

УДК 32.019.51: 316.77

<https://doi.org/10.34142/24130060.2021.22.1.04>

РОЛЬ ЗМК У ПРОЦЕСАХ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Ю. С. Дібікова

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

У статті проаналізовано місце і роль засобів масової комунікації (мас-медіа) у процесах формування та становлення громадянського суспільства. Розкривається потенціал ЗМК щодо опосередкування конструктивного діалогу між різними групами суспільства з метою підтримки їхньої єдності та консолідації, залучення громадян до громадського сектору.

Зосереджено увагу на тих аспектах функціонування української медіасфери, які варто врахувати при аналізі сучасного етапу розбудови громадянського суспільства в Україні. Зазначено, що мас-медіа є дієвим та ефективним інститутом та інструментом розбудови та становлення громадянського суспільства. Робиться висновок про необхідність впровадження певних заходів, які можуть позитивно вплинути на функціонування всієї української медіасфери.

Ключові слова: громадянське суспільство, засоби масової комунікації, ЗМК, медіасфера, громадська думка.

РОЛЬ СМК В ПРОЦЕССАХ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Ю. С. Дибикова

В статье проанализированы место и роль средств массовой коммуникации (масс-медиа) в процессах формирования и становления гражданского общества. Раскрывается потенциал СМК как посредника в создании конструктивного диалога между разными группами общества с целью поддержания их единства и консолидации, вовлечения граждан в общественный сектор.

Сосредоточено внимание на тех аспектах функционирования украинской медиасферы, которые следует учесть при анализе современного этапа развития гражданского общества в Украине. Отмечено, что масс-медиа является действенным и эффективным институтом и инструментом развития и становления гражданского общества. Делается вывод о необходимости внедрения определенных мер, которые могут положительно повлиять на функционирование всей украинской медиасферы.

Ключевые слова: гражданское общество, средства массовой коммуникации, ЗМК, медиасфера, общественное мнение.

THE ROLE OF THE MASS MEDIA IN THE FORMATION OF CIVIL SOCIETY: PROBLEMS AND TENDENCIES

Y. Dibikova

The article analyzes the place and role of the mass media (mass media) in the formation and development of civil society. It is noticed that the modern stage of development of society is characterized by the intensification of the principles of the mediatization of political reality, the actualization of the role of symbolic and information exchanges in the sociopolitical space, the strengthening of the influence of mass information and communication flows and, in particular, the influence of mass communication on the deployment of all political and social processes. Thus, there is a need for a conceptual understanding of information and communication factors in the formation and implementation of the principles of civil society in Ukraine. The potential of mass media is revealed in terms of mediating a constructive dialogue between different groups of society to maintain their unity and consolidation, also to attract citizens to the public sector. It is noted that the mass media appear as the most important component of civil society, constructing an active information and communication field, in which there are equal opportunities for all partners. The mutual responsibility of relations is ensured as well as openness and publicity of interaction between the parties and a functional balance between the interests of the state and society.

The main reasons for mistrust in the media are revealed: they are unreliability and bias of news, nationalization, and commercialization of mass media, increased requirements of citizens to the compliance with journalistic standards in matters related to social problems; to media discourse that promotes/does not contribute to a decrease in the level of conflict in Ukrainian society; to the ability of mass media to adequately explain the crisis, its scale and social consequences, the low level of trust in media owners, as well as the growing level of media literacy of the population.

It is noticed that mass media is an efficient and effective institution and tool for the development and formation of civil society. It is concluded that it is necessary to pass certain measures that can positively affect the functioning of the entire Ukrainian media sphere.

Key words: civil society, mass media, media sphere, public opinion.

Постановка проблеми. Актуальність наукової проблематики статті зумовлена тим, що сучасний етап розвитку суспільства характеризується інтенсифікацією принципів медіатизації політичної дійсності, актуалізацією ролі символічних та інформаційних обмінів у соціополітичному просторі, посиленням впливу масових інформаційно-комунікативних потоків і, зокрема, засобів масової комунікації на розгортання всіх політичних і соціальних процесів. Відповідно, існує потреба концептуального осмислення інформаційно-комунікативних чинників формування та реалізації принципів громадянського суспільства в Україні, що у подальшому сприяло би

оптимізації розвитку політичної теорії у контексті узгодження з емпіричними дослідженнями та практичними завданнями державотворення.

