

УДК 007: 304: 659.3

СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ПОВНОЦІННОЇ ЧЕТВЕРТОЇ ВЛАДИ

Ігор Лубкович

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, Львів, 79044, Україна, e-mail: journft@franko.lviv.ua

Автор робить спробу аргументувати, що

- 1) у період становлення громадянського суспільства окрім ЗМІ з'являються мас-медіа, які перетворюються на повноцінну четверту владу;
- 2) для перетворення на четверту владу в Україні мас-медіа зацікавленні у формуванні громадянського суспільства
- 3) недостатній рівень професійної самосвідомості українських журналістів стримує зміцнення і четвертої влади, і громадянського суспільства.

Ключові слова: ЗМІ, мас-медіа, четверта влада, громадянське суспільство, громадська думка, засіб влади, суб'єкт влади, влада політична, функції мас-медіа, інтереси мас-медіа.

Видається парадоксальним, що словосполучення «четверта влада» у лексичі українських політологів і журналістів з'явилося зовсім не за радянських часів, коли у кожному домі було 2-3 примірники різних видань, ледь не цілодобово працювало радіо, а ввечері — телевізор, коли повідомлення в ЗМІ сприймалося як істина в останні інстанції, а критична публікація — як привід для звільнення критикованого з роботи. Воно з'явилося тепер, коли тиражі суттєво впали, коли аудиторія звикла до того, що газета чи телебачення можуть опублікувати неправду, яку потім доводиться спростовувати, а журналісти ремствують, що на їхні критичні виступи ніхто не реагує.

Насправді жодного парадоксу тут нема. Радянські ЗМІ дійсно були наймогутнішою силою впливу на суспільну свідомість. **Однак сила — це ще не влада.** А в радянські часи ЗМІ розцінювалися як сильні та вірні, однак не більше як **помічники, підручні, провідники політики партії.** До слова, роль таких же підручних відводилася і працівникам законодавчих, виконавчих та судових структур. Так що не було ні підстав, ні потреб говорити ні про четверту, ні про три попередні гілки влади: вони були не більше, ніж засобами досягнення політичних цілей.

Лише згодом, коли в період перебудови партія «поділилася» здатністю і можливістю здійснювати визначальний вплив на політичну діяльність і політичну поведінку людей та їх об'єднань, тобто політичною владою [2, С. 261],

коли законодавча влада (З'їзд народних депутатів) стала якщо й не повноцінною, то помітною силою в Радянському Союзі, коли суди все менше були каруючим мечем і все більше — органами правосуддя, — у суспільстві саме тоді стала структуруватися влада, яку з часів Пилипа Орлика і Шарля Монтеск'є поділяють на незалежні, але тісно взаємодіючі законодавчу, виконавчу та судову гілки, а вони в сукупності з тих же часів забезпечували повноту влади народу. У той же період почали з'являтися опозиційні та незалежні від влади видання, відтак з'явився й метафористичний вислів «четверта влада». Причому, стосувався він **саме незалежних і опозиційних видань**. Бо всі інші не завдавали владним структурам жодного клопоту.

Повнота трьох традиційних гілок влади, як відомо, досягалася завдяки їхній взаємозалежності, взаємодоповнюваності та взаємному контролю. Така конструкція видавалася ідеальною, та історія свідчить, що й за існування такої конструкції стало можливим (і реальним) зрощення гілок влади та виникнення олігархії у первісному значенні цього слова, а також корупції. Тобто тріада влади за відсутності постійного суспільного контролю стає неповною, а не маючи елемента ефективного впливу на громадську думку, оперативного інформування про свою діяльність та її аналізу, і недостатньо ефективною. Сьогодні нішу заповнили сучасні ЗМІ, одержавши метафоричне визначення «четвертої влади». Вони, як і інші гілки влади, діють (принаймні, декларують це) від імені народу. З єдиною, мабуть, різницею та єдиним застереженням. Відмінність полягає в тому, що класичні гілки влади народ обирає, а «четверту» вибирає: якщо твою газету ніхто не читатиме, вона лише номінально належатиме до системи ЗМІ. Застереження ж таке: як свідчить досвід, далеко не завжди структури влади та їх працівники (і «четвертої» у тім числі) навіть попри їхні гучні заяви діють від імені народу і в його інтересах. Відомо ж, що партійні видання, державні, комунальні органи діють передусім в інтересах свого видавця, а не суспільства, тобто є власне **засобом** — масової інформації, інформаційного впливу, засобом досягнення певних владних завдань. Це важлива обставина: **оскільки засіб належить суб'єктові, однак безпосередньо суб'єктом стати не може, а влада, власне, є суб'єктом, то засоби масової інформації (саме тому, що належать певному суб'єкту) четвертою владою бути не можуть**. То що ж окреслює вислів «четверта влада»?

