своїй волі, а ЗМІ володіють потужними можливостями впливу на їх свідомість і поведінку, це дає достатні підстави розглядати ЗМІ як “четверту владу” (поряд із законодавчою, виконавчою та судовою). Перефразовуючи афористичний вислів Т.Манна щодо театру, можна сказати, що ЗМІ своєю діяльністю здатні перетворити примітивний натовп на справжній народ, виправдовуючи при цьому назву “четверта влада”.

Інформаційна влада в Україні

Одним з найважливіших завдань Української держави після проголошення її незалежності стало формування і забезпечення демократичних засад діяльності ЗМІ. Конституція України, інші законодавчі акти багато уваги приділяють цим проблемам. Зокрема, ст. 34 Конституції України проголошує: “Кожному гарантується право на

свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір”⁶. У Законі України “Про засоби масової інформації” йдеться про право кожного громадянина вільно і незалежно шукати, одержувати, фіксувати, зберігати, використовувати та поширювати будь-яку інформацію⁷. Але реальна практика свідчить, що конституційні, законодавчі засади свободи слова реалізуються зі значними складнощами, що утруднює використання ЗМІ суспільних функцій.

ЗМІ за природою і суспільним призначенням є суспільним демократичним інститутом, але функціонують вони в іншій системі відносин власності. Сили, що здійснюють контроль над ЗМІ, проklamують свою відданість суспільним ідеалам, фактично дбаючи про власні корпоративні або партійні інтереси. Власність на ЗМІ є скоріше супер-приватною, ніж суспільною, що визначає умови їх діяльності. Таким чином, приватизація засобів масової інформації обернулася повним контролем власників над ними, а також тенденцією до монополізації.

Здатність ЗМІ забезпечувати неабиякі доходи, значний політичний вплив зумовлює гостру конкурентну боротьбу за прибутки, ринки збуту інформації, респондентів. Вона проявляється в загостренні конкурентного суперництва між різними засобами масової інформації; зосередженості на найяскравішій, найпривабливішій друкованій або візуальній інформації; змаганні за найшвидшу, найоперативнішу подачу інформації.

Панування над ЗМІ політичних та фінансових структур перетворює багатьох з них на засоби маніпуляції свідомістю мас, інструмент їх політичного та морального розбещення. Протистояти всім негативним впливам на ЗМІ можливо лише за реальної демократизації управління ними. Поки що непоодинокі спроби в різних країнах і в різні часи створити реально діючий ефективний механізм демократичного управління ЗМІ так і не вдалися.

Подібні проблеми стоять і перед українські ЗМІ, хоч роздержавлення, подолання державно-партійного монополізму створили якісно нову ситуацію для їх функціонування. Політична та ідеоло-

гічна багатоманітність втілюється й у плюралізмі ЗМІ, у розмаїтті поширюваних ними поглядів. Але ще не подолані адміністративне втручання владних структур в їх діяльність, невинуватена прискіпливість судових органів, тиск різних кланів на ЗМІ, що суттєво обмежує реальну свободу слова.

Подальший розвиток українського суспільства, української державності залежатиме від багатьох чинників, серед яких одним з найважливіших є вдосконалення діяльності ЗМІ. Продукування інформації вимагатиме величезних витрат, а доступ до неї залежатиме від можливостей користувачів, що впливатиме на майнове, фінансове, соціальне розшарування суспільства.

Форми і способи організації інформаційної влади

Демократичні перетворення у суспільстві, зокрема роздержавлення та демонополізація у сфері ЗМІ, створюють передумови для того, щоб вони реально відігравали роль “четвертої влади”. Але тут необхідно врахувати ряд обставин.

Можливе ускладнення глобальних аспектів інформаційного суспільства. Адже і тепер країни володіють неоднаковими можливостями поширення інформації. Маючи потужні технічні та електронні засоби трансляції інформації, найрозвиненіші щодо цього країни значною мірою контролюють світовий інформаційний простір, впливають на свідомість, громадську думку далеко за межами власних кордонів.

