



*Анатолій Мучник
Петро Ворона*

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ

(Управлінський аспект механізму впливу громадськості на публічну владу)

Цивілізаційний процес породжує суспільну відкритість, тому в політичній системі сучасного демократичного суспільства дедалі важливішу роль відіграють засоби масової інформації (ЗМІ), які цю ж відкритість та гласність і забезпечують. Під ЗМІ розуміють друковані пері-

одичні видання, телерадіопрограми, кінодокументалістику, інформаційні агентства, Інтернет, інші періодичні форми публічного розповсюдження масової інформації. Тому журналістика як засіб масової інформації разом є виразником інтересів суспільства, думок і прагнень різних соціальних груп, ка-





тегорій, окремих особистостей. Зрозуміло, що діяльність засобів масової інформації має важливе суспільно-політичне значення, оскільки характер масової інформації, адресований аудиторії, визначає значною мірою її ставлення до дійсності і напрям соціальних акцій. В основі громадської участі лежить інформування: з одного боку, громадянин му- сить бути поінформованим, а з іншого боку, вільний доступ до відкритої інформації щодо процесів підготовки та ухвалення рішень, а також їх утілення в життя – одна з найважливіших передумов забезпечення прозорості та підзвітності органів влади на різних рівнях [8, с. 55]. Ми розглянемо роль та особливості впливу засобів масової інформації на формування політичної системи країни.

Дослідження ролі засобів масової інформації в політичній системі є актуальним і всебічно висвітлюється в спеціальній літературі. За загальним визнанням дослідників В. Бобика, В. Лісничого, В. Лугового, В. Мартиненка, І. Поліщука, Ю. Свеженцевої, К. Сафіуліної, С. Телешуна, В. Шевченка [1; 4], засоби масової інформації не тільки інформують, повідомляють новини, а й пропагують певні ідеї, погляди, вчення, політичні програми і тим самим беруть участь у соціальному управлінні, забезпечують владі інформаційний супровід. Шляхом формування громадської думки, вироблення певних установок вони спонукають людину до тих чи інших учинків. ЗМІ, як спосіб масового зв'язку між тими, хто управляє, і тими, хто є об'єктом управління, тобто громадянами того чи іншого суспільства, несуть не тільки оперативну, а й офіційну інформацію – закони, розпорядження, укази тощо. Цим самим вони передають волю влади, її вимоги. Разом із тим, ЗМІ є видом зворотного зв'язку. Вони акумулюють думки, прагнення, судження людей практично з усіх сфер життя громади – це своєрідний і ні з чим незрівнянний барометр громадської думки.

У демократичному суспільстві засоби масової інформації є компонентами політичної системи – поряд із парламентом, виконавчою владою, незалежним судом; їх навіть називають “четвертою владою” – не в розумінні “четверта державна”, а в значенні “влада громадянського суспільства” [3]. Ця своєрідність насамперед у тому, що ЗМІ не можуть приймати рішень, наказувати, зобов'язувати, притягати до відповідальності. ЗМІ здійснюють свою політичну, управлінську роль у політичній системі шляхом обговорення, підтримки, критики й осуду різних політичних

програм, платформ, ідей і пропозицій окремих осіб, громадських формувань, політичних партій, фракцій; через донесення поглядів опозиційних партій до електорату та роль своєрідного громадського контролю і розголосу його результатів [4, с. 138–139].

Отже, основні функції мас-медіа в ліберально-демократичному суспільстві: контроль за владою, тиск на владу, встановлення взаємин довіри між владою й суспільством. Утім, в авторитарно-тоталітарних режимах, де ідеологія та преса одержавлені, засоби масової інформації насправді є лише інструментом державної (чи партійно-державної) влади: “Газета – не тільки колективний пропагандист і колективний агітатор, але також і колективний організатор” [6].

Загальна кількість часописів України за останні роки зросла в кілька разів. У 1996 р. було 5325 зареєстрованих видань, із них 3953 газети і 1025 журнали. Станом на 2004 р. в Україні зареєстровано 20903 періодичних видання. 8859 від цієї кількості – видання загальнодержавної сфери розповсюдження (із них 3427 газети, 4073 журнали), 12044 – місцевої сфери. Постійно розширюється і мережа теле- й радіоканалів. Здійснення функцій ЗМІ пов'язане не так із їх кількістю, як із їх незалежністю. З цього приводу зауважимо, що серед періодичних видань загальнодержавної сфери розповсюдження лише близько 5% засновані державними органами влади або органами місцевого самоврядування; частка недержавного сектора телебачення й радіомовлення в медійному просторі України перевищує 96%, і тільки 4% належать державним мовцям. Високими темпами в Україні, як і в усьому світі, розвивається найсучасніший засіб масової інформації Інтернет. У 2005 р. ним регулярно користувалось 18% громадян країни, і лише за рік ця цифра зросла вдвічі [1, с. 172–173].