Відомо, що цей вислів уперше з'явився не в Україні. Він народився у США — там і тоді, де і коли зміцніло громадянське суспільство, а ЗМІ стали суттєво впливати на суспільство та три класичні гілки влади, нав'язувати їм свою волю. Діючи специфічним, принаймні, не властивим для традиційних гілок влади шляхом — через громадську думку — вони в одній країні відправили у відставку одного президента і ледь не відправили туди ж іншого, в іншій домагаються прийняття одних і перегляду інших законів, тих чи інших вироків і майже скрізь завдають клопоту трьом традиційним гілкам влади, змушуючи їх щораз більше зважати на себе. Недарма законодавча влада накладає на ЗМІ (вимушено й справедливо) певні обмеження, які послаблюють їх (ЗМІ) тиск на суд, на законодавців та виконавчі структури.

Отже, метафоричний вислів «четверта влада» має сенс лише за достатнього розвитку системи ЗМІ, наявності незалежних і опозиційних видань з одного боку і з іншого — за достатньої відкритості суспільства. Іншими словами, вислів цей має сенс, коли є з чого і є для кого будувати четверту владу.

Що відкритіше суспільство, що більше підстав називати його громадянським, то авторитетнішою, потужнішою почувається у ньому четверта влада. У тоталітарних і авторитарних суспільствах ЗМІ за визначенням є засобом влади, у суспільствах відкритих, інформаційних вони набирають ознак суб'єктів, точніше, підсуб'єктів, оскільки суб'єктом влади у демократичному суспільстві є народ.

Наскільки ж цей образний вислів — четверта влада — надається до застосування щодо сучасного українського суспільства? У 2005 році автор вважав, що газети, радіо, телебачення перестають бути **засобами**, і є сенс їх називати мас-медіа (1, С. 51). Сьогодні бачимо, що такий висновок був передчасним. Українське суспільство не стало відкритішим, демократичнішим, власники газет, сайтів, теле- і радіокомпаній продовжують чинити на них тиск, у такий спосіб намагаючись вплинути на аудиторію. З іншого боку вплив цей залишається невеликим і через втрату довіри до видань, і через низький професіоналізм багатьох журналістів.

Однак в Україні є кілька десятків журналістських структур, виступами яких не можуть нехтувати ні законодавці, ні чиновники, ні представники судової влади, — надто відчутний їх вплив на громадську думку. Саме такі структури маємо підстави називати мас-медіа і — понад те — основою четвертої влади в Україні.

Так, вони, як відомо, не мають ні сили закону, ні апарату примусу. Однак апарату примусу не мають й інші гілки влади, окрім виконавчої. Тай демократична влада функціонує завдяки не стільки цьому апаратові, скільки добровільній згоді громадян підпорядковуватися рішенням ними ж обраної влади. Саме так — через громадську думку — діють і мас-медіа.

Зрештою, закони, які приймає Верховна Рада, не мають сили до того часу, поки їх не підпише Президент, по-перше, і по-друге, поки виконавча влада не забезпечить їх дотримання і виконання. Та й ніхто не позбавляє Верховну Раду і президентські структури права називатися владою через те, що у нас не виконуються (не забезпечено виконання) низки законів (а не виконуються вони найчастіше тому, що мас-медіа про це мовчать).

