

Костирєв Андрій

ВПЛИВ ЗМІ НА ДЕМОКРАТИЗАЦІЮ ПОЛІТИЧНОГО ЖИТТЯ УКРАЇНИ

Динамічні процеси, що відбуваються в Україні, віддзеркалюються у суперечливому характері взаємодії політичної та медіа-систем. У сучасному світі умови функціонування ЗМІ є показником розвитку демократії, а модель взаємодії політики і мас-медіа - важливою ознакою існуючого політичного режиму. Група дослідників під керівництвом А.А.Ручка включає до схеми цієї взаємодії чотири елементи: влада, засновник ЗМІ, засоби масової інформації та громадська думка.¹ Спробуємо охарактеризувати українську модель взаємодії політичної системи і ЗМІ.

Свобода спілкування у громадянському суспільстві вимагає міцного політичного та конституційного захисту. Створення нормативно-правових засад діяльності ЗМІ є одним із найважливіших завдань держави. Відповідно до ст. 34 Конституції України "кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб - на свій вибір".²

За роки незалежності ухвалено ряд законів, що регулюють діяльність мас-медіа та покликані забезпечити свободу слова. Проте їх зміст, а особливо практика застосування, залишають бажати кращого. Про це свідчать оцінки авторитетних міжнародних інституцій, зокрема, Парламентської Асамблеї Ради Європи. А за висновками Комітету захисту прав журналістів США, Україна фігурує серед тих країн, де влада придушує свободу слова за допомогою заходів адміністративного тиску.³

За даними соціологічного опитування, проведеного тижневиком "Дзеркало тижня", 42% представників провідних українських ЗМІ вважають законодавство, що регулює діяльність мас-медіа, задовільним, але практику

його використання - такою, що обмежує свободу слова. Ще 39% переконані, що закони реально не гарантують свободи слова.⁴

Сьогодні влада продовжує використовувати протекціоністські заходи щодо підтримки власних ЗМІ. Так, порушуючи вимоги ст. 42 Конституції України щодо недопущення зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірного обмеження конкуренції та недобросовісної конкуренції, Кабінет Міністрів України 23 серпня 2000 року прийняв рішення про пільгову доставку через державне підприємство "Укрпошта" 106-ти періодичних видань. Крім того, державні друковані ЗМІ отримують папір із держрезерву за цінами приблизно на 30% нижчими від ринкових. На телеканалі УТ-1 мовлення веде державна Національна телекомпанія України. І хоча цей канал, за даними компанії АСВ, має чи не найнижчий рейтинг (4,7%), він покриває найбільшу частину України (98%) і транслює передачі НТКУ 18,7 годин на добу.⁵

Проводячи політику протекціонізму щодо державних ЗМІ, влада вживає різні форми економічних санкцій до опозиційних медіа. Серед найбільш поширених - накладання штрафів контрольно-ревізійними і податковими органами, невиправдано високі суми відшкодування моральної шкоди.

Другим за ступенем впливу на обмеження свободи слова в Україні фактором журналісти назвали хворобливе ставлення до критики з боку глави держави.⁶ Переважна більшість громадян, опитаних УЦЕПД імені О.Разумкова у жовтні минулого року, вважає, що серед негативних наслідків публікації критичних матеріалів, найбільш імовірними є фізична розправа над журналістами (68,4%), психологічний тиск (59,1%), економічні санкції проти видавництва (52,1%).⁷

Досить прогресивному законодавчому забезпеченню свободи слова в Україні протистоять недосконалість механізмів покарання за порушення законодавства про свободу слова, залежність судів від виконавчої влади, а ЗМІ - від політичного патронату і фіскальних органів.