Аналіз актуальних досліджень. У сучасному науковому дискурсі проблематика досліджень громадянського суспільства визначається поліваріантістю і міждисциплінарністю наукових розвідок, адже можна виокремити філософський, соціологічний, психологічний, соціально-психологічний, психолого-педагогічний та інші аспекти громадянського суспільства. Витоки ідей громадянського суспільства зустрічаються ще в працях давньогрецьких мислителів. Але справжній інтерес до концепту громадянського суспільства виник під час політичних трансформацій у країнах Центральної та Східної Європи наприкінці 80-х років XX століття. Так, на думку В. А Гелстона важливими факторами, які стимулювали науковий інтерес до категорії громадянського суспільства, стали: поява нових недержавних організацій-форумів для обговорення питань транснаціонального значення; підвищення політичної ролі громадських об'єднань у питаннях критики надмірностей як з боку держави, так і ринку; поглиблення занепокоєності індустріалізованого світу у слабкості традиційних джерел соціалізації, солідарності та активного громадянства (Gelston, 2005). Як наслідок, теоретична концептуалізація громадянського суспільства, визначення його сутності, функцій, можливостей впливу на розвиток політичної системи стала мейнстрімом політичних досліджень того часу. Цінний внесок у розробку концепту громадянського суспільства належить Дж. Александеру, А. Арато, З. Бжезинському, Н. Боббію, Ю. Габермасу, В. Гелстону, Дж. Кіну, Дж. Коену, В. Меркелю, Р. Патнему, Ф. Шміттеру та ін.

Метою статті є виявлення характеру та специфіки впливу засобів масової комунікації (мас-медіа) на процеси формування та становлення громадянського суспільства.

Виклад основного матеріалу. В українському науковому полі також існує значний інтерес вчених і громадськості до проблеми формування в

Україні інститутів громадянського суспільства, їх місця і ролі в механізмі реалізації прав і свобод людини і громадянина. Так, дослідженню різних аспектів громадянського суспільства присвячують свої праці В. Андрущенко, О. Бабкіна, М. Бойчук, А. Карась, А. Колодій, С. Кириченко, О. Корнієвський, І. Кресіна, Ю. Левенець, П. Манжола, М. Михальченко, О. Проценко, О. Скрипнюк, Ф. Рудич, О. Чувардинський, Ю. Шайгородський, В. Якушик та ін. Отже, у XXI ст. поняття «громадянське суспільство» стало одним із найуживаніших у промовах і наукових працях як практиків, так і теоретиків політичного процесу. Але, незважаючи на це, громадянське суспільство – це складна понятійна категорія, яка потребує постійної наукової рефлексії.

Однією з особливостей концепту громадянського суспільства є неоднозначність його наукового трактування. Як правило, визнається, що підґрунтя громадянського суспільства створює сфера самовияву вільних індивідів, асоціацій та організацій громадян, які добровільно сформувалися і захищені законом від втручання органів державної влади. Відповідно, саме громадянське суспільство в умовах демократизації суспільного життя здатне здійснювати посередництво між правлячою елітою і населенням, сприяти формуванню інтеграційних зв'язків в системі «держава – громадянин», адже без суспільної підтримки держава не здатна в повній мірі проводити політичні та економічні реформи та реалізовувати свої базові функції. Водночас, вже зараз чітко простежуються тенденції участі та зростаючої ролі інститутів громадянського суспільства, що все більше зміцнюють свої позиції в механізмі реалізації фундаментальних принципів демократизації українського соціуму. Так, наприклад, за звітом «Індекс сталості організацій громадянського суспільства» (Civil Society Organisations Sustainability Index – CSOSI) Україна у своєму субрегіоні, до якого також входять країни пострадянського ареалу – Білорусь, Росія, Молдова, Грузія, Азербайджан та Вірменія, – залишається країною із найвищою сталістю ОГС, що дорівнює 3.2 у проміжку між 7 та 1 балів, де 1 – найвищий бал. У порівнянні з 2018

роком показник Індексу сталості організацій громадянського суспільства в Україні підвищився, хоча й на доволі невеликий показник – 0,1 (Gromadskij prostir, 2020).