Тобто маємо підстави стверджувати, що діяльність мас-медіа багато в чому уподібнюється діяльності органів влади. Залишилося з'ясувати: йдеться лише про набуття окремих ознак, чи про перетворення їх (мас-медіа) у повноцінного суб'єкта влади. Ясна річ, нас цікавить не стільки будь-яка, в т.ч. економічна, сімейна, соціальна та ін. влада, скільки влада політична. Отже, наскільки мас-медіа у громадянському, або «напіввідкритому», як-от українське, суспільстві підпадають під визначення влади? Щоб не натрапити на якесь дискусійне, мало апробоване визначення, звернемося до «Політологічного енциклопедичного словника» [2], фундаментального видання, «в якому системно розглядається понад 700 найбільш уживаних політологічних понять, котрі відображають досягнення світової політичної науки і враховують специфіку її вітчизняної інтерпретації» [2, С. 2]. Згідно з цим виданням мас-медіа підпадають під визначення влади телеологічне (влада як здатність досягти поставленої мети, отримання намічених результатів), бігевіористське (особливий тип поведінки, при якому одні люди управляють іншими, а ті їм підкоряються), системне (здатність системи забезпечувати виконання її елементами прийнятих зобов'язань), реляційністське (влада як взаємодія її суб'єкта і об'єкта, при якій суб'єкт з допомогою

певних засобів контролює об'єкт) [2, С. 56-57]. Справді, кожен масмедійний орган ставить перед собою мету і намагається досягти її (інша річ, що рівень досягнення залежить від професійності працівників); здобуваючи авторитет, мас-медіа домагаються, щоб аудиторія (суспільство) дослухалася до їх закликів, і контролюють суспільні процеси. Заперечення на кшталт того, що суспільство не завжди дослухається до закликів журналістів і не завжди їм вдається контролювати ситуацію, безпідставні, оскільки тут йдеться не про те, що мас-медіа за природою не здатні досягти таких цілей (маємо достатньо прикладів якраз протилежних), а знову ж таки про непрофесійність певних дій певних видань чи каналів. А це вже інша справа. Непрофесійність — риса, властива не тільки журналістиці. Досить часто не досягають своєї мети і виконавські, зокрема силові структури, помиляються і суди, і законодавці.

Можна стверджувати також, що функції влади збігаються з функціями мас-медіа¹.

Наступне запитання: чи ставлять мас-медіа і чи досягають такі цілі, досягнення яких є загально визнаними функціями влади? Такими загально визнаними основними функціями політичної влади, як відомо, є: формування політичної системи суспільства, політичних відносин між державою і суспільством, соціальними групами, класами, асоціаціями, політичними інститутами, громадянами та ін.; управління справами суспільства і держави на різних рівнях; керівництво органами влади і політичними, а також неполітичними процесами; контроль політичних та інших відносин і в кінцевому підсумку створення певного типу правління [2, С. 261].

Звичайно, не можна стверджувати, що саме мас-медіа одноосібно формують політичну систему суспільства, політичні відносини між державою та суспільством. Однак очевидно й інше: політичної системи не формує й президент, якщо він не є диктатором. Її, як і політичні відносини, формує вся система політичної влади в сукупності. Кожна гілка політичної влади бере участь у цьому процесі. І мас-медіа в тому числі.

Політико-управлінська функція мас-медіа на перший погляд може викликати ряд заперечень. По-перше, ще в застійно-радянські часи непоодинокі провідні теоретики журналістики наголошували, що управлінсько-регулятивна функція не властива ЗМІ і не повинна бути їм властива. По-друге, політичне управління — це «вплив суб'єкта політики на політичну ситуацію з метою забезпечення своїх інтересів [2, С. 366]. Тобто, перш ніж говорити про управлінську функцію мас-медіа, треба встановити, чи мають вони свої інтереси.

Вважаємо, що мають — остільки, оскільки розвинута професійна самосвідомість їх працівників та керівників. Уже помічено, що в останні роки, з розвитком громадянського суспільства в Україні, вона постійно зростає. А у відкритих суспільствах професійна самосвідомість журналістів розвинута максимально. Це дає підстави для висновку, що медійні органи дедалі більше утверджуються як суб'єкт політики. Зрештою, їх ідентифікація як четвертої влади у нас актуалізувалася якраз тоді, коли журналісти почали усвідомлювати себе не «вірними помічниками», а людьми, які служать суспільству в цілому. Незалежні мас-медіа впливають на політичну ситуацію згідно з інтересами сво-

¹ Тотожними вони, зрозуміло, бути не можуть, — хоча б тому, що сфера діяльності влади — політика — є лише сегментом сфери функціонування мас-медіа. В останніх є й віддалені від владних функцій.

їми, які в ідеалі співпадають з інтересами їх аудиторії, тобто вони більшою чи меншою мірою, ліпше чи гірше, але здійснюють політичне управління.