Як не дивно, утиски мас-медіа з боку влади не сприяють створенню в ЗМІ її

позитивного іміджу. 43,6% громадян, опитаних соціологічною службою Центру О.Разумкова, переконані, що в інформаційному просторі України переважає інформація, яка компрометує владу. І лише 15,6% впевнені у протилежному.⁸

Довіра населення до ЗМІ тримається на досить високому рівні. За даними Інституту соціології НАН України у січні 2000 року засобам масової інформації довіряли 28,9% респондентів (Президенту України - 26,9%, уряду - 13,7%, Верховній Раді - 7,1%, політичним партіям - 3,8%).⁹ Щоденно дивляться телевізор, слухають радіо, читають газети 61% опитаних, кілька раз на тиждень - 18%, один-два рази на тиждень - 9%, рідше - 8%, ніколи - 3%.¹⁰ При цьому найбільшою довірою населення користуються (в порядку зменшення): загальноукраїнські телеканали, місцева преса, українські друковані ЗМІ, місцеві радіостанції, місцеві телеканали, українське центральне радіо.¹¹ При чому, громадяни України активно сприймають пропагандистські кліше, які нав'язують їм ЗМІ, зокрема, в період виборчих кампаній та референдумів.¹²

За часів відходу від тоталітаризму відносини між владою і засновниками ЗМІ в Україні помітно змінилися, але не набули ознак, характерних для ліберальної або соціально-відповідальної моделі. Серед засновників друкованих ЗМІ 42,5% - комерційні структури, 12,8% - фізичні особи, 8,9% - державні установи, 8,9% - громадські організації, 7,1% - наукові установи, 6,4% - навчальні заклади, 13,4% - інші. З 797 телерадіомовних організацій, внесених до державного реєстру, 513 (64%) - приватні, 256 (32%) - комунальні, 28(3,5%) - державні.¹³ За обсягами мовлення та тиражами недержавні ЗМІ у кілька разів перевищують державні. Втім, держава фактично є монополістом у наданні послуг дротового радіомовлення, яке традиційно має досить великий вплив на людей похилого віку та жителів сільської місцевості.

У взаємовідносинах української влади і ЗМІ сьогодні намітилась тенденція до централізації. Засновниками більшості місцевих і практично всіх районних газет є органи державної влади. Причини цього, в першу чергу,

економічні, а наслідки - політичні.

Більшість українських мас-медіа - це переважно економічно непривабливі підприємства. Низька рентабельність зумовлена обмеженістю інвестицій, монополізацією окремих видів послуг, високими податками та цінами на папір. Це перешкоджає реалізації прибуткових медіа-проектів. Поява нових і перерозподіл існуючих ЗМІ, особливо суспільно-політичного спрямування, мають на меті виконання завдань політичного характеру. Функція інформування зводиться до мінімуму, перетворюючись на пропагандистську. Слід зазначити, що серед засновників українських ЗМІ переважають олігархи, які ще не мають достатньої економічної та політичної автономії від президентської влади. На думку вітчизняних журналістів, залежність від влади вітчизняних бізнесменів, які здатні утримувати ЗМІ, є визначним фактором, що обмежує свободу слова в Україні.¹⁴

Таким чином, незважаючи на досить велике представництво в інформаційному просторі України недержавних мас-медіа, держава зберігає значну присутність на ринку ЗМІ і має великий вплив на його формування, що не відповідає досвіду розвинутих демократій і створює потенційні можливості для маніпулювання громадською думкою.

Звичайно, про абсолютно незалежну пресу можна говорити хіба що умовно. Більшість фахівців впевнені, що її взагалі не може бути. Але якщо у країнах з розвинутою демократією досить повну і об'єктивну інформацію можна отримати з однієї газети або телеканалу, то український громадянин, щоб ознайомитись з тим, що відбувається, повинен переглянути принаймні чотири таких джерела, що належать різним політико-економічним угрупованням. Експерти Європейського інституту засобів масової інформації відзначають жахливу прозорість ЗМІ, що здійснювали підтримку деяких лідерів під час парламентських виборів 1998 року. Відслідковуючи характер публікацій, можна легко і безпомилково назвати "господаря" видання.¹⁵

Під час передвиборної президентської кампанії представники ОБСЄ також відзначили упередженість мас-медіа до кандидатів. Так, "Факты" і "Сегодня"

написали про нинішнього Президента відповідно 97% і 99% позитивних або нейтральних матеріалів. Газета "Урядовий кур'єр" 80% своєї площі присвятила діючому Президенту, а решті кандидатів - всього 3%. Натомість газета "Голос України" відвела Президенту менше, ніж 35% своєї площі, однак практично вся інформація була негативною. "Сільські вісті" і "Вечірній Київ" у 100% матеріалів подавали негатив на главу держави.