Як відзначила під час презентації Індексу менеджерка проекту в Україні Валерія Скворцова, показник сталості підвищувався з самого початку проведення дослідження, і на сьогодні, на рівні з 2017 роком, ми маємо найкращі умови розвитку ОГС за весь період оцінки (Gromadskij prostir, 2020). За її словами, показники, за якими ситуація в Україні за 2019 рік поліпшилась, це правове середовище, організаційна спроможність та фінансова стійкість. Решта із семи критеріїв, за якими проводиться загальний розрахунок Індексу (здатність досягати системних змін на рівні політик, надання послуг, секторальна інфраструктура та публічний імідж) залишилися без особливих змін (Gromadskij prostir, 2020).

Відповідно, громадському сектору необхідно й надалі налагоджувати зовнішню комунікацію та максимально активно інформувати українське суспільство та міжнародних партнерів про свою діяльність, покращувати публічний імідж, сприяти розвитку громадянської свідомості та залученню громадян до суспільного життя. Адже, громадянське суспільство є, перш за все, сферою медіації між особою, громадськістю та державою. За таких умов особливого значення набувають різноманітні інформаційно-комунікативні потоки та обміни, механізми їх створення, спрямування та транслявання. Відповідно, засоби масової комунікації (ЗМК) постають як найважливіший компонент громадянського суспільства, що конструє активне інформаційно-комунікативне поле, в якому існують рівні можливості для всіх партнерів, забезпечується взаємовідповідальність відносин; відкритість та публічність взаємодії між сторонами та функціональний баланс між інтересами держави та громади.

Зауважимо, що сучасні засоби масової комунікації внаслідок упорядкованого, інституціонально-організаційного характеру символічного відтворення певних атрибутів політичної реальності визначають ставлення

індивідів до неї і таким чином опосередковують змістовне, смислове наповнення масово-комунікативної взаємодії. Відповідно, мас-медійна інфраструктура це не просто сукупність технічних засобів для збору, аналізу і поширення інформації, а ефективний інструмент виробництва системи інтерпретації подій та явищ, що задає певні смислові координати організації та реалізації масових інформаційно-комунікативних процесів.

У зв'язку з цим доцільно застосувати термін «засоби масової комунікації» (ЗМК), а не «засоби масової інформації» (ЗМІ). Адже, незважаючи на те, що термін ЗМК відносно новий (початок вживання цього терміна в офіційних документах пов'язаний з його включенням до преамбули статуту Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) у 1946 році), він, на відміну від терміна ЗМІ, відображає не тільки функцію інформування населення, але і функції формування зв'язків і взаємовідносин між різними суб'єктами соціополітичного простору, які реалізується на підґрунті масово-комунікаційної діяльності.

Отже, виходячи з того, що громадянське суспільство сприяє створенню особистості особливого типу, якій притаманні автономія від соціуму і від держави, і в той же час – здібність конструктивно спілкуватися з іншими, досягати консенсусу, співпрацювати, реалізувати практики соціального партнерства, то здатність ЗМК до генерування інформаційних потоків і обмінів та створення «сфери спілкування, взаємодії, самоорганізації й самоврядування вільних індивідів» є конститутивною умовою його існування. Дійсно, завдяки відкритості, оперативності у формулюванні оцінок, позицій та смислових дискурсів, широким можливостям відображати та репрезентувати інтереси і потреби найрізноманітніших груп і верств населення, мас-медіа опосередковують та впливають на відносини між державою, особою та громадськістю, формулюють і презентують громадську думку та є фактично передавачем інформації від держави до суспільства, і, навпаки, – від суспільства до держави. Окрім цього, під час посиленої інформатизації та медіатизації соціополітичного простору ЗМК відіграють

особливу роль у налаштуванні інформаційно-комунікативних обмінів і діалогу між різними силами суспільств з метою підтримки його єдності та консолідації, що є найважливішим чинником постійного розвитку країн у складних умовах сучасної світової кризи.