Тому утвердження інформаційного суспільства не може автоматично подолати суперечності ні в національному, ні в глобальному масштабі без ефективних механізмів демократичного контролю та регулювання всіх сфер суспільного життя.

Незалежність мас-медіа можуть забезпечувати відповідні форми їх суспільної організації. Існують три головні форми сучасної організації ЗМІ: приватна (комерційна), державна і суспільно-правова.

За комерційної організації, що переважає, наприклад, в США, ЗМК знаходяться у приватній власності і фінансуються виключно за рахунок доходів від реклами і приватних пожертвувань. Для них характерна жорстка конкуренція за рекламні доходи і аудиторію. Важливим недоліком комерційної організації мас-медіа є їх пряма

залежність від рекламодавців і власників, а також в погоні за успіхом часте забування ними суспільних інтересів та етичних норм.

В умовах держаної організації ЗМК належать державі і безпосередньо фінансуються і контролюються нею. Перевагою цієї форми організації, що притаманна, наприклад, Франції, є незалежність ЗМІ від великого капіталу, їх підконтрольність парламенту та уряду. Але державне утримання ЗМІ може знижувати їх конкурентноздатність і використовуватися для їх підкорення можновладцям та бюрократії. До того ж воно лягає значним тягарем на державний бюджет.

Суспільно-правова організація ЗМК прагне звільнити їх від державної і приватної залежності. Вони фінансуються, головним чином, за рахунок спеціального податку, що сплачується громадянами, мають права юридичної особи і самоуправління, хоча в цілому контролюються громадськими радами із представників найважливіших суспільних груп та організацій. Цей принцип організації радіо і телебачення переважає у ФРН, хоча й тут існує і приватне теле- і радіомовлення. Преса ж повністю знаходиться у приватній власності.

Жоден із розглянутих способів суспільної організації ЗМК не може вважатися універсальним, позбавленим недоліків. В Україні та інших державах, які характеризуються високим рівнем соціальної нерівності, бідністю переважаючої більшості населення, слабкістю опозиції та політичної активності громадян, найкращим способом не допустити підкорення ЗМІ великому, частіше всього кримінальному, капіталу, іноземним компаніям та правлячій бюрократії, могла б бути переважно державна організація теле- і радіомовлення з жорстким демократичним контролем за їх роботою, яка передбачала б, зокрема, надання екранного і ефірного часу різним силам, що стоять на платформі правової державності, пропорційно їх електоральній підтримці. ЗМК, як і інші великі установи, управляються і контролюються певними особами або ж відповідними органами. В комерційних ЗМІ функції такого контролю виконують перш за все їх власники, в державних – державні інституції, в суспільно-правових – громадськість, політичні організації та об'єднання. При цьому у всіх випадках передбачається, що ЗМІ діють лише у межах закону.

У більшості країн світу існують спеціальні органи загального контролю над діяльністю ЗМІ, які слідкують за дотриманням ними

етичних та правових норм. Так, у Франції такою інстанцією є Вища рада з аудіовізуальної комунікації. Вона контролює не лише державні, а й приватні теле- і радіостанції, зокрема, видає їм державні ліцензії на право виходу в ефір. У Великобританії загальне спрямування діяльності радіо і телебачення визначають уряд та парламент. За дотриманням пресою етичних норм слідкує спеціальна комісія із самоконтролю.

Демократичний контроль з боку суспільства за мас-медіа, звичайно, не має нічого спільного з попередньою цензурою, і не є порушенням свободи слова та вільного висловлення думок. Інформаційна, політична і будь-яка інша свобода одних людей вимагає обмежень в тих випадках, коли вона порушує свободу і права інших громадян і цілих держав.

