

УДК 070: 316.62

**ГРОМАДСЬКА ТА ІНФОРМАЦІЙНА УЧАСТЬ
У СУСПІЛЬНОМУ ЖИТТІ
(до визначення понять)**

Г. Е. Маркова

У статті розглядається проблема соціальної активності людини в громадянському суспільстві через засоби масової комунікації. Визначаються поняття „громадянської участі” та „інформаційної участі” і їх наповнення в нових умовах.

Ключові слова: громадянське суспільство, інформаційна участь, соціальна активність.

Актуальність. Формування громадянського суспільства розглядається сьогодні як фундаментальна проблема розвитку демократичних засад в Україні. Проте ми ще далеко не одностайні у тому, яким воно повинно бути, і тим більше у тому, яка ж роль засобів масової комунікації у цьому процесі. Бо якщо дати чітке і однозначне визначення поняття „громадянське суспільство” повинна наука, то донести ідеї науковців до суспільства, роз’яснити основні принципи та механізми функціонування громадянського суспільства, стимулювати соціальну активність наших співгромадян може лише журналістика.

Зрозуміло, що в різних аспектах проблема вже ставилась як в працях західних вчених (Ю. Хабермас, [10], П. Шампань [11]), так і в роботах науковців ближнього зарубіжжя (А. В. Дмитрієв та В. В. Латинов [5], М. М. Назаров [7]) і нашої країни (О. М. Гриценко [2], Ю. Е. Фінклер [9], В. І. Шкляр [12]). Проте проблема громадянського суспільства не вирішена не лише в Україні, де демократія перебуває в періоді становлення, але й в країнах з усталеною демократією, де вказана проблема все ще розглядається як насущна та актуальна. Ще більш зловбоденними виглядають питання участі ЗМК у цьому процесі, бо частина західних вчених з тривогою пише про „медіатизацію” суспільних процесів та підміну принципів індивідуальної свободи і політичного самоуправління витонченими комунікаційними маніпуляціями [6, с. 13]

Постановка проблеми. Говорячи про проблему розбудови в країні громадянського суспільства, необхідно відійти від сприйняття його як якогось „фетишу”, кінцевої мети розбудови демократії. Інакше все зведеться до інерційного гасла, яке бере свій початок ще у 90-і рр. минулого століття, та до традиційних розмов про нереалізовані можливості. Натомість необхідно розглядати громадянське суспільство не як мету політичних устремлінь, а лише як механізм, котрий дозволяє суспільству співіснувати з державними інститутами і оберігати свої інтереси, коли держава вже не розглядає себе лише як політичний інститут і починає зловживати власною самодостатністю. Це призводить до самоусунення громадян від впливу на управління державою, соціальної їх апатії тощо. Натомість і ЗМК в цій ситуації вже не відігра-

ють роль контролюючого органу, перестають бути трибуною для постійного обміну думками, ідеями, поглядами та забезпечувати зворотній зв'язок громадян та власних інституцій.

Таким чином, становлення громадянського суспільства тісно пов'язане із становленням демократії, зміцненням правової держави, розвитком ринкової економіки і таке інше — тобто практично з усіма сферами життєдіяльності суспільства. Зацікавленість суспільства у розбудові саме такої форми самоорганізації пов'язують із змінами у соціальному мисленні, який характеризує утвердження інформаційної стадії його розвитку. В філософії такий поворот називають гуманістичним, антропологічним, бо головною метою і змістом цих змін служить людина.

У зв'язку з цим необхідне уточнення понять: „громадянське суспільство” не входить у відомий понятійний ряд політології („соціалістичне суспільство”, „демократичне суспільство”), бо цей термін означає не форму суспільного упорядкування чи певну стадію його розвитку, а зріз громадянського життя на певному витку його розвитку. Точніше, необхідно говорити про громадянські аспекти життя суспільства поряд з політичними, економічними тощо.

Однією з найбільш характерних ознак громадянського суспільства є можливість громадян безпосередньо впливати на соціальні процеси і тим самим поділяти відповідальність за все, що в ньому відбувається. Саме ця ознака має безпосереднє відношення до ЗМК. Відповідно до раціоналістичних концепцій (інформаційне суспільство, технологічний детермінізм, комп'ютерна футурологія тощо), які виникли на підґрунті теорії „постіндустріального суспільства” Д. Белла, сьогодні стимулом та джерелом соціального розвитку є засоби інформації, які у широкому сенсі сприймаються як культура. Американський дослідник А. Моль у зв'язку з цим підкреслює, що мас — медіа впливають на категорії сприйняття і на виділення вузлових моментів у процесі сприйняття. ЗМК визначають „чергу денну”, основні події та теми (*agenda setting hypothesis*). Всі інформаційні потоки, які обробляються засобами комунікації, проходячи при цьому певну фільтрацію, відбираються і певним чином представляються аудиторії, для якої це і є єдине джерело знань про навколишній світ. Читачі (слухачі, глядачі) можуть бути згодні чи не згодні з оцінками медіа, можуть дискутувати по темі повідомлення, але головне те, що тема вже поставлена, а значить і сама дискусія вже буде відбуватись у заздалегідь визначеному напрямку [6]

