

3. Дідик Ю. С., Львович О. М. Дистанційне навчання. Рекомендаційний бібліографічний покажчик. К.: *Державна бібліотека України для юнацтва*, 2006. 23 с.

**УДК 32.019.51:654.19**

**ВЗАЄМИНИ ДЕРЖАВИ І ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.  
ПРЕТЕНЗІЇ НАСЕЛЕННЯ ДО ЗМІ**

*Коленко В. В., аспірантка  
навчально-науково-виробничого центру  
Національний університет цивільного захисту України*

З усіх гілок влади "четверта" найменше інституалізована і має найкоротшу історію. У розвинених країнах Заходу взаємодія влади і ЗМІ заснована на двох принципах: невтручання державної влади в діяльність ЗМІ, в процесі регулювання їх діяльності; і колегіальність органів, що ведуть таке регулювання, з урахуванням максимально великої частини політичних і соціальних сторін. З цих принципів виходить, що ЗМІ є не інститутом влади, а інститутом суспільства, покликаним представляти інтереси суспільства, його запити, контролювати владу і тим сприяти загальнонаціональному розвитку.

Проте інформація - це передусім бізнес. Відповідно до "четвертої" влади необхідно постійно дотримувати баланс, служачи суспільству, а також виконувати негласні правила взаємин з державою. Ці взаємини можуть носити різний характер.

Принципи діяльності ЗМІ в країнах Заходу орієнтуються на легальні стереотипи і твердо дотримуються меж політкоректності. Органи самоконтролю західних ЗМІ досягли такого рівня самоцензури, який був би неможливий у разі прямого контролю держави.

А в якому стані сьогодні знаходяться вітчизняні ЗМІ і в яких вони взаєминах з державою? Яку модель виражають масмедиа, вітчизняні ЗМІ, які типи ЗМІ представлені в країні, і в якому співвідношенні знаходяться рівні мовлення?

Передусім відмітимо, що головним медіаджерелом в країні є телебачення. Сталося це через кращу оперативність, різноманітність, охоплення аудиторії і відчуття безкоштовності інформації. Центральна і місцева преса, радіо і Інтернет програють ТБ за цими показниками.

Звичайно, на центральних ТБ каналах існує самоконтроль на певні політичні теми. Канали демонструють певну політичну лояльність, але практично не вносять вклад у формування культурного простору країни. В умовах домінування державних каналів саме на них має бути покладене завдання об'єднання суспільства, вироблення загальних національних цінностей. Це завдання надзвичайно важке.

Центральне телебачення є державним в інформаційному аспекті, комерційним в розважальному жанрі, але не є громадським, тобто не виражає інтереси суспільства, що повинно бути спочатку йому властиво.

Фактично преса сьогодні є не об'єктом вираження громадських викликів, а товаром на інформаційному ринку. Але і на ринку доступ до цього товару нерівний. Чи можлива сьогодні реально незалежна преса? Як вважають більшість редакторів газет, це неможливо, оскільки головна умова такої незалежності фінансова незалежність преси. Але для фінансової незалежності газети мають бути рентабельні.

Отже, взаємини держави і ЗМІ далекі від конструктивних і позитивно побудованих. Держава справедливо пред'являє претензії ЗМІ в

тому, що вони, з одного боку, не виражають громадських запитів і, з іншою, - відмовилися від завдання формування національних цінностей. В той же час держава не формує запит на такі завдання, а ЗМІ не в змозі їх сформулювати. Сьогодні ТБ, виражаючи лояльність влади, по суті діє як суб'єкт ринку, орієнтуючись виключно на рейтинги, комерційну діяльність при домінуванні розважальної складової ефірного простору.

Говорячи про претензії суспільства до ЗМІ, до того змісту, яким зайнятий медіапростір, тут слід сказати декілька слів про рейтингову міфологію. Навіть не ставлячи під сумнів методику отримання цих рейтингів, потрібно згадати про таке поняття, як меню. Якщо ви постійно отримуєте інформаційну пропозицію, що складається з низькоякісного матеріалу, ви мимоволі робите вибір з того, що є. Відповідно високий рейтинг отримують і ті матеріали, які за наявності якіснішого меню не мали б високого місця в рейтингу. Іншими словами, суть не в рейтингах, а в принциповому формуванні інформаційної пропозиції.

Виникає цікава ситуація: влада вимагає від ЗМІ змін, суспільство пред'являє претензії, але ЗМІ уперто продовжують дотримуватися своєї лінії, немов не чувши претензій, що пред'являються. Частково, ймовірно, так воно і є. По-перше, на телебаченні, очевидно, переважає певний клановий світогляд, змінити яке украй складно. По-друге, як вже говорилося, громадські запити суспільства міряються виключно телерейтингами як істиною в останній інстанції. По-третє, запити від держави ще не сформульовані і не дають ЗМІ відчуття катастрофічності ситуації. Це можна проілюструвати прикладом того, що суспільство не дуже розуміє, чи є який-небудь контроль над ЗМІ з боку держави або ні.

Мало того, що в суспільстві немає чіткої єдиної думки про те, піддаються або немає ЗМІ державній цензурі. Це дійсно важко зрозуміти, оскільки, з одного боку, певна інформаційна фільтрація очевидна, а з іншої - ми постійно бачимо матеріали, по яких цензура явно плаче, але дістати не

може. У цій ситуації не те, що суспільству - експертам важко зрозуміти істинну картину. У суспільстві немає розуміння і того, чи є взагалі цензура в країні або ні.

Сьогодні перед країною і народом стоять завдання, що стільки не відкладаються є життєво найважливішими, і вирішити їх можна лише "нездоланною силою натиску". Але для цього необхідно пробудити народну самосвідомість. Потрібно відповісти на питання "навіщо". Роль ЗМІ полягає в тому, щоб створити такий культурний простір, в якому це питання змогло б бути поставлене, саме поставлене, а не дозволене. Потрібний громадський національний майданчик, на якому ставитимуться питання і проблеми життя країни. Тоді знайдуться і уми, які приступлять до рішення цих завдань, і громадські сили, які почнуть сприяти прийнятим рішенням.

Сьогодні як ніколи необхідно, щоб ЗМІ створювали громадську атмосферу ініціативи і енергії, щоб вони виявили себе як відповідальний національний соціальний інститут.

#### *Література:*

1. Лашкіна М. Г. Взаємовідносини влади і ЗМІ: нові виклики часу. *Актуальні проблеми державного управління на новому етапі державотворення*: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю. Київ, 31 трав. 2005 р. : у 2 т. за заг. ред. В. І. Лугового, В. М. Князева. К. : Вид-во НАДУ, 2005. Т. 1. С. 237-238.

2. Тавокин Е.П. ЗМІ як чинник інформації по забезпеченню реформ. *Соціологічні дослідження*. 2006. № 10. С. 100-106.

3. Филиппов С. В. ЗМІ як механізм формування громадянського суспільства в перехідних системах. *Влада*. 2002. № 8. С. 11-14.

4. Халій І.А. ЗМІ і громадянське суспільство : погляд з регіону. *Соціологічні дослідження*. 2006. № 10. С. 104-109.