

Андреев Д. В.,

доктор юридичних наук, доцент,

заступник директора Київського інституту

Національного університету «Одеська юридична академія»

ПРОБЛЕМА ДУАЛІЗМУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Анотація. Стаття присвячена особливій ролі засобів масової інформації в забезпеченні дієвості масових комунікацій влади та суспільства в сучасних умовах інформаційного простору.

Ключові слова: засоби масової інформації, масова комунікація, інформаційне суспільство, інформаційний простір, державна інформаційна політика.

Постановка проблеми. Сучасні засоби масової інформації (далі – ЗМІ) у науковій літературі загально визначають терміном «мас-медіа», що дає змогу визначити новий глобальний механізм комунікації, а отже, по-новому відродити ідею інформаційного суспільства, яка надає пріоритетне значення загальнолюдським цінностям. В окресленому важливому процесі нові комунікаційні процеси, що забезпечують адресність передавання інформації, надають аудиторії широкі права щодо вибору джерел інформації, тим самим визначаючи демократичний механізм досягнення поставленої мети.

Власне, термін «масмедіа» є досить узагальненим, це будь-який інструмент комунікації, за посередництвом якого передається суспільно важлива інформація у вигляді певного набору знань. Фактично різниця між широко вживаними поняттями «масмедіа» й «масові комунікації» полягає в тому, що в першому випадку акцент робиться на механізмі передавання інформації, а в другому – на її соціальній значущості як інтегративного фактора життєдіяльності сучасного соціуму в інформаційному просторі.

Один із видатних розробників теорії масових комунікацій Р. Харріс (англ. Haggis Robert) у праці «Психологія масових комунікацій» визначає, що сучасну комунікацію роблять масовою три чинники:

– по-перше, обмеженість точності адресації інформації;

– по-друге, наявність інституту ЗМІ – джерела комунікації;

– по-третє, привабливості та якомога довше утримання максимально розширеної аудиторії в інтересах рекламодавців [1, с. 113].

Професор Страсбурзького університету А. Моль (фр. Abraham Moles) додає, що теорія масової комунікації – одна з молодих гуманітарних наук, а інформаційний підхід стає все більшим джерелом евристичних методів сучасного знання [2, с. 5–6].

Зазначимо, що природу процесів масової комунікації досліджували науковці й мислителі різних епох, зокрема Дж. Локк (англ. John Locke), І. Бенгам (англ. Jeremy Bentham), М. Вебер (нім. Max Weber), Н. Луман (англ. Niklas Luhmann), Р. Мертон (англ. Robert King Merton), Дж. Кін (англ. John Keene), Ж. Бодрійяр (фр. Jean Baudrillard) та ін.

Останнім часом проблемні питання масових комунікацій і ролі ЗМІ в цьому процесі стала предметом наукових розвідок вітчизняних учених Л. Губернського, О. Копиленко, В. Кравченка, Г. Красноступа, Є. Макаренка, А. Марущака, В. На-

бруска, О. Нестеренка, Г. Почепцова, В. Різуна, С. Тихомирова, С. Чукута й ін. Зауважимо, що означені праці ґрунтуються на класичних підходах, започаткованих іноземними «класиками» досліджень масових комунікаційних процесів.

Актуальність зазначеної проблеми визначає мету статті, сутність якої полягає у визначенні особливої ролі ЗМІ в налагодженні дієвих масових комунікацій між владою й суспільством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Варто ще раз зазначити, що у вітчизняній науці досить широко розвинені ідеї ґрунтового дослідника засобів інформаційного впливу Умберто Еско, який наголошує, що функція масмедіа як четвертої влади полягає в постійній критиці та контролі трьох традиційних гілок влади. У свою чергу, і традиційні гілки влади контролюють і можуть критикувати масмедіа лише за посередництвом тих самих масмедіа.

В іншому випадку втручання влади є санкцією виконавчої, законодавчої чи судової влади; а це може відбуватися в тому разі, якщо масмедіа порушують правопорядок або загрожують політичній чи державній стабільності. Однак, оскільки самі масмедіа не повинні перебувати поза критикою, незаперечна умова демократії – щоб вони періодично ставили під питання самих себе, і це можливо лише в демократичній державі, де критика не наділяється репресивної функцією. ЗМІ напрямують впливають на політичне життя країни, формуючи громадську думку [3, с. 17].