Звісно, що актуалізація ролі ЗМК у всіх суспільно-політичних процесах залежить від охоплення населення різними видами комунікації, як у кількісному, так і якісному вимірах. І якщо кількісне охоплення українців різними ЗМК є майже абсолютним, то ставлення населення до мас-медіа у цілому та структура споживання різних типів медіа є досить варіативним фактором, що залежить від історичного контексту. Так, у сучасних умовах простежуються цікаві тенденції використання мас-медійної продукції, що викликано певними подіями у світі, зокрема пандемією. Наприклад, тренд постійного зниження довіри, який спостерігався у різні роки змінився у 2018 році і за результатами щорічного дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ у 2018 р.» зафіксовано збільшення довіри до всіх типів ЗМІ – як до т.зв. традиційних – телебачення, преса, радіо – так і до онлайн-медіа, як до загальнонаціональних, так і до регіональних (Ishenko, 2018). А вже у 2020 році результати того ж дослідження констатують накопичення недовіри і сумнівів майже до всіх джерел мас-медіа у цілому та, зокрема, до новин, пов'язаних з темою коронавірусу (USAID, 2020). І якщо спочатку був сплеск інтересу і підвищений обсяг споживання новин про коронавірус у перші місяці введення карантину, то на сьогодні спостерігається тенденція до зменшення споживання новин із усього інформаційного простору. Серед причин такого стану – велика кількість інформації, яку респонденти не можуть усвідомити/перевірити, що призводить до втоми і сумнівів у об'єктивності цих новин, а також перенасиченість негативною інформацією (USAID, 2020). Взагалі у 2020 році відновився тренд зниження рівня довіри до всіх засобів масової комунікації. Так, за даними досліджень, найбільше у 2020 році втратили довіру аудиторії національні телеканали. Водночас регіональні інтернет-видання та радіо

зміцнили свої позиції – ці медіа цього року стали більше представляти різні точки зору при висвітленні новин (USAID, 2020).

Основними причинами недовіри до медіа залишаються недостовірність та заангажованість новин, одержавлення та комерціалізація ЗМК, підвищені вимоги громадян до стану дотримання журналістських стандартів у матеріалах, які стосуються соціальних проблем; до медійного дискурсу, який сприяє/не сприяє зниженню рівня конфліктності в українському суспільстві; до здатності ЗМК адекватно пояснювати кризу, її масштаб та соціальні наслідки, низький рівень довіри до медіавласників, знання про економічну кон'юнктуру української медіасфери, а також зростаючий рівень медіаграмотності населення. Так, у 2020 році аудиторія стала більше звертати увагу на джерело походження новин (35%) та представлення різних точок зору (32%), все менше споживачі схильні довіряти так званим «улюбленим» ЗМІ (20%) (USAID, 2020). Головні вимоги, які аудиторія ставить до новин – достовірність та повнота. У порівнянні із 2019 роком значно збільшилась доля тих, хто вважає точність найважливішим критерієм. Обізнаність щодо існування замовних матеріалів зростає рік у рік, проте із засиллям такої інформації аудиторії стає все важче розрізняти такий контент. Про існування дезінформації у ЗМІ відомо 77% аудиторії, проте більшість тих, хто знає про їх існування, не вважають, що проблема є актуальною (58%) (USAID, 2020).

Отже, недостатньо високий професійний рівень культури інформаційного виробництва, надмірна політизованість та упередженість багатьох засобів масової комунікації призводять до їхньої дискредитації серед громадськості. Проте ЗМК повинні виступати тим медіумом-посередником, який якраз і здійснює зв'язок поміж державою та суспільством. Тобто, саме незалежні ЗМК є важливим інструментом формування компетентної суспільної думки, засобом впливу на процеси мобілізації та згуртування громадськості навколо ідей громадянського суспільства та демократичних цінностей.

Однак на сьогодні існує чимало проблем щодо розвитку незалежних мас-медіа, серед яких Дж. Кін виділяє такі:

1. Скрутне фінансове становище ЗМК негативно відображається на якості програм та становить під загрозу саму «громадськість».

2. Втрата незалежності ЗМК, адже вони часто працюють на чийсь індивідуальний приватницький інтерес.

3. Проблеми з легітимністю. Громадські ЗМК втрачають підтримку і довіру самих членів суспільства через упередження щодо неможливості задовольнити смаки різних категорій громадян у рівній мірі.

4. Психологічні зміни. ЗМК конкурують з приватними медіа-компаніями у багатоканальному середовищі (Kin, 2000).

Звісно, що намагаючись інтегруватися в європейську спільноту, українська держава взяла на себе зобов'язання з реалізації європейських та світових медіа-трендів: захищати права людини та свободу слова в Інтернеті, боротися з «мовою ненависті» та інформаційною агресією, сприяти розвитку нових конвергентних медіа, поширювати медіа-грамотність, ухвалити сучасне мультимедійне законодавство, завершити створення системи суспільного мовлення, запроваджувати цифрове мовлення, сприяти саморегулюванню в медіасфері. Але з цих напрямів реалізовано лише декілька. Адже, загалом тенденції розвитку мас-медіа так чи інакше пов'язані як зі збільшення їхньої власної економічної ефективності, так і з загальними суспільно-політичними процесами, що відбуваються на певному етапі суспільного розвитку.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, український феномен ролі та значення ЗМК в розбудові громадянського суспільства полягає в тому, що, з одного боку, мас-медіа є дієвим та ефективним інститутом та інструментом розбудови та становлення громадянського суспільства, а з іншого, – діяльність більшості засобів масової комунікації реалізується через деструктивну журналістську позицію, а саме через провокування напруження, гострих політичних конфліктів,

