

**Вісник Київського Національного університету імені Тараса
Шевченка. Серія: Філософія. Політологія.
2002. № 40. С. 230-234.**

**СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ФУНКЦІЇ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ
ІНФОРМАЦІЇ В ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Костирєв А.Г.

Розглянуто функції засобів інформації в демократичному суспільстві. Констатуючи генетично суперечливий характер функціонування медіа-системи, автор доходить висновку, що саме внутрішня суперечливість і робить вільну пресу необхідною умовою функціонування та розвитку демократії.

Теоретичний і практичний інтерес до взаємовідносин ЗМІ й легітимних власних структур має останнім часом постійний характер, що ніяк не ставиться під сумнів значним різноманіттям концептуальних та інтелектуальних схем, які вже існують: від ленінського формування завдань газети як колективного агітатора, пропагандиста та організатора до американського розуміння функції преси як охоронного пса демократії. Простір аналізу цього предмету продовжується в різних, деколи досить несподіваних ракурсах.

Однак, найбільш загальні уявлення про нього чітко диференціюються залежно від зміщення акценту в бік суверенності інститутів ЗМІ чи виконання ними функцій оформлювача суспільної свідомості та суспільної згоди. Досить наочно диференціація відслідковується у різниці між американською і європейською школами. Причини цього можна відшукати в особливостях європейського менталітету з превалюванням культурологічних підходів до аналізу суспільної свідомості, з популярністю філософських

концепцій неомарксистських напрямків, що включають у себе уявлення про ЗМІ як про доволі впливового агента соціального контролю за стабільністю політичного клімату і провідної домінуючої ідеологічної доктрини.

В американській науковій традиції ЗМІ розглядаються в основному в руслі ліберал-плюралістичної теорії, в дусі більшої автономності інститутів комунікації, їх незалежності від державних і громадянських структур.

Засоби масової інформації (ЗМІ) - це своєрідна система, яка охоплює періодичні друковані видання, радіо-, теле-, відеопроекти, кінохронікальні програми, інші форми періодичного поширення масової інформації. Згідно із законодавством України, друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання (преса) - газети, журнали, бюлетені тощо і разові видання з визначеним тиражем; аудіовізуальними засобами масової інформації є радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо¹.

Засоби масової інформації в сукупності утворюють цілісну систему.

Відомий український учений А.З.Москаленко виділяв такі функції ЗМІ: 1) Функція інформування. Завданням ЗМІ є повідомлення людям усіх новин, за допомогою яких вони зможуть зрозуміти навколишній світ. Саме ця функція, котра продукує і передає інформацію споживачам, і є найважливішою, головною в ЗМІ. 2) Функція соціалізації. Під функцією соціалізації мається на увазі передача культурних здобутків. освітня функція ЗМІ. Оскільки до завдань преси належить передача зразків, цінностей і норм буття, котрі є гідними й можливими для людини і загальноприйнятими в суспільстві, то ЗМІ таким чином соціалізують людину. 3) Функція кореляції. Кореляцією вважається взаємодія між редакцією будь-якого засобу інформації та його аудиторією в процесі погодження різних думок і поглядів. Це відбувається під час коментування та аналізу подій працівниками ЗМІ. Залежно від характеру ЗМІ ця функція використовується для створення громадської думки. 4) Функція артикуляції. За умов демократії ЗМІ мусять передавати не тільки те, що сказали "сильні цього світу", а мають бути "відображувачем думки безсловесних мас", як сказав відомий німецький науковець галузі ЗМІ

Франц Ронненберг. Вони мають також надавати людям можливість висловлювати власну думку, виражати вповні їхні потреби, протести, радощі й турботи. Це відбувається тоді, коли в розпорядженні аудиторії є спеціальний "форум думок" (наприклад, сторінка читацьких листів, "відкритий мікрофон", інтерактивне опитування), або коли про думки людей щодо їхніх проблем журналісти дізнаються за допомогою інтерв'ю, шляхом розслідування, опитування на вулиці. 5) Функція критики та контролю. У демократичному суспільстві ЗМІ мають виконувати функцію громадського контролю. Вони повинні наглядати за роботою усіх, хто має владі, через вироблення гласності та викриття й поширення різноманітної інформації про діяльність владних структур. 6) Функція обслуговування. ЗМІ мають допомагати своїй аудиторії, приносити читачам, глядачам, слухачам практичну користь. ЗМІ часто сприймаються реципієнтами з більшою довірою, ніж такі суспільні інститути, як партії або церква. 7) Функція реалами. У ринковій системі економіки найважливішими носіями реклами, у т.ч. політичної, є ЗМІ .

8) Функція розважання. Багато людей чекають від ЗМІ передусім задоволення потреб у розвагах, відпочинку й розрядці.