Що ж до заперечень управлінсько-регулятивної функції ЗМІ у радянські часи, то вони стосувалися і стосуються тепер спроб «вмонтувати» мас-медіа в командно-адміністративну систему, перетворити їх в «коліщатка і гвинтики», в передавальний механізм, яким послуговується зовнішня сила. Особливо відчутно такі намагання стають помітними (на жаль) напередодні виборів. Тут справді все залежить від двох речей: від професійної самосвідомості журналістів і від здатності класичних гілок влади не дати конкурентці виконати свої, неприємні для них функції. Мас-медіа справді не мають і за природою своєю не повинні мати функції керівництва «органами влади і політичними, а також неполітичними процесами», і це чи не єдина (зауважмо, далеко не найголовніша) не притаманна мас-медіа функція політичної влади. При цьому ні в кого не викликає сумнівів, що вони мають свій «передавальний механізм» впливу і на органи влади, і на політичні процеси.

Усе ж видаються беззаперечними два аргументи проти визнання мас-медіа повноцінною гілкою влади. По-перше, в ідеалі рішення кожної з трьох класичних, на відміну від «четвертої», є обов'язковими для усіх інших гілок влади. Тим паче, остання не продукує ні законів, ні розпоряджень, ні ухвал. І по-друге, «четверта», на відміну від трьох класичних, не має яскраво вираженої моноцентричності та ієрархічності.

Придивімося, однак, уважніше: чи таким уже беззастережним є твердження про необов'язковість висновків мас-медіа? Хіба так рідко наші депутати зсилаються на публікації в пресі? Хіба нема жодного прикладу того, як під тиском мас-медіа законодавці вносили законопроекти і приймали закони, а державні службовці робили те, що виконувати не збиралися?! Пояснення не таке вже й складне: справді не маючи права законодавчої ініціативи й традиційного апарату примусу, мас-медіа мають вплив на громадську думку, а нею не може нехтувати ніхто з тих, хто владарює від імені народу (хоча б тому, що хоче бути не відкликаним, а обраним, скажімо, ще на один термін).

Отже, ні законодавці, ні чиновники, ні представники судової влади (теж в ідеалі) не можуть нехтувати виступами мас-медіа. А Ради, виконавські структури і суд як інститути влади змушені зважати (і зважають) на громадську думку, виразником якої і є мас-медіа. Робити це їх змушує не стільки закон (хоч і він зобов'язує законодавчу, виконавчу і судову владу реагувати, наприклад, на запити громадян), скільки внутрішня логіка суспільно-політичних відносин.

Що ж до законів та рішень, яких мас-медіа не ухвалюють, то маємо пам'ятати, що прийняттю будь-якого рішення передуює ідея. Тобто рішення чи закон є засобом реалізації цієї ідеї. Мас-медіа ж якраз висувують ідеї й за допомогою свого інструментарію домагаються втілення їх у життя.

Інша справа з ієрархічністю. Її справді нема, не повинно і не може бути в мас-медійній системі. Навіть за радянських часів, коли ЗМІ були максимально структурованими та «ієрархізованими» і коли на вершині цієї ієрархічної піраміди була газета «Правда», найбільший вплив на суспільство мали інші видання — «Литературная газета», «Труд», «Известия», «Комсомолка». І хоча є деякі підстави говорити про ієрархію в системі мас-медіа, оскільки більшим авторитетом користуються ті з них, які мають більшу силу впливу на більшу частину суспільства, природа їх така, що сила, в т.ч. сила їх влади виявляється тоді, коли

вони, заповнивши свої ніші, сукупно забезпечують права суспільства на інформацію, на контроль за гілками влади і в кінцевому підсумку, на реалізацію суспільних інтересів.

Однак це можливо лише при сукупній взаємодоповнювальній діяльності мас-медіа. Адже вплив, скажімо, газети «День» безумовно більший за вплив волинської газети «Вісник і К», хоча тираж в останньої вищий. До того ж взаємодоповнювальність можлива лише за умови журналістської солідарності, тобто високого рівня професійної самосвідомості. А цього в українських реаліях все ще бракує: досить згадати цьогорічний виступ кількох десятків львівських журналістів проти колег з львівської газети «Експрес» та ще й у нелегкий для цієї газети час.