Будь-яка, незалежно від характеру, влада не в змозі існувати й залишається нестабільною без постійного діалогу між виборцями й управлінцями місцевого самоврядування та державного рангу. Твердження справджується насамперед для демократичних режимів, що, за самою своєю суттю, мають потребу в постійному спілкуванні між певною частиною суспільства і тими, кого вони представляють. Такий діалог можна визначити як комунікативний процес, що впливає на характер відносин між представниками влади і підданими. У тій або іншій формі подібний діалог існує за недемократичних режимів і





покликаний гарантувати визнання панування діючої влади. Так чи інакше, і за демократичних, і за недемократичних режимів ЗМІ складають один із найважливіших компонентів у взаємодії між керуючою та керованою сторонами, є показником громадянського суспільства.

Усі політичні процеси, передусім демократичні, можна розглядати як двосторонній обмін інформацією: виборці передають обранцям свої побажання, вимоги, думки і висловлюють підтримку, а ті приймають ці “послання”, засвоюють, переробляють і створюють уже свої власні у формі декларацій і політичних рішень.

Вивчаючи політичну роль засобів масової інформації, необхідно розрізнити періоди виборчих кампаній, коли зростає інтенсивність використання мас-медіа політичними структурами, і час між виборами, коли у відносинах між двома інститутами панує відносний спокій [7, с. 25]. У виборчих кампаніях політичні структури широко послуговуються засобами масової інформації, насамперед із метою передвиборної агітації. Одночасно вони прагнуть жорсткіше контролювати всякого роду інформацію, оскільки ЗМІ можуть прямо впливати на результати виборів.

Передвиборча агітація в останні роки набула надзвичайної політичної й інформаційної важливості. Дедалі різноманітнішими стають і самі засоби інформації. Оскільки велика частина виборців визначає свої електоральні переваги ще до початку виборчої кампанії, особливо важливою стає роль ЗМІ в період між виборами. У цей час політики вільні від необхідності забезпечувати постійну підтримку виборців, а контроль над засобами масової інформації значно слабшає, порівняно з періодом виборів. При цьому змінюється і співвідношення та функції засобів масової інформації – їх вплив виявляється в інших сферах: задоволенні комунікативних потреб населення, формуванні “суспільного порядку денного”, створення образу політичної реальності.

Політичний вплив засобів інформації полягає в їх здатності задовольняти комунікативні потреби населення. Що цінніша інформація, надана мас-медіа, то більшого значення набуває засіб масової інформації, підсилюються його політичні позиції, поглиблюється залежність від нього “споживачів”. Ця теза виводиться з теоретичної концепції “задоволення потреб”, яка стверджує, що різні моделі сприйняття і використання за-

собів масової інформації формуються відповідно до комунікативних потреб населення і того, як воно оцінює здатність мас-медіа задовольняти їх запити.

Соціологічні дослідження стверджують: психологічна сприйнятливість українського суспільства та українських політиків досить висока [5; 7]. Неформальний обмін інформацією між представниками різних політичних структур і журналістами служить важливим комунікативним каналом, тому що журналісти не тільки одержують робочий матеріал від політичних діячів, але й, у свою чергу, забезпечують їх інформацією, добутою з інших джерел.

Багато політиків-початківців змушені “загравати” із журналістами, щоб домогтися уваги преси або телебачення, а за відсутності альтернативних джерел інформації змушені спиратися на відомості, отримані від “своїх” журналістів. Політичний діяч мусить боротися за своїх прихильників. Коли засоби масової інформації часто звертають увагу на певного кандидата, то це може забезпечити йому суспільне визнання, що, зрештою, вплине як на результати виборів, так і на його політичний статус. Рецепт загальновідомий: що частіше претендент на яку-небудь посаду з’являється на телеекрані, то більше в нього шансів бути обраним, тому політики з потроєною енергією прагнуть стати перед мікрофонами і телекамерами [2].

Варто відзначити, що, незважаючи на постійне збільшення каналів трансляції, політичні діячі повинні докладати певних зусиль, аби домогтися представництва на телебаченні. Виникнення нових каналів підвищило ймовірність появи того чи того політика на телеекрані, але, на відміну від досвіду минулих років, для створення привабливого іміджу йому необхідно брати участь у передачах не одного, а кількох телеканалів, до того ж – найбільш рейтингових. Звідси випливає, що залежність політичних діячів від окремих засобів інформації невелика, але в цілому вона досить серйозна.