Це, так би мовити, позитивні функції, що мають виконувати засоби масової інформації у демократичному суспільстві.

Втім, багато дослідників, і серед них Г.Міллер, Дж.Кін, Г.Почепцов, вказують і на негативні наслідки розвитку глобальних медіа-систем, які використовуються для маніпуляції свідомістю мільйнів людей. ЗМІ, особливо телебачення, називають навіть наймогутнішою зброєю сучасної інформаційної війни.

Бен Бангдікян наголошує на одному конкретному, але дуже важливому аспекті в різноманітті сучасної інформації: "Влада завжди визнавала, що для контролю над суспільством вона має взяти до своїх рук інформаційну справу. Той, у кого є можливість першим повідомити про новини або ідеї, здобуває політичну владу... Лідери демократії не менш ніж лікарі, шамани, королі й

диктатори ревно стережуть свою владу над ідеями і контролюють інформацію з такою ж енергією, з якою вони контролюють збройні сили. Зрештою й не дивно, що інформаційні арсенали удосконалюють не менш інтенсивно, ніж військову техніку" .

Тобто, розвиток сучасних ЗМІ не тільки сприяє демократизації, залучаючи до участі у політичних процесах все більшу кількість громадян, але й створює певну загрозу для класичної демократії, бо новітні політичні технології, маніпулюючи через ЗМІ свідомістю мас, нав'язуючи їм певні іміджеві кліше, перетворюють демократичні процеси на фарс.

Для розуміння проблеми впливу та взаємодії двох систем - політичної та комунікативної у сучасному світі, можна навести слова Генерального директора ЮНЕСКО Федеріко Майора, проголошені у промові 21 січня 1988 р.: "постійне посилення всесвітності процесів і прискорення темпів життя суспільства породжують два явища, що взаємно доповнюють і взаємно суперечать одне одному. З одного боку, це комунікація і дедалі ширший обмін ідеями, цінностями і людьми, дедалі більше зближення між людьми і народами, інтелектуальна й культурна відкритість, виникнення інтуїтивного почуття солідарності на рівні всього людського роду з іншого боку, це важкий коток стандартизації і норм, який загрожує збідненням багатоманітності творчості - найважливішого фактора, що забезпечує в довготерміновій перспективі існування людства, загрожує повсюдним утвердженням влади тих, хто визначає цінності та норми" .

Джерелом і головною рушійною силою походження і розвитку ЗМІ постає потреба спілкування людей у ході суспільної діяльності. Суперечності діяльності людини, яка одночасно пізнає світ в собі і себе у світі, змінює і середовище і себе у ньому, цілком відбивається і в суперечностях діяльності ЗМІ.

Справді, якість властивості матерії, природи, суспільства є потенційною інформацією, але вони стають нею тільки після того, як про них набуває знань людина. Вже тут бачимо виникнення суперечності між властивостями,

реально притаманними об'єкту, і тією інформацією про нього, що доходить до реципієнта в ході комунікативного процесу.

Згадана основна суперечність людської діяльності відносно до ЗМІ виводить їх функціонування у площину, яка визначається двома "Осями координат": цінність та засоби. Як вважає А.А.Ручка. "двозначний статус цього феномена (ЗМІ) уявляється нам таким в силу його постійного функціонування в континіумі "цінність-засоби".

Змістом функціонування ЗМІ по осі цінностей є саме соціальна інформація. Суперечністю цього функціонування є те, що ЗМІ, з одного боку, забезпечують потреби реципієнта в цій інформації, а з іншого, формують ці потреби відповідно до потреб комунікатора"⁵.

Соціальна інформація ніколи не буває нейтральною. Інформація, що передається засобами масової комунікації, об'єктивно впливає на людей. Проводилось досить багато досліджень, метою яких було довести, що можна виконати настанову американської журналістики news without views (новини без поглядів), але вони щоразу показували, що навіть без коментарю, через добір новин чи інші умови, комунікатор свідомо чи підсвідомо певним чином впливає на аудиторію.

По осі "засобів" функціонування ЗМІ відображає свій зміст у тих каналах, якими проходить інформація, а суперечність полягає в тому, що ці канали, з одного боку, постійно розширюють мережу реципієнтів, а, з іншого, надають технічну можливість порівняно невеликими групами комунікаторів контролювати величезні потоки інформації.

З визначених позицій стосовно загальних принципів функціонування ЗМІ розглянемо детальніше ту сферу їх діяльності, що пов'язана зі включенням у процес взаємодії влади та електо-рату. У масовій свідомості розповсюджені уявлення про ЗМІ і як про "четверту владу", і як про "голос народу". Більш за все, і перше, і друге - метафори, припустимі в політичному дискурсі лише в окремих випадках.