Заданими газети "Факти", загальний щотижневий тираж газет, які так чи інакше підтримували альтернативних Л.Кучмі кандидатів, становив 4 млн. екземплярів, включаючи місцеві видання.¹⁶ Але це складає лише 15% від загального тиражу суспільно-політичних та інформаційних видань. Серед 1895 сюжетів, записаних з 18 серпня по 30 жовтня 1999 року, що висвітлювали президентські вибори на трьох загальнонаціональних каналах, у 997 згадувався діючий глава держави.¹⁷

Державні ЗМІ виявляються найбільш заангажованими і під час обговорення суспільно значимих тем. Так, у січні 2001 року "УТН-Панорама" з цілковитою перевагою представляла позицію влади у контексті "касетного скандалу", а також позицію Генпрокуратури у справі Ю.Тимошенко(1670та 1655 секунд). Натомість опонентам слово взагалі не надавалось. Канал "1 + 1" з великою перевагою висвітлював позицію О.Мороза і М.Мельниченка порівняно з позицією влади (1345 проти 1160 секунд).¹⁸ У квітні 2001 року, висвітлюючи дискусію стосовно виборчої моделі, програма "7 днів" надавала слово лише противникам пропорційної системи (890 секунд).¹⁹

У демократичних країнах монополізації інформаційного простору державою або приватними компаніями протистоять суспільне телебачення, могутні опозиційні партії з власними ЗМІ або розвинута система кабельного ТБ. У нас же таких противаг немає. Як вважає відомий оглядач Н.Лігачова: "Справа не тільки в обмеженні права на свободу слова, а й конституційного права громадян на інформацію, тим більше про життєво важливі для них речі".²⁰

Отже, можна зробити висновок, що в Україні склалась авторитарна модель

взаємодії політичної і медіа-систем. За цих умов ЗМІ не виконують основних функцій демократичної преси.²¹ Вище ми довели спотворення інформативної функції. Те ж саме можна сказати і про освітню функцію. Серед зареєстрованих періодичних видань лише 3,7 % складають наукові і релігійні видання, 3,2% - для дітей і юнацтва, 2,6% - навчальні.²²

Існуюча авторитарно-олігархічна модель, насамперед, не дає громадянам права знати про всі дії влади і впливати на конкретних чиновників і політиків будь-якого рівня. Відсутність зворотного зв'язку створює інформаційний вакуум навколо влади. Це викликає критичне невдоволення населення. Заданими інституту соціології НАНУ на початку 2000 року не задоволені своїм життям 60,9% респондентів. Майже половина населення України вказала на відсутність у суспільстві політичних ідеалів, а близько 40% респондентів - на відсутність норм і цінностей, які об'єднують людей у державі. Тільки кожний шостий з опитаних вважає, що серед партій і рухів є такі, яким можна довірити владу. На думку 29,8% респондентів в Україні немає політичних лідерів, які могли б керувати країною, 49,4% таких лідерів не знають.²³

Як бачимо, звуження каналів обміну інформацією призводить до порушення її кругообігу в системі, а відтак до дезінтеграції структурних елементів, системної кризи політичної влади, ознаками якої в Україні стали "касетний скандал" та справа Г.Гонгадзе.