У сучасному світі з розвитком супутникового телебачення і деяких інших ЗМІ, які мають майже безмежний радіус дії, розширилися можливості культурно-інформаційної експансії могутніх інформаційних корпорацій передових країн Заходу. Володіючи новітньою технікою і технологією, великим досвідом радіо- і телемовлення та спираючись на свою економічну силу, вони безпосередньо підкорюють або зовсім витісняють національні радіо, телебачення і кінематограф та нав'язують іншим державам свої культурні та споживчі стандарти. Як неодноразово відзначалося на конференціях ЮНЕСКО, під приводом свободи поширення інформації транснаціональні інформаційні корпорації формують неадекватні соціально-економічним реальностям цих держав потреби і ціннісні орієнтації, культивують "споживацтво у світі бідності" і таким чином дестабілізують політичну ситуацію, руйнують культурну самобутність народів. Все це деякою мірою проявляється і в сучасній Україні. Така "свобода інформації" вимагає обмеження. Інформаційна влада, як і політична та економічна, потребує контролю з боку суспільства.

Окрім спеціальних органів державного та громадського контролю використовувати ЗМІ в інтересах громадян і запобігти негативним наслідкам їх діяльності допомагає комунікаційне виховання населення і особливо молодого покоління. Теоретичною основою такого виховання є спеціальна наука та навчальна дисципліна – педагогіка ЗМК. Її головне завдання полягає в тому, щоб навчити гро-

мадян критично ставитись до мас-медіа, компетентно і відповідально їх використовувати.

Вивчення цієї дисципліни має на меті ознайомити людей з центральною роллю ЗМІ в демократичній державі і в сучасній політиці в цілому, з їх позитивним і негативним впливом на реципієнтів, сформувавши у них здатність орієнтуватися в складному потоці інформації і виробити імунітет до маніпулювання і примітивної друкованої, відео- та іншої продукції.

Політико-комунікаційне виховання молодого покоління набуває все більшого поширення в західних демократіях. Очевидно, що воно ще більше необхідне Україні, де грамотність населення у сфері масових комунікацій досить низька, а можливості їх використання в маніпуляційних цілях високі. Лише комплексно вирішуючи різноманітні проблеми в галузі масових комунікацій на основі врахування світового досвіду і власних суспільних реальностей, Україна може створити ефективну і життєздатну демократію.

Таким чином, становлення інформаційного суспільства свідчить, що нормальна життєдіяльність суспільно організму сьогодні цілком визначається рівнем розвитку, якістю функціонування й безпекою інформаційного середовища.

Виробництво та управління, оборона і зв'язок, транспорт та енергетика, фінанси, наука та освіта, засоби масової інформації – все залежить від інтенсивності інформаційного обміну, повноти, своєчасності, вірогідності інформації. Викликом цивілізації сьогодні є готовність тієї чи іншої країни вступити у стадію активної інформатизації. Україна повинна створити відповідні структури, забезпечити захист інфосфери від зовнішнього впливу з боку будь-якої країни.

Наша держава має для цього необхідні можливості. Про це свідчать високий рівень розвитку наукомістких виробництв, величезний (нехай і частково розтрачений) науковий потенціал. Головне на шляху демократизації інформаційної влади – збереження недоторканності власної аксіосфери, досягнення згоди й розуміння між державою, суспільством і особою, створення такої обстановки в країні, коли ЗМІ не є інструментом маніпулювання в руках непорядного політика, а відбивають справжній стан справ, коли інформація

про доленосні аспекти в житті держави прийматиметься не купкою “всенародно обраних”, а самим народом.

¹ Пугачев В.П. Информационная власть и демократия // *Общественные науки и современность*. – 1999. – № 4, С. 77.

² Гаджиев К. Введение в политическую науку. – М., 1997. – С.324–325.

³ Пугачев В.П. Назву праця. – С.67–69.

⁴ Тофлер О. Проблема власти на пороге XXI века // *Свободная мысль*. – 1992. – № 2.

⁵ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Пер. с англ. – М., 1980. – С.25–40.

⁶ Там само.

⁷ Закон України “Про інформацію” від 2. 10. 92. – К., 1992.