Таким чином, засоби масової інформації мають реальну можливість не лише оприлюднювати думки громадян з того чи іншого приводу, доводити відношення суспільства до різного роду подій до властей, але й безпосередньо впливати на ці процеси, формувати думку громадян і про самих себе, і про владу, і про їх взаємодію. І хоч оприлюднення думок чи поглядів ніби і не є засобом прямого впливу на соціальні процеси, на практиці воно відкриває широкі можливості не лише для їх формування чи корегування, а то й до маніпуляцій громадською думкою. Тим більше, що саме обговорювані в ЗМК точки зору окремих громадян та соціальних груп насправді і перетворюються у підсумку у громадську думку та позицію — силу, яка при певних політичних умовах здатна суттєво впливати на владу, соціальні та гро-

мадсько-політичні процеси. ЗМК, які володіють „капіталом публічності”, здатні не лише впливати, а й створювати тиск на всі сторони громадського життя, лобіюючи прийняття певних рішень.

Специфіка цього впливу і таких форм діяльності ЗМК полягає ще й у тому, що вони не причетні ані до розробки та прийняття законів, ані до політичних рішень, проте створюють інформаційно-ідеологічну, психологічну атмосферу у суспільстві, в умовах якої будь-яке рішення громадська думка може піддати не лише соціальної експертизі, але й сумніву аж до неприйняття. В цьому особливість мас-медіа як „четвертої влади”, яка не має легітимності перших трьох гілок влади, ніким не обирається і ні перед ким не звітує, залишаючись „дотичною” до існуючих державних інституцій і разом з тим тримаючи їх під постійним контролем та прицілом.

Говорячи про громадянське суспільство, зазначимо, що його суб’єкт може бути двох рівнів: індивідуальний та колективний. Засоби масової комунікації мають можливість взаємодіяти з суб’єктом такого суспільства відразу на двох рівнях. Наводячи приклади проведення різних громадянських акцій, розповідаючи про цілі та результати роботи різних незалежних спільнот, ЗМК можуть допомогти суспільству визначитись по відношенню до них, при потребі сформуванню позитивне (а інколи й негативне) відношення до цих проблем, захисту своїх інтересів як на рівні окремих соціальних груп, так і на рівні окремих громадян. Це надзвичайно важливий момент саме для українського суспільства, де протягом десятиліть складався стереотип людини, що відстоювала свою позицію, права як „сутяжника”, егоїста тощо.

Інший момент, пов’язаний з цим, — це зневіра у те, що громадянин здатен чогось досягти самотужки. І в цьому випадку, моделюючи ті чи інші ситуації, розповідаючи про причини невдач чи перемог, ЗМК теж здатні зламати існуючі у суспільстві кліше („моя хата скраю”) та потроху будити соціальну активність співгромадян.

Оскільки лише ЗМК мають можливість тиражувати та широко розповсюджувати інформацію, вони можуть надати відповідну допомогу різного роду громадським організаціям у розповсюдженні матеріалів про їх діяльність, а також підтримати їх начинання та ініціативи. Проте і суб’єкти громадянського суспільства теж можуть допомогти засобам масової комунікації у конфліктних ситуаціях, захищати їх інтереси як виразників громадянських настроїв та уподобань, об’єднатись з ними для партнерської співпраці. Наприклад, саме громадські організації здатні зібрати зацікавлену аудиторію для перегляду програм, що вимагають підтримки суспільства. Разом з тим через ЗМК суб’єкти громадянського суспільства можуть виступити як незалежні експерти з актуальних проблем життєдіяльності громади.

Комунікативна та інформаційна складові мають особливе значення і в тому, що вчені називають „громадянською участю” або „соціальною участю” [8]. Адже для участі у громадянській діяльності обов’язково необхідна „трибуна”, „майданчик”, тобто місце, де громадяни могли б публічно озвучити свою позицію, обмінялись думками з однодумцями, разом з ними сформуванню спільний погляд на шляхи вирішення тих чи інших проблем, донести його до інших співгромадян. Якщо говорити про невеликі спільноти, то тут досить і безпосереднього спілкування. Але коли мова

йде про цілі соціальні групи у межах регіону чи країни, то у цьому випадку кращої трибуни ніж ЗМК не знайти, тим більше, що вони можуть забезпечити оприлюднення усього спектру соціальних позицій. Завдяки залученню незалежних експертів, вони можуть не лише „примирити” полярні позиції, а й активно сприяти консолідації суспільства.