відстоювання інтересів медіавласників та окремих суб'єктів політики — лідерів, політичних партій, груп інтересів, чії потреби, як правило, не сумісні з інтересами більшості громадян. А окрім цього, на рівні державного управління реалізується стратегія, так званого «інформаційного володіння», коли підтримується лише провладна інформаційна політика.

У цьому контексті актуалізується необхідність впровадження певних заходів, які можуть позитивно вплинути на функціонування всієї медіасфери. Для цього необхідно вдосконалювати інформаційне законодавство, розробити стратегію розвитку інформаційної сфери, розробити і прийняти Інформаційний кодекс України, який чітко визначить коло суб'єктів інформаційних відносин, максимально врахує їхні права та законні інтереси, забезпечить єдині підходи й принципи до регламентації відносин в інформаційному просторі, а також дасть визначення низці термінів в інформаційній сфері, насамперед тих, що стосуються інформаційної війни та безпеки; посилювати вимоги до якості інформаційного продукту, підтримувати програми, спрямовані на підвищення консолідації суспільства і підтримку його цінностей тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гелстон, В. А., 2005. Громадянське суспільство й «мистецтво об'єднань». В: О. Проценко, ред. *Демократія: антологія*. Київ: Смолоскип. с. 861–866.
2. Громадський простір, 2020. *Індекс сталості ОГС-2019: Україна демонструє стале зростання*. [online] (Останнє оновлення 19 Листопад 2020) Доступно: <https://www.prostir.ua/?news=indeks-stalosti-ohs-2019-ukrajina-demonstruje-stale-zrostannya> [Дата звернення 5 Березень 2021].
3. Іщенко, Н., 2018 *Чому українці повірили ЗМІ*. [online] (Останнє оновлення 7 Вересень, 2018) Доступно: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/chomu-ukrayinci-poviryly-zmi> — [Дата звернення 5 Березень 2021].
4. Кін, Дж. 2000. *Громадянське суспільство. Старі образи, нове бачення*. Київ: К.І.С. — АНОД. [online] Доступно:

REFERENCES

1. Gelston, V. A., 2005. *Gromadyanske suspilstvo j «mistectvo ob'yednan»*. V: O. Procenko, red. *Demokratiya: antologiya*. Kiyiv: Smoloskip. s. 861–866.
2. Gromadskij prostir, 2020. *Indeks stalosti OGS-2019: Ukrayina demonstruye stale zrostannya*. [online] (Ostannye onovlennya 19 Listopad 2020) Dostupno: <https://www.prostir.ua/?news=indeks-stalosti-ohs-2019-ukrajina-demonstruje-stale-zrostannya> [Data zvernennya 5 Berezen 2021].
3. Ishenko, N., 2018 *Chomu ukrayinci povirili ZMI*. [online] (Ostannye onovlennya 7 Veresen, 2018) Dostupno: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/chomu-ukrayinci-poviryly-zmi> — [Data zvernennya 5 Berezen 2021].
4. Kin, Dzh. 2000. *Gromadyanske suspilstvo. Stari obrazi, nove bachennya*. Kiyiv: K.I.S. — ANOD. [online] Dostupno: <https://day.kyiv.ua> [Data zvernennya 5 Berezen 2021].

- <https://day.kyiv.ua> [Дата звернення 5 Березень 2021].
5. USAID, 2020. *Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.* [online] Доступно: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf> [Дата звернення 5 Березень 2021].
5. USAID, 2020. *Shorichne opituvannya USAID-Internews «Stavlennya naselennya do ZMI ta spozhivannya riznih tipiv media u 2020 r.* [online] Dostupno: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf> [Data zvernennya 5 Berezen 2021].

Інформація про автора

Дібікова Юлія Сергіївна – кандидат політичних наук, доцент кафедри політології, соціології і культурології Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди; e-mail: krasnokua@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4963-5707>.

Стаття надійшла до редакції: 05.04.2021

Прийнята до друку: 19.04.2021