Останнім часом у процесі задоволення комунікативних потреб населення намітилася така тенденція, як готовність політичних діячів поводитися відповідно до установок різних ЗМІ (велика частина депутатів з’являється в будь-яких програмах, дає інтерв’ю за першої ж нагоди, говорить і поводить відповідно до побажань журналістів, і все це тільки заради того, щоб їм був гарантований екранний час або газетна площа).





Український електорат дуже чутливий до матеріалів, поданих у засобах масової інформації, особливо на радіо й телебаченні, адже “у більшості випадків мас-медіа не можуть диктувати людям, що думати, хоча вони вміло підказують їм, про що думати”. Очевидно, гострота реагування політичних структур на виступи ЗМІ співвідноситься в першу чергу з високою оцінкою їх здатності впливати на суспільну думку. І ширша сфера дії засобів масової інформації забезпечує їм більший вплив, а отже, доволі настійно політичні структури прагнуть контролювати мас-медіа. Навпаки, вужче поле діяльності інформаційних засобів зумовлює слабшу потребу реагувати на них з боку політичних структур. Віра ЗМІ в силу їх впливу надзвичайно велика, але насправді порядок денний суспільства вони формують незначною мірою.

У рамках розглянутої концепції, спробу контролю за інформацією (цензуру) можна розглядати як протистояння груп, що представляють інтереси різних політичних сил, з одного боку, і засобів інформації – з іншого, за визначення тематики суспільних дискусій. Картина стає особливо складною, коли відкриваються внутрішні розбіжності в самій політичній структурі з приводу того, яку інформацію допустити або не допустити до публікації. У цьому випадку ЗМІ іноді виявляються в центрі боротьби між різними групами інтересів і перетворюються в мішень для критичних стріл з боку груп, що програли. Варто враховувати те, що критика на адресу засобів масової інформації не завжди стосується суті справи. Найчастіше причина критичних виступів пов'язана з невдачею певних політичних фігур у торгах за встановлення ключових тем “порядку денного” суспільства.

Пряма трансляція з Верховної Ради тільки підкреслює і збільшує наслідки втручання засобів масової інформації в порядок роботи цього представницького органу. Тут Україна не відрізняється від західних демократій, де прийнято транслювати по телебаченню парламентські дискусії. Такі передачі зменшують політичний тиск на канали трансляції ще й тому, що кожному депутатові надається рівна можливість з'явитися на екранах телевізорів. Таким чином, сьогодні немає нічого дивного в тому, що багато депутатів мають звичку просити слова, аби померехтіти на блакитнім екрані.

Беручи до уваги те, що мас-медіа забезпечують суспільство здебільшого інформацією про політичні структури, неважко зрозумі-

ти, що саме вони формують уявлення про ці структури, іншими словами, створюють “образ політичної реальності”, або ж “малюють картини в головах глядачів”. Незалежно від того, відповідають вони реальності чи є оманливими, сам факт впливу на суспільну думку не викликає сумніву.

В Україні, як і в багатьох інших країнах світу, відбувається процес “деромантизації” політичних структур. Урядові органи вже не настільки віддалені від суспільства дистанцією не досяжності, як раніше, і не мають беззастережний авторитет та привілей усемогутності. ЗМІ зривають з політичних лідерів урочисті покрови і роблять їх об'єктом всенародного обговорення. Верховна Рада, що раніше вважалася найбільш шанованим інститутом України, постала перед суспільством як гніздо інтриги і підступу. У свідомості громадян виникла якась нова політична реальність, безумовно, менш приваблива, ніж колись.

Зростаюча присутність на політичній арені ЗМІ дає суспільству все більш різноманітні можливості стежити за подіями, що відбуваються. Прийняття рішень, які впливають на долю кожного громадянина, вже не є перевагою невеликої групи політиків. Діяльність ЗМІ дозволяє суспільству з близької відстані спостерігати за дискусіями в парламенті, засіданнями уряду, взаєминами між різними секторами економіки тощо. Подібні спостереження формують відношення причетності кожного члена суспільства до поточного політичного процесу. Крім того, засоби масової інформації служать агентами соціалізації, адже саме вони знайомлять громадян із нормами та принципами демократичного ладу. Оприлюднення ЗМІ всіх фактів, що стосуються діяльності політичних структур, знімає з політичних процесів не тільки ореол святості, але і статус надмірної таємності. Відзначена тенденція призводить до змін у характері діяльності уряду, руйнує традиційну дипломатію і підриває сформовану систему статусів.