Між тим, ідентифікація ЗМІ з владою і громадською думкою є звичайною і

прийнятною для суспільної рефлексії. До неї апелюють ідеологи, політичні лідери, інші суб'єкти, які претендують на роль виразників настроїв, і вона сприймається масовою свідомістю.

"Здійснення владних функцій ЗМІ мислиться у цьому випадку як контроль і пресинг відносно до директивних інстанцій з метою впливу на прийняття і виконання соціальних рішень відповідно з партикулярними інтересами засновника джерела і комунікатора або ж інтересами аудиторії, які частково можуть не збігатися, - пише дослідник цієї проблеми О.Т.Манаєв. - владні функції ЗМІ працюють і в зворотному напрямку, здійснюючи тиск на глядачів і слухачів, які відчують довіру до масових каналів інформації"⁶.

Таким чином, інститути соціального інформування - преса, радіо, телебачення - одночасно є інститутами формування певного типу політичної культури. Саме таким способом засоби масової інформації реалізують цілі соціального управління.

Група дослідників під керівництвом А.А. Ручки пропонують таку схему взаємодії громадської думки, ЗМІ та влади. (Див. схему).

"Різномірне положення елементів у даній схемі, - пишуть вони, - свідчить про визнання їх нерівноцінної участі у взаємодії. Той фактор, що організаційні статуси елементів також різні (влада і ЗМІ сформовані в соціальні інститути, тоді як громадська думка знаходиться лише на стадії інституалізації), помітно спрощує функціонування зв'язків, спрямованих зверху вниз, і розосереджує відповідні зворотні процеси. Таким чином, при своїй, здавалося б, простоті, механізм доволі складний, бо взаємодія його окремих частин здійснюється в нерівних, зламаних ритмах, заздалегідь передбачаючи можливі збої та неполадки. Однак, очевидно, що ЗМІ в цій структурі виконують деякі впливові та передавальні функції - функції формування поглядів, настанов, орієнтацій основних суб'єктів і їх виразу. Гарантом їх реальної автономії, по суті, виступає засновник, що має повну економічну і фінансову свободу, заангажований у політичні структури і належний до конкретної соціально-культурної страти. Його статус, у свою

чергу, опосередкований ефективністю системи взаємної регламентації соціальних інститутів, досить високої в демократичному суспільстві" .

Впливаючи на свідомість людей, корегуючи їх поведінку в бажаному напрямі або готуючи "грунт" для такої поведінки, система масової інформації виступає як повноправний орган управління. Водночас, засоби масової інформації мають свою специфіку, яка визначає їх особливе місце в загальній системі органів управління. Ця специфіка полягає в тому, що вони не приймають управлінських рішень, отож, не здійснюють власне керівництво тими чи іншими соціальними процесами, і в цьому розумінні не є керівними органами. Основний сенс діяльності газет, радіо, телебачення полягає в певному опосередкованому, психологічному впливі на ті чи інші соціальні процеси.

Треба мати на увазі також те, що засоби масової інформації впливають не тільки на населення, а й на різного роду соціальні інститути, органи управління та ін. Організуючи масові обговорення майбутніх рішень, вони тим самим беруть участь у виробленні управлінських рішень. Те, що мас-медіа не приймають управлінських рішень, не дає права виключати їх з класу органів управління, бо засоби масової інформації не просто транслятори, вони самі виробляють власні тексти і щодо цього мають достатню самостійність.

Самостійний характер системи засобів масової інформації визначається не тільки тим, що вона виробляє власну інформацію. Не менше значення мають особливості цього виробництва, насамперед, найголовніша з них - селективний (вибірковий) характер діяльності, вільне (у заданих, але досить широких межах) оперування предметами діяльності, передусім, відбір цих предметів як елементів повідомлень. Значення цього моменту можна достатньо оцінити, виявивши, що інформаційні ряди, які конструюються різними джерелами інформації, різко відрізняються багатьма своїми змістовими характеристиками, у результаті чого та сама соціальна дійсність відображається в них неідентично.

З огляду на це, треба відзначити такі специфічні прояви функцій ЗМІ у зворотному напрямку: 1) ЗМІ наповнюють великомасштабний дискурс каталогами цінностей, ідей, перспектив їх реалізації, пропонуючи скільки завгодно масовій аудиторії відібрати як першочергові деякі проблеми суспільного життя (когнітивний аспект); 2) ЗМІ структурують аудиторію за групами опіній, трансформуючи уособлених індивідів в організовану громадськість і сприяючи перетворенню думок у суспільну силу, у аактор впливу на суспільні, в першу чергу, політичні процеси. При цьому в текстах масової комунікації символічним образом відтворюється соціальна структура суспільства (соціальний аспект); 3) ЗМІ здійснюють відслідковування процесу прийняття рішень владними структурами та певний морально-правовий вплив шляхом публічного оцінювання їх діяльності (контролюючий аспект)¹.

