

### **3.2. Роль комунікаційних мереж і практик у консолідації сучасних суспільств: висновки для України**

Медіа-практики країн світу можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на слухачів та глядачів у залежності від контенту, який вони репрезентують. За свідченням оглядачів, у ході президентської виборчої кампанії 2016 р. в США засоби масової інформації суттєво впливали на рівень політичної напруженості в американському суспільстві.

Вплив медіа на суспільство можна проілюструвати на конкретних прикладах. З 2000 р. на американському національному каналі CBS демонструвалося ріеліті-шоу під назвою «Той, хто залишився живим» («Survivor»). На той час шоу було популярним і мало високі рейтинги. Для того, щоб протриматись на такому рівні, продюсери кожен сезон вносили в сюжет якісь нові «родзинки». Тож вони вирішили що в сезоні 2006 р. в програмі «Той, хто залишився живим: острови Кука» племена будуть сформовані за расовими та етнічними ознаками. Новий формат цього ріеліті-шоу зазнав критики з боку політиків, властей Нью-Йорка, пересічних громадян та представників різних церков. Проте керівництво CBS дозволило продюсеру телешоу М. Бернетту нацьковувати афроамериканців, азіатських американців, білих американців та латиноамериканців один на одного, що Бернетт називав «соціальним експериментом». З роками цей епізод мав канути в забуття. Проте

в грудні 2012 р. записи програми «Той, хто залишився живий: острови Кука» були випущені на DVD та поступили в продаж через мережу Amazon.com.

У липні 2016 р. в США відбулася серія вбивств, в яких явно читається протистояння між білими американськими поліцейськими та афроамериканцями. Напруження в країні зростало. Президент Б. Обама у своєму щотижневому зверненні до нації під назвою «Будьмо разом, аби знайти рішення» від 16 липня 2016 р. зазначив, що «потрібно зосередитися на словах і справах, які об'єднують нашу країну, а не посилюють розбрат». Було виявлено, що реаліті-шоу «Той, хто залишився живим: острови Кука» могло внести свій негативний імпульс у криваві расові зіткнення в США влітку 2016 р., і що ця програма з-посеред інших впливала на свідомість і підсвідомість громадян США, збуджуючи расистські настрої.

Корпорація громадського телерадіомовлення Великої Британії (BBC) вважається взірцем того, як втілюються ідеї демократії у засобах масової комунікації. BBC була заснована 1922 р. як перша в світі структура громадського радіомовлення, а згодом, з 1937 р. почала телевізійні трансляції. BBC існує на чітко унормовану ліцензійну плату, яку сплачують всі власники радіо і телевізорів Великої Британії.

Програми, створені на ліцензійну плату, повинні презентувати новини та огляд сучасних подій, які відбуваються у Британії та в світі, а також повний спектр тематичних, включаючи драму, комедію, музику, дитячі програми та документальні фільми. Ці програми та їх контент мають бути доступними в різних медіа та на різних каналах, включаючи радіо, телебачення та Інтернет. Висока якість програм слугує засобом забезпечення демократичної різноманітності та інклюзивності культури. Такий підхід виражає націленість BBC на забезпечення головної ідеї – «Якість – передусім» (Putting Quality First). Серед головних принципів діяльності BBC наголошується на віднайденні *«подій, які згуртовують спільноти та всю націю»*. Програми, які згуртовують суспільство Британії, стосуються не тільки традиційних, узвичаєних подій, таких як національні свята, весілля членів королівської родини, телепрограми, присвячені футболу, тенісу, трансляції виступів британських зірок музики усіх жанрів. Прикладом події, яка набула загальнонаціональної популярності, стала пропаганда BBC висадження городини на задніх дворах та підвіконнях, що переросла в загальнонаціональний рух, який охопив усю Британію. Це довело спроможність британського громадського мовлення популяризувати акцію, яка консолідувала британське суспільство навіть під час фінансово-економічної кризи 2008 р.

В країнах Африки засоби масової комунікації є значно менш розвиненими та технічно оснащеними, ніж у США та Великій Британії. Головними мас-медіа, які доступні Кенії, є радіо і телебачення. До них належать загальнонаціональні канали, комунальне радіо і телебачення, а також радіомовлення невеликих селищ. В країнах, де точаться воєнні дії, радіо і телебачення часто використовуються для нагнітання і загострення конфліктних ситуацій, подаючи незбалансовану, суб'єктивну інформацію, яка відбиває інтереси тільки однієї з ворогуючих сторін. Головним завданням кенійських

медіа є сприяння встановленню миру та мирного розв'язання конфліктних ситуацій, і це вже є кроком до консолідації суспільства. Наголошується, що в конфліктних ситуаціях медіа повинні попереджати і перешкоджати циркуляції упереджених чуток, «гасити» їх медійними засобами. Особливо важливо щоб медіа не припиняли роботу, коли конфлікти виходять з-під контролю. Медіа повинні продовжувати робити все можливе, аби відновити мир, ідентифікувати ресурси, які можуть бути задіяні для того, аби погасити конфлікти чи мобілізувати допомогу ззовні. Відзначається, що медіа Кенії особливо важливі для проведення кампаній з охорони здоров'я, зокрема лікування дитячих хвороб та хвороб, які передаються контактним шляхом. Адекватно висвітлюючи існуючі проблеми, медіа допомагають населенню знайти способи захиститися від потенційних небезпек.

Серед розвинених країн Австралія має сучасну й розгалужену медіа систему, провідну роль у якій відіграють два національних радіо-телевізійних та онлайн-мовників – Австралійська телерадіомовна корпорація (ABC) та Спеціальна телерадіомовна служба (SBS). ABC – діє як національний громадський мовник. Заснована в 1929 р., корпорація надає телевізійні, радіо, онлайн- та мобільні послуги по всій країні. Відповідно до міжнародних угод, ABC забезпечує радіо та телевізійними послугами зарубіжних глядачів, насамперед в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. SBS виробляє для австралійців програми англійською та багатьма іншими мовами, а також транслює новини з усіх куточків світу. SBS має Національний телевізійний канал для тубільного населення (National Indigenous Television Channel, NITV), який поширює програми, створені здебільшого тубільними австралійцями. На відміну від британської системи громадського телерадіомовлення, австралійська система національного громадського телерадіомовлення фінансується передусім коштом державного бюджету. Аналіз хартій ABC та SBS свідчить, що ці національні корпорації мають дотримуватися ряду завдань, цілей та принципів – універсальності, локальності, виробництва австралійського контенту, всеохоплюючого та різноманітного програмування, різноманітності новин та інформації, поширення освіти та інновацій, гарантування якості. Таким чином, завдання ABC і SBS полягають не тільки з забезпеченні всеохоплюючого національного мовлення, а й у виконанні важливих соціальних та освітніх функцій, включаючи сприяння стабільності в суспільстві.