Ось чому одним з найважливіших атрибутів сучасної демократії вважають свободу слова. Вона є одним із суб'єктивних прав, вирізняючи людину серед інших істот як істоту мислячу, а з іншого боку, — саме завдяки їй здійснюється постійний соціальний контакт у сфері суспільних відносин. Тим самим наявність свобода забезпечує механізм функціонування всього громадянського суспільства.

Сьогоднішня практика існування демократичних відносин в Україні, де розбудова громадянського суспільства лише розпочалась, доводить, що ЗМК доволі часто виступають не лише як засіб комунікації, а й осередок створення нових структур. Вже чимало говорилось про роль медіахолдінгів, що почали виступати як ерзац-партії [3, с. 2], але можна вказати і на інші типи організацій. Дуже яскравим прикладом, на наш погляд, формування нових структур навколо ЗМК є випадки утворення стійких віртуальних співтовариств — *communities* — навколо Інтернет — видань. В останній час ці співтовариства почали виходити за межі віртуальних і проявляти себе в активній діяльності (акції *flash mob* з конкретних приводів, що вже відбуваються і на наших теренах).

Деякі дослідники взагалі вважають, що в момент розпаду радянської імперії та в перші роки незалежності молодих держав ЗМК взагалі взяли на себе функції громадянського суспільства. Як вважає І. М. Дзялошинський, „журналістське співтовариство узурпувало право віддзеркалювати цілі, інтереси, цінності, устремління громадян”. Узурпувало вимушено, бо не було ніяких інших механізмів чи структур, які могли б демократичним шляхом консолідувати погляди громади [4, с. 28]

Рецидиви цієї практики залишились і до сьогодні, бо коли преса від імені населення оприлюднює його інтереси, цінності чи уявлення, то вона ще доволі часто спирається на своє власне бачення цих проблем, або не маючи об'єктивної інформації про настрої у суспільстві, або, що набагато гірше, просто ігноруючи їх.

Висновки. Таким чином, участь у комунікації, інформаційному обміні стає одним з найважливіших аспектів громадянської участі у суспільному житті. Участь громадян у цьому обміні сама по собі стимулює розвиток інших форм громадянської активності. Саме з допомогою ЗМК, що дають допомогу людині оприлюднити свою позицію, громадяни можуть дізнатись, що той чи інший індивід не одинокий у притаманних йому поглядах на той чи інший предмет, явище, подію. А це в свою чергу породжує бажання обмінятися думками з тими, хто поділяє ці погляди. При можливості отримати повну і аргументовану інформацію про протилежну позицію можна обговорити дискусійні моменти також з опонентами, спробувати зрозуміти позиції різних сторін та знайти „точки дотику”. Все це сприяє консолідації суспільства при наявності справжнього плюралізму в думках і поглядах, об'єднанню громадян навколо найважливіших для конкретного суспільства цілей і завдань.

Список літератури

1. Бодрияр Ж. Реквием по масс — медиа // Поэтика и политика. — СПб, 1998.
2. Гриценко О. М. Мас — медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності. — К., 2002.
3. Демченко С. В. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель). Авт... канд. політ. наук. — Дніпропетровськ, 2004.
4. Дзялошинский И. М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества. — М., 2001.
5. Дмитриев А. В., Латынов В. В. Массовая коммуникация: пределы политического влияния. — М., 1999.
6. Моль А. Социодинамика культуры. — М., 1973.
7. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. — М., 2004.
8. Сунгуров А. Общественное участие как условие формирования гражданского общества // <http://www.prof.msu.ru/publ/conf/conf05/htm>
9. Фінклер Ю. Е. Мас-медіа та влада: технологія взаємин. — Л., 2003.
10. Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. — СПб., 2001.
11. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. — М., 1997.
12. Шкляр В. І. Мас — медіа і виклики нового століття. — К., 2003.
13. Эко У. О прессе // Пять эссе на темы этики. — СПб., 1998.

Маркова Г. Е. Гражданское и информационное участие в общественной жизни (к определению понятий).

В статье рассматривается проблема социальной активности человека в гражданском обществе через средства массовой коммуникации. Определяются понятия „гражданского участия“ и „информационного участия“ и их наполнения в новых условиях.

Ключевые слова: гражданское общество, информационное участие, социальная активность.

Markova G. Y. Civil and informational activity in the social life (to the definition of the concept).

The problem of a person's social activity in the civil society in the context of mass communication is under study. The phenomena of "civil participation" and "informational participation" and their notions under contemporary transformations are defined.

Key words: civil society, informational participation, social activity.

Статья поступила в редакцию 29 ноября 2006 г.