Варто додати, що французький дослідник М. Рокар основоположну роль масмедіа у процесах демократизації також відводить громадській думці, яка неодмінно має бути сформована у вільному інформаційному просторі, оскільки «певною мірою громадська думка замінює класову боротьбу в ролі сили історії, що рухає, прискорюючи або гальмуючи діяльність суспільства» [4, с. 24].

Не применшуючи ролі громадської думки й інших соціальних феноменів, загальна теорія комунікацій протягом усього періоду свого розвитку формувала усталений принцип, що основа організації й функціонування засобів масової комунікації налічує три основні форми:

– перша – державна монополія на володіння та управління засобами масової інформації, за якої державні органи прямо контролюють усю систему масмедіа;

– друга – суспільна монополія, сфера дії якої найбільше поширюється на електронні засоби мовлення, які перебувають не у приватному, а суспільному володінні;

– третя – приватна власність. Ця форма зазвичай регулюється, але не управляється державними органами, причому ступінь регулювання різний у різних державах [5, с. 11].

Недостатньо просто стверджувати, що влада медіа – це влада панівного класу, проте об'єктивна реальність свідчить, що таке твердження не суперечить дійсності. Воно означає, що

масмедіа є незалежним джерелом власної влади й політичний і економічний вплив, який проходить через медіа, досить часто походить із владних центрів державних інституцій.

Досліджуючи тему втручання органів влади в діяльність масмедіа, англійський дослідник Дж. Кін виокремив п'ять «ідеальних типів» сучасної державної цензури, притаманної країнам західної демократії:

- обмеження дії масмедіа (створення несприятливого правового поля для діяльності ЗМІ);
- утаємничення (обмеження доступу ЗМІ до інформації, якою володіють суб'єкти владних повноважень);
- дефактуалізація (викривлення, упередженість інформації про події, рішення органів влади тощо);
- рекламування держави (використання коштів державного бюджету для рекламування фактичної діяльності державних органів);
- корпоративність (монополізм – пасивність або потурання держави щодо процесів монополізації сфери масової інформації) [6, с. 76].

Усі вони сигналізують про тенденцію до урізноманітнення кількості варіантів прямого й опосередкованого впливу різних владних структур на ЗМІ. При цьому на сьогодні дедалі більшої актуальності набуває твердження, що сучасна державна політика трансформується в державну «інфополітику» повсякденних комунікаційних «вбросів», спротиву або солідарності індивідуумів і соціальних груп навколо владного центру.

У результаті здійснення цієї інформаційної політики владне утвердження сучасної реальності відбувається, за твердженням Ж. Бодрійяра, як результат «третьої революції» європейської історії – революції інформації. Синтез трьох релевантних факторів сучасної епохи: інформації, комунікації – механізмів її поширення (сприйняття) та знання [7, с. 15].

Водночас навіть держави, які вважаються демократичними, не беруть на себе сміливість відмовитися від своїх ексклюзивних прав щодо визначення критеріїв «державних і суспільних інтересів», принципів «національної безпеки», «суспільної моралі», що перетворює державну інформаційну політику на інструмент сучасної цензури, нові форми втручання держави у процеси формування й вираження громадської думки.

Як точно зазначає Монро Прайс, часто проголошена, але рідко застосована основна теза про основну функцію інституту ЗМІ – еволюційного фактора розвитку суспільної системи, який повинен мати імунітет від прямого втручання органів влади. Зважаючи на той факт, що суспільні мовники організуються урядами, важко звільнитися від «сильної руки» держави. Творчим, по суті, неможливим «архітектурним» викликом стає створення структур, у яких рівень незалежності відповідав би рівню підзвітності.

Функції незалежності полягають у сприянні й підтриманні формування «суспільності», яка є найбільш суттєвим аспектом. Ця суспільність, за своїм визначенням, повинна якомога менше залежати від влади урядів та економіки. У такому сенсі ЗМІ слугують як простір установлення точок зору, щоб впливати на рішення держави [8, с. 45].