Демократичне суспільство з переходом до інформаційної стадії свого розвитку поступово передає регулятивні функції засобам масової комунікації. Як вважав А.З.Москаленко: "Засоби масової інформації за умов інформаційного суспільства візьмуть на себе функції:

- 1) впровадження соціального прогресу та ревізії традицій;
- 2) регулювання моральних і навіть правових норм (це практикується й зараз, коли ЗМІ організують прийняття нових законів, розкручують карні справи, тощо);
- 3) соціального управління.

Все це робитиметься за допомогою загального відкритого дискурсу. Звичайно це буде вже не та масова комунікація, до якої ми звикли. Вона з'єднається з міжособистісною комунікацією за допомогою комп'ютерних технологій, паростки яких уже існують. Таким чином, масова комунікація переросте в механізм прийняття рішень, управління та регулювання суспільством. При чому все більшу роль відіграватиме не тільки зміст комунікацій, а й форма його подачі, особливості каналів комунікацій"⁹.

Втім підсумовуючи, слід визнати, що серед розглянутих функцій

превалюють ті, які характеризують саме інструменталіський погляд на роль ЗМІ у демократичному суспільстві.

У цьому зв'язку Джон Кін підкреслює, що утилітаристський підхід до свободи преси трактує пресу як протизвагу деспотичного уряду, як контроль над поведінкою правлячої меншості". Завдяки цьому уможливується створення та застосування законів, які забезпечують максимальне благо для максимального числа людей". Вільна преса, таким чином, є союзником "блага". Вона допомагає контролювати звичні привілеї тих, хто при владі. Вона розкриває їхні таємниці та робить відповідальними перед підвладними. Вона збільшує можливість розсудливих рішень, надаючи громадськості доступ до суперечливої інформації про реальний світ. Вільна преса є також невтомним громадським оком, що контролює бюрократію, та відвертає кумівство поміж законодавцями та виконавчою владою¹⁰.

Посилаючись на есе "Про свободу" Джона Мілля, він пише: "Утилітаристська теорія посилювала припущення, що люди мають право на упевненість не стільки в тому, що їхні погляди істинні, а в тому, що вони не можуть існувати без них що ці погляди мають самоочевидну корисність. Ця теорія мало згадує про істину, а дуже часто - про корисність, яка сама по собі є річ спірна, тому потребує сурового аналізу її істинності"¹¹.

Англійський дослідник виділяє той підхід, що керувався ідеєю досягнення публічних дискусій серед громадян. Представники цієї теорії Л.Бушер, Дж.Прістлі, Дж.Міль вважали, що лише вільна преса може гарантувати багатий запас фактів і аргументів з приводу фактів», які культивують звичку піддавати сумніву або переглядати погляди, забезпечуючи цим перемогу правди над брехнею.

Сучасне теоретичне осмислення комунікативних аспектів соціальної інформації не дає скільки-небудь однозначного рішення дилеми: чи слід розуміти масову комунікацію як бажаний стан суспільства, чи як засіб реалізації цілей зацікавлених учасників. Утім, не менш помітно зміщення від дослідження функцій комунікації з обслуговування взаємодії соціальних

структур і суб'єктів до комунікації як найбільш релевантної форми і смислу такої взаємодії - так це бачиться, наприклад, у теорії комунікативної дії Ю.Хабермаса.

Зрозуміло, що вимоги до діалогу, який розуміється суворо науковим образом у гуманітарній літературі, починаючи з Гадамера чи Бахтіна, або до комунікативного акту у Хабермаса, якщо їх пред'явити до масової комунікації, здатні утворити лише деякий "ідеальний тип". Однак, наявність такого як допустимої моделі, а,

можливо, і орієнтиру соціальної практики, демонструють можливість ціннісного відношення до ролі ЗМІ в сучасному політичному процесі.

1. Закон України "Про інформацію" // ВВР України. -1992;
2. Москаленко А.З., Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Вергун В.А. Масова комунікація. - К., 1997 - С.42-51;
3. Бангдикян Бен. Монополизация средств массовой информации - М., 1987. - С.35;
4. Копиленко О.П. Влада інформації. - К, 1991. – С. 106;
5. Общественное мнение и власть: механизм взаимодействия / Под ред. А.Ручки. -К., 1993. - С.93-107;
6. Манаев О.Т. Circulus vitiosus в деятельности средств массовой информации // Философская и социологическая мысль. - 1990. - № 2, № 3;
7. Общественное мнение и власть: механизм взаимодействия / Под ред. А.Ручки. - К., 1993. - С.93-107;
8. Там само;
9. Москаленко АЗ., Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Вергун В.А. Масова комунікація. - К.,1997 - С.42-51;
- 10.Кін Дж. Мас-медіа і демократія. - К. ,1999. - С. 19-22;
- 11.Там само.