Та все-таки під впливом мас-медіа відбувається демократизація політичної влади, у результаті її архаїчні форми (насильство, деспотизм) втрачають значення і їх поступово (знову ж, під впливом мас-медіа) замінюють демократичні (консенсус, самоврядування). На зміну владі одного над всіма у громадянському суспільстві приходить влада народу при збереженні прав особистості. І в цьому процесі мас-медіа як виразники громадської думки поступово стають не просто владою, а владою верховною: не знайшовши підтримки у класичних гілках влади, люди звертаються до журналістів як до останньої суспільної інстанції. І якщо голос громадян фахово поданий, їх проблеми будуть вирішені відповідною гілкою влади.

Класичні гілки влади, до речі, теж не є абсолютною цінністю. Вони, точніше, місце в них, найчастіше є засобом досягнення інших цілей. Адже відомо, що депутатська та й президентська зарплати значно менші, ніж зарплати багатьох менеджерів, не кажучи вже про суми, які кандидати витрачають на передвиборні кампанії. Вся річ у тім, що для тих чи тих кандидатів є первинним, а що — вторинним. Контролювати такі речі саме і покликані мас-медіа.

Вони ж, ці гілки, дуже часто не відповідають одній з основних ознак влади — її безособовості. Уся владна вертикаль часто працює не на Президента, Прем'єра і т.д., а на конкретну людину з конкретним прізвищем. Недарма ж новий керівник, прийшовши до влади, міняє її згори донизу. Тобто, перш ніж говорити про управлінську функцію мас-медіа, треба встановити, чи є вони суб'єктами політики.

Оскільки до суб'єктів політики відносять і малі соціальні чи професійні групи, і соціальні інститути [2, С.258], а редакції є й тим, й іншим, то редакції окремих газет, радіо- і телеканалів можуть виступати суб'єктами політики. Правда, можливість ця реалізується не завжди. Партійні і державні видання, як уже йшлося, є засобом, зняряддя і аж ніяк не суб'єктом політики. А ось чи є суб'єктом політики мас-медіа як система, як сукупність видань різноманітних, нехай навіть політичних напрямків? Гадаємо, що так — тією мірою, якою їх журналісти усвідомлюють, що незалежно від їхніх політичних симпатій суспільство від них чекає захисту своїх потреб та задоволення своїх, а не якихось вузькопартійних інтересів, — по-перше. По-друге ж, якщо спектр тих політичних та інших напрямків видань буде достатньо повним. На жаль, в Україні ще нема ні першого, ні другого. Тому попри різноманітну підтримку політичних структур такі видання часто виявляються непотрібними суспільству чи якійсь його значній частині. А діяльність будь-якого мас-медійного органу має сенс лише тоді, коли його інформацію сприймає справді масова аудиторія. Масову ж

аудиторію здобувають не політично заангажовані, а незалежні видання. Їх в Україні дуже мало, та вони є, і є підстави сподіватися, що з часом їх стане більше. І це стимулюватиме і становлення в Україні громадянського суспільства, і становлення мас-медіа як самостійної гілки влади.

Мас-медіа як суб'єкт політики і як суб'єкт влади мають свій особливий інструментарій. Цілком і повністю він у сфері громадської думки. Через громадську думку мас-медіа спочатку впливають на рішення виборців, а потім — на результати виборів та референдумів, а відтак — на особовий склад та рішення класичних гілок влади.

Ці ж міркування є достатньою підставою твердити, що мас-медіа мають свої інтереси, які значною мірою збігаються зі суспільними настроями та інтересами. Відстоюючи їх, фахово діючі видання стають над і політичними процесами, і діями трьох інших гілок влади, контролюючи та врівноважуючи їх діяльність.

З часів П.Орлика та Ш.Монтеск'є суспільні реалії серйозно змінилися. Одна з них — демократизація влади, інша — нові комунікаційні та інформаційні потреби й можливості, відповідно — зростання впливу мас-медіа на всі сфери життя. Поєднання цих та інших обставин робить справді об'єктивно необхідним для розвитку суспільства становлення мас-медіа як окремої гілки влади. На відміну від злочинності. Так, сьогодні, в суб'єктивних умовах злочинність подекуди стає «п'ятою владою», сильнішою за четверту, а може, й за три попередні. Не виписувати ж через це для криміналу «законне» місце під сонцем. Слід, очевидно, навпаки, домагатися, у тім числі з допомогою медій, щоб виконавча влада активізувала дієву боротьбу з ним. Зрештою, у згаданому політологічному словнику також йдеться про перетворення ЗМІ в четверту владу «не в метафоричній, а на реальній політ. основі»[2, С.135]. тож що швидше ми звільнимо четверту владу від лапок, то швидше зрозуміємо, в якому суспільстві ми живемо й до якого прямуємо.