З означеного можна дійти висновку, що, хоча в сучасних межах владно-суспільних відносин взаємодіють обидві сторони – учасники масових комунікацій, відповідальність за те, як здійснюється масова комунікація, значно більшою мірою покладається на ту сторону, що має владу (явну або неявну) над засобами комунікації. Можливо, за аналогією з тезами Прайса Монро щодо розуміння конструкції «суспільності», Ніклас Лу-

ман спробував сформулювати перелік можливих труднощів, які можуть виникнути в конструюванні ЗМІ інформаційного простору та механізмів реалізації процесів масової комунікації.

По-перше, це стосується імперативного припущення стосовно того, що суспільство складається із простої сукупності індивідуумів або лише із правовідносин між владою та суспільством. Друга перешкода полягає у припущенні кардинальної територіальної різниці суспільств: очевидно, що в різних суспільствах на різних територіях існують об'єктивні відмінності в отриманні знань, але вони пояснюються різницею, що криється всередині суспільства, а не комунікативними відмінностями між суспільствами. По-третє, необхідно звернути увагу на характер масових комунікацій, який випливає із різності суб'єктів і об'єктів. Згідно з теорією пізнання, лише суб'єкти здатні до самореференції, а об'єкти залишаються незмінними [9].

Варто визначити за об'єктивне: сучасне інформаційне суспільство – “*par excellence*” – на сьогодні постало усталеним простором досконалої комунікації. Але при цьому необхідно зробити певну поправку. Суспільство чітко ділиться на групи, статус яких є різним. Різні права, фінансово-економічні можливості, рівень освіти, а відповідно, знань неминує розмежовують індивідуумів на різні соціальні кластери. Крім того, швидкий розвиток сучасних інформаційнокомунікаційних технологій створює ще одну ознаку диференціації суспільства – комунікативну. Нині очевидним є також теза про те, що традиційна система здійснення масових комунікацій, що охоплює владу, суспільство, індивідуума, швидко поповнюється інституціями комунікативних засобів, передусім ЗМІ.

Зокрема, Пауелл Дж. Бінгем у роботі «Сучасні демократичні країни. Участь у політичному житті, стабільність і насильство» зазначав, що «в сучасному світі повноцінній демократії притаманні такі характеристики комунікації влади та суспільства: головна – вільна та критична преса, доступ до електронних засобів масової інформації, свобода пересування та залучення до політичної діяльності, свобода від упередженого судового переслідування» [10, с. 121].

За допомогою комунікації суспільство може визначити себе, інформувати себе про власні інтелектуальні комунікації, піддавати інформацію сумніву, відхилити її, нормувати комунікації як допустимі або неприпустимі тощо. Тим самим стає очевидним дуалізм речей: суспільство є комунікативним й самореферентною системою, і воно не тільки може використовувати свій спосіб комунікації, а й мусить це робити, щоб створити дієву комунікацію.

Із цієї позиції можна визначити поняття інформаційного суспільства – як усеосяжної системи всіх комунікацій, що відтворюють себе в сукупності всіх комунікацій насамперед через інститут засобів масової інформації. Д. Проценко пропонує всі ЗМІ, зокрема й традиційні, ділити так:

- за характером матеріального втілення інформації на носіях і відповідного сприйняття, які, у свою чергу, діляться на друковані й аудіовізуальні;
- за можливістю одночасного комунікативного зв'язку: лінійні та нелінійні;
- за територією поширення або охоплення комунікативним зв'язком: місцеві, регіональні, загальнонаціональні, транскордонні;
- за аудиторією: загальнодоступні, професійні, «нішеві» [11, с. 11].