Тому, на нашу думку, для формування в громадян політичної та правової культури необхідний постійний потік інформації про політичні процеси, і вона вже стає доступною для суспільства з кількох причин:

- внутрішня конкуренція між засобами масової інформації, коли постійно кожен із них співпрацює з політичними структурами з метою одержання ексклюзивної інформації; це породжує інформованість;

- внутрішні розбіжності та напруженість у політичних структурах, нездатність



регулюючих механізмів послабити їх перетворюють засоби масової інформації на альтернативні канали рішення внутрішньоструктурних конфліктів. Відомі випадки, коли внутрішньопартійні і навіть внутрішньоурядові розбіжності вирішувалися завдяки впливу ЗМІ, оскільки учасники не могли прийти до позитивного рішення проблеми в рамках існуючих процедур;

- розвиток нових технологій, насамперед у сфері теле- і радіомовлення, дозволяє вести багато передач у прямому ефірі. ЗМІ стають сценою, на якій розгортається політична дія – вирішуються кризи, ведуться переговори, відбуваються суспільні протести. Ці нові “арени” впливають на самі події. Крім того, засоби масової інформації можуть навіть поглибити існуюче політичне суперництво, тому що в ході репортажу іноді перебільшують гостроту конфлікту, підсилюють його драматизм, аби матеріал був цікавішим для глядача і слухача. Надлишок інформації, що отримують громадяни, утруднює процес сприймання реальних подій, може викривляти інформаційний потік і призводити до несподіваних результатів. Наприклад, наслідком надлишкової уваги до конфліктів у політичних структурах може стати реакція у вигляді негативної оцінки демократії в цілому, що не виключає виникнення сумнівів у доцільності (або висновку про доцільність) заміни демократії іншою системою влади (не виключаючи тоталітарної), що нібито гарантуватиме стабільність і безконфліктний розвиток. У свідомості політиків так само компонується перевернена картина, особливо якщо нема додаткових (альтернативних) джерел інформації: на телеекрані будь-який суспільний або політичний протест виглядає гострішим, ніж є насправді.

Отже, засоби масової інформації – це один з головних засобів впливу діючої влади на формування громадської думки – специфічного стану суспільної свідомості, який містить приховане чи реальне ставлення різних соціальних спільнот до подій, фактів, процесів соціальної дійсності, включаючи політичну діяльність. Громадська думка фіксує насамперед сприйняття дійсності через призму масової свідомості. У ній віддзеркалюються і спільні, і специфічні інтереси класів, національних, професійних, духовних та інших груп, у цілому суб'єктів політичного

процесу. Громадська думка, як політичний інститут, бере участь у здійсненні влади. Це важливий механізм прийняття політичних рішень на всіх рівнях [5].

Оскільки громадська думка виступає знаряддям політики, то її формування є сферою боротьби за владу, яка і генерує політичну систему. Крім того, в демократичному суспільстві засоби масової інформації забезпечують важливі права громадян: право на отримання інформації; право на свободу висловлювати думки та ідеї – зокрема й громадянам, що входять до складу меншості (опозиції) тощо. У демократичній державі право приймати рішення має більшість, тому публічна дискусія дає можливість висловитися приватним особам та організованій меншості, опозиційним партіям – усім тим, хто думає по-іншому, і все-таки, опосередковано чи прямо, впливати на формування рішення. Вони можуть критикувати більшість, що знаходиться при владі, переконувати слухачів і читачів у своїй рації. Це є ефективним інструментом механізму демократичного правління, який безпосередньо впливає на формування типу політичної системи.

Література

1. Аляев Г. Є. Політологія / Г. Є. Аляев. – Полтава: АСМІ, 2008.
2. Барбур Иен. Етика в век технологи / И. Барбур. – М.: Библ. Богосл. ин-т. св. апост. Андрея, 2001.
3. Басовский Л. Е. Маркетинг / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА, 1999.
4. Ворона П. В. Місцеве самоврядування і політичні партії в Україні: [монографія] / П. В. Ворона. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2008. – 184 с.
5. Крысько В. Г. Словарь-справочник по социальной психологии / В. Г. Крысько. – СПб.: ПИТЕР, 2003.
6. Матеріали з'їзду комуністів – депутатів рад України: [за ред. П. М. Симоненка]. – К.: Преса України, 2001. – 42 с.
7. Мучник А. М. Засоби масової інформації і політика // V Всеукраїнська науково-практична конференція “Інноваційний розвиток середовища життєдіяльності людини”. 24–25 квітня 2008 р. / А. М. Мучник. – Полтава: ПІЕП, 2008.
8. Форми та методи залучення громадськості: [навч. посіб.] / Інститут громадянського суспільства; [за заг. ред. В. Артеменка]. – К.: ІКЦ “Леста”, 2007. – 240 с.