За прогнозованою фахівцями тенденцією, зіткнення кланових інтересів призведе до боротьби видань. ЗМІ змушені будуть звертатися до народу. Загальноновизнаним є визнання незалежності преси, передусім, від влади. Для розвинених демократичних країн зараз характерна стурбованість цензурою ринку, яка часом виявляється не менш згубною для інтересів суспільства, ніж прямолінійна цензура влади. Цензура ринку - це не лише контроль ідеологічної і політичної більшості, але й фінансових і політичних інтересів великого капіталу, який є не лише власником більшості ЗМІ, а й найбільшим рекламодавцем. В Україні, в умовах абсолютно нерозвиненого медіа-ринку,

головна проблема в іншому: залежність не від грошей рекламодавців, а від політичних інвестицій в пресу, без яких вона просто не в змозі вижити. Проте, проблема домінування в інформаційному просторі країни інтересів та ідеології виключно політико-бізнесового мейнстріма і нерепрезентованості в загальнонаціональних тиражних ЗМІ опозиції, відсутність істинного плюралізму для нас так само актуальна. Зараз, за повідомленням інформантів, в країні сформована робоча група для створення Громадського ТБ. Це може стати серйозним кроком на шляху до дійсно вільної преси в Україні. Тут величезною може бути роль держави, але у випадку, якщо вона дійсно буде зацікавлена в розвитку вільної преси. Не менш важливо виробити чіткі та прозорі механізми державної підтримки тих ЗМІ, які не належать великим медіа-структурам і тому не можуть самостійно вижити. Подібна практика існує в багатьох європейських країнах.

Тільки такі механізми допомоги пресі, в тому числі некомерційній, та інтернет-виданням, здатні забезпечити вільне право громадян на отримання інформації з різних джерел, забезпечити публічну репрезентацію у пресі всієї палітри існуючих ідей та думок, і таким чином, створити умови для їх конкуренції і для зміцнення демократичних основ держави/

1 Общественное мнение и власть: механизм взаимодействия / Под ред. А.А. Ручки. - К. 1993. - С. 107.

2 Конституція України. - К., 1996. - С. 12

3 Коханець Л. Комітет захисту прав журналістів знову зводить "наклеп" // Голос України. - 2000. - 25 березня.

4 Щеткина Е. Неосознанная необходимость // Зеркало недели. - 2000. - 6 мая.

5 Актуальні проблеми інформаційної безпеки України // Національна безпека і оборона. - 2001. - №1. - С. 3-38.

6 Щеткина Е. Неосознанная необходимость // Зеркало недели. - 2000. - 6 мая.

7 Актуальні проблеми інформаційної безпеки України//Національна безпека і оборона. - 2001. - №1.- С. 3-38.

- 9 Крючков Г. Україна - держава невдоволених // Голос України. - 2001. - 21 липня.
- 10 Милосердо П. Несколько слав о силе печатного слова // Факты и комментарии. - 1999. - 11 сентября.
- 11 Актуальні проблеми інформаційної безпеки України//Національна безпека і оборона. - 2001,- №1. - С. 3-38.
- 12 Биченко А., Жданов І. Соціологічне опитування УЦЕПД: народ, влада, референдум// Національна безпека і оборона. -2000. - №2,-С. 14.
- 13 Актуальні проблеми інформаційної безпеки України// Національна безпека і оборона. - 2001. - №1. - С. 3-38.
- 14 Щеткина Е. Неосознанная необходимость // Зеркало недели. - 2000. - 6 мая.
- 15 Бадрак В. Украинские СМИ потерпели поражение на выборах // Черниговский полдень. - 1998. - 17 апреля.
- 16 Милосердов П. Несколько слов о силе печатного слова // Факты и комментарии. - 1999. - 11 сентября.
- 17 Лемеш А. Нарушения выявлены. Но "победа все спишет"? //День. - 1999. - 5 ноября.
- 18 Чекмышев О. Телебачення як останній енергоресурс// День. -2001. -4 травня.
- 19 Чекмишев О. Коли вже час покаятися... // День. - 2001. - 21 липня.
- 20 Лігачова Н. Агітація без інформації // День. - 2000. - 14 січня.
- 21 Мельник М., Постульга В. ЗМІ і влада в Україні: як подолати корупцію? // Національна безпека і оборона. - 2001. - №1.
- 22 Актуальні проблеми інформаційної безпеки України // Національна безпека і оборона. - 2001. - №1. - С. 3-38.
- 23 Крючков Г. Україна держава невдоволених // Голос України. - 2001. - 21 липня.