Ми всіляко підтримуємо наведені положення, але змушені визнати проблему, появу якої, можливо, не передбачали науков-

ці минулих часів. Нині потрібно відверто визнати суперечливу природу ЗМІ в забезпеченні процесу масових комунікацій. Незалежно від форм власності й сфери розповсюдження, сучасні мас-медіа потрібно розглядати у двох аспектах: як суб'єкт інформаційної діяльності та як суб'єкт господарювання. А також наголосити на дуалістичності принципів сучасних масмедіа, сутність якої полягає в тому, що, з одного боку, ЗМІ є найважливішим соціально-політичним інститутом демократичного суспільства, який покликаний забезпечувати громадський контроль за діяльністю органів державної влади, сприяти формуванню громадської думки тощо; з іншого – ЗМІ формують окрему інтелектуальну галузь, функціонування й розвиток якої напряму залежить як від власників фінансово-економічних груп, які є їхніми засновниками, так і від суспільно-політичної мотивації суб'єктів діяльності мас-медіа.

Без сумніву, наша цивілізація вже стала інформаційною за своєю сутністю, тобто такою, у якій інформація є головним чинником соціалізації й ресоціалізації індивідуума, з'єднуювальною ланкою між суспільством і владою. ЗМІ як підсистема суспільних комунікативних відносин, у межах якої формуються й реалізуються механізми утвердження ідей і цінностей права, є важливим фактором сприяння руху до правового суспільства. У зв'язку з цим актуалізується ще одна двоєдина суперечлива тенденція: з одного боку, в інформаційному суспільстві спостерігається конституціонування комунікацій як одного з основних джерел правотворення, а з іншого – зростає суспільна необхідність правового регулювання самих комунікативних відносин, зокрема їхніх безпосередніх суб'єктів – ЗМІ.

У соціально-правовому плані зазначене ґрунтується на балансі вільного доступу до інформації та регульованої ролі держави як модератора та гаранта дотримання всіма суб'єктами системи інформаційних відносин «певних правил гри». Діяльність сучасних ЗМІ має являти собою сформовану систему правил і установок, які за своєю сутністю повинні запобігти утворенню й поширенню соціальних криз, бути своєрідним провідником знань, ідей і цінностей демократичного розвитку суспільства, а також суспільним інформатором у разі їх порушення.

Варто звернути увагу, що формально концепція ролі ЗМІ як «четвертої влади» закріплена на сьогодні як головний принцип загальносвітової теорії демократії. Інституції вільних і незалежних ЗМІ є ключовими елементами демократичного розвитку, в межах якого вони виконують життєво важливу роль зв'язувальної ланки в суспільстві. Потреба у свободі преси є характерним організуючим принципом сучасного європейського світу, де теорія і практика публічного висловлювання думок за допомогою ЗМІ розвинулася максимально. Зазначена теза є наочним відображенням положень Загальної декларації прав людини, прийнятої 10 грудня 1948 р. Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй. У цьому знаковому для розвитку сучасної системи правовідносин документі принципу свободи вираження поглядів надано найвищий правовий статус.

Так, ст. 19 стверджує, що «кожна людина має право на свободу переконань і вільне їх вираження; це право передбачає свободу безперешкодно дотримуватись власних переконань і свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів» [12, с. 9].

Ще донедавна аксіомою вважалося твердження, що незалежні ЗМІ – це ключовий елемент демократичної системи, де вони відіграють життєво важливу роль, сприяють підвищенню рівня взаємодії влади та громадян у підтриманні двосторонніх

контактів. Відповідно до поданої гіпотези, ЗМІ функціонують як «ретранслятор інформації», який є зв'язувальною ланкою між суспільством і владою. Водночас ЗМІ тісно пов'язані з політичною системою та економічною сферою, вони відіграють подвійну роль – формування громадської думки, а також репрезентації інформаційних посилен своїх власників.

При цьому сам процес масової комунікації здійснюється в кожному випадку по-різному, залежно від домінуючих форм масмедіа. Газети й електронні мас-медіа якнайтісніше пов'язані з політичним, економічним і соціальним середовищем свого функціонування й, у свою чергу, формують і розвивають власний саморефлексивний простір.

Варто наголосити на існуванні чіткої еволюційної тенденції: якщо наприкінці XIX ст. друковані газети та журнали тривалий час лише намагалися перетворитися на особливий соціальний інститут, то вже з середини XX ст. електронні аудіовізуальні медіа від початку були нерозривно поєднані з органами влади й інтегровані в державну інформаційну політику.