Об'єктивно українські ЗМІ цілком спроможні стати повноцінною владою. Адже що демократичніше, «інформаційніше» суспільство, то повніше його мас-медіа відповідають ознакам влади й виконують владні функції. Отже українська журналістика має стимулювати процеси демократизації й побудови інформаційного суспільства в державі. Заважає чи не єдина обставина: в об'єктивно сприятливих умовах попереднього десятиліття (активізація побудови інформаційного суспільства, ріст довіри суспільства до більшості незалежних видань) журналісти, в основному, виявилися і психологічно, та й ідеологічно не готовими виконувати владні функції. Не ставши над політичним протистоянням, зайнявши ту чи ту позицію (а саме так вчинили практично всі видання), вони тим самим залишились, часто добровільно, власне засобом політичної боротьби.

Підавшись суспільним настроям, багато журналістів знехтували очевидною річчю: мас-медіа, які підтримують того чи іншого кандидата — це все одно, що мокрий вогонь чи дерев'яне повітря; багато хто з них не помітив принципово важливої речі: учасник політичної боротьби не може виконувати функції повноцінної четвертої влади. Однак чи неготовність одного, навіть значної кількості представників виконавчої влади виконувати відповідні функції, — чи є це достатньою підставою стирати виконавчу владу з політичного небосхилу суспільства? Очевидна риторичність цього запитання дає нам підстави для

кінцевого висновку: становлення і розвиток громадянського суспільства є передумовою для формування мас-медіа як повноцінної четвертої гілки влади, в інтересах котрої — стимулювати розвиток громадянського суспільства. Недостатній же рівень професійної самосвідомості журналістів стримує ці два взаємопов'язані процеси.

1. Лубкович Ігор. Громадянське суспільство і четверта влада: взаємозалежність та проблеми становлення // Психолого-педагогічні основи гуманізації навчально-виховного процесу в школі та ВНЗ. Збірник наукових праць. Вип.5. Формування громадянського суспільства в контексті європейської інтеграції (матеріали конференції). — МЕНУ. — Рівне. — 2005. — С.49-55.
2. Політологічний енциклопедичний словник. — К.: Генеза, 1997. — 400 с.

RISE OF THE CIVIL SOCIETY AS A NECESSARY BACKGROUND FOR THE FORMATION OF THE FORTH POWER

Ihor Lubkovich

Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, Lviv, 79044, Ukraine

E-mail: journft@franko.lviv.ua

The author makes an attempt to argue that

1) in the period of becoming of civil society except the media as facilities of mass informing one can see another media variety which grow into really valuable fourth power;

2) to transform to the fourth power in Ukraine media are interested in forming of civil society;

3) lack of professional consciousness of Ukrainian journalists restrains strengthening of fourth power as well as civil society.

Key words: Media as facilities of mass informing, mass-media, fourth power, civil society, public opinion, power facilities, subject of power, political power, mass-media functions, mass-media interests.

**СТАНОВЛЕНИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА
КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ
ПОЛНОЦЕННОЙ ЧЕТВЕРТОЙ ВЛАСТИ**

Игорь Лубкович

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, Львов, 79044, Украина

E-mail: journft@franko.lviv.ua

Автор пытается аргументировать, что

- 1) в период становления гражданского общества кроме СМИ появляются масс-медиа, которые превращаются в полноценную четвертую власть;
- 2) для превращения в четвертую власть в Украине масс-медиа заинтересованы в формировании гражданского общества
- 3) недостаточный уровень профессионального самосознания украинских журналистов сдерживает укрепление и четвертой власти, и гражданского общества.

Ключевые слова: СМИ, масс-медиа, четвертая власть, гражданское общество, общественное мнение, средство власти, субъект власти, власть политическая, функции масс-медиа, интересы масс-медиа.

Стаття надійшла до редколегії 06.10.2013

Прийнята до друку 14.10.2013