На сьогодні новий виток розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема розвиток цифрового мовлення, призводить до виникнення такого явища, як медіаконвергенція (від лат. media, convergere) – злиття й поєднання функцій друкованих ЗМІ, радіомовлення, телебачення та електров'язку. Наведене визначення точно відображає сучасні процеси, що відбуваються в інформаційній сфері, які найближчими роками можуть революційно змінити не тільки наявну ієрархію ЗМІ, а й пов'язані з ними комунікативні процеси, технології, ринки тощо, а також культурні парадигми й моральні цінності суспільства. Чому?

По-перше, відбувається злиття інформаційно-комунікаційних технологій, що дає змогу різним носіям інформації здійснювати комунікацію між собою та аудиторією. По-друге, медіаконвергенція – органічне поєднання на перший погляд різнопланових і розрізнених мас-медіа, у результаті якого відбувається трансформація функцій від однієї форми засобів комунікації до іншої.

По-третє, медіаконвергенція – злиття ринків. Сучасні ЗМІ рухаються в бік зростаючої інтеграції із телекомунікаційним сектором, фактично формуючи нову транснаціональну спільноту індивідуумів [14, с. 96–97].

Висновки. Отже, сучасний розвиток України як держави, яка проголосила курс на демократизацію та європейську інтеграцію, характеризується прогнозованим і очевидним розширенням меж інформаційного простору, що супроводжується підвищенням рівня демократичних стандартів, політичних вимог, громадянських прав і правовідносин. Однак проблема монополізації ЗМІ вітчизняними фінансово-промисловими групами або безпосередньо державою є головною перешкодою цих процесів.

Література:

1. Харрис Р. Психологія масових комунікацій / Р. Харрис ; пер. с англ. – СПб. : ПРАЙМЕВРОЗНАК, 2002. – 448 с.
2. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль ; пер. с фр. Б.В. Бирюкова. – 3е изд. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 416 с.
3. Эко У. 5 эссе на темы этики / У. Эко ; пер. с итал. Е. Костюкович. – СПб. : Симпозиум, 2005. – 160 с.
4. Рокар М. Трудиться с душой / М. Рокар. – М. : Международные отношения, 1990. – 340 с.
5. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма ; пер. с англ. М.Б. Левина. – М. : АСТ, 2008. – 480 с.
6. Кин Дж. Масмедиа и демократия / Дж. Кин ; пер. з англ. О. Гриценко]. – К. : К.І.С., 1999. – 134 с.

7. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр ; пер. с фран. Н.В. Сулова. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2000. – 96 с.
8. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность / М. Прайс ; пер. С. Аникеева. – М. : Издательство Московского университета, 2000. – 336 с.
9. Луман. Н. Мировое время и история систем / Н. Луман ; пер. В. Бакусева // Логос. – 2004. – № 5. – С. 131–133.
10. Пауел Дж. Бінгем. Сучасні демократичні країни. Участь у політичному житті, стабільність і насильство / Дж. Бінгем Пауел ; пер. з англ. О.В. Христенко, В.К. Горбатюка. – Х. : Каравела, 2004. – 288 с.
11. Проценко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід / Д. Проценко Д. Тупчієнко. – К. : Організація з безпеки та взаємодії в Європі, 2012. – 110 с.
12. Загальна декларація прав людини. Декларація від 10 грудня 1948 р. // Бюлетень законодавства і юридичної практики України. – 2003. – № 3.
13. Путеводитель по саморегулированию СМИ / под ред. Аделин Улен и Джона Смита. – М. : Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2008. – 114 с.

Андреев Д. В. Проблема дуализма средств массовой информации в обеспечении массовых коммуникаций

Аннотация. Статья посвящена особой роли средств массовой информации в обеспечении действенности массовых коммуникаций власти и общества в современных условиях информационного пространства.

Ключевые слова: средства массовой информации, массовая коммуникация, информационное общество, информационный простор, государственная информационная политика.

Andreyev D. The problem of dualism of the media in providing mass communications

Summary. The article is devoted to the special role of the media in ensuring the effectiveness of mass communication power and society in modern conditions of the information space.

Key words: media, mass communication, information society, information space, state information policy.