



## РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню взаємовідносин між засобами масової інформації і громадянським суспільством. Особлива увага звертається на визначення ролі ЗМІ в контексті сучасної теорії громадянського суспільства.

Ключові слова: громадянське суспільство, засоби масової інформації, демократія, держава.

Статья посвящена исследованию взаимоотношений между средствами массовой информации и гражданским обществом. Особое внимание обращается на определение роли СМИ в контексте современной теории гражданского общества.

Ключевые слова: гражданское общество, средства массовой информации, демократия, государство.

The article investigates the relationship between the media and civil society. Particular attention is drawn to determine the role of media in the context of the modern theory of civil society.

Keywords: civil society, media, democracy and the state.

Громадянське суспільство є середовищем реалізації творчих ініціатив громадян у вирішенні соціальних, економічних, культурних проблем. Роль інструменту у цьому процесі, за допомогою якого здійснюється взаємодія між соціально активними громадянами і суспільством, відіграють засоби масової інформації.

Значення засобів масової інформації для суспільства і функціонування держави важко переоцінити. Основне завдання ЗМІ полягає в інформуванні людей щодо різних питань життєдіяльності держави й суспільства, що зумовлено потребою забезпечення сталості влади. Неоцінною є роль ЗМІ як посередника в діалозі між різними соціально-політичними силами, між владою і суспільством.

Дослідження ролі ЗМІ в житті суспільства, особливості їх функціонування не є новими для вітчизняної науки. В останні роки з'явилося чимало праць українських

дослідників, присвячених аналізу різних аспектів функціонування ЗМІ в суспільстві. Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності, питання впливу ЗМІ на процес демократичного розвитку суспільства і становлення інститутів громадянського суспільства з'ясували у своїх роботах Березенко В.В., Дзюба М.Т., Горlach М.І., Костирев А.Г., Яковлев Д.В., Прилуцький І.О.

Мета статті — розглянути роль засобів масової інформації в процесі формування громадянського суспільства України.

Виходячи з даної мети поставлено такі завдання: проаналізувати систему взаємовідносин між засобами масової інформації і громадянським суспільством; визначити роль ЗМІ у побудові громадянського суспільства в Україні на сучасному етапі розвитку держави.

ЗМІ виступають одночасно і каналом вираження думки громадянського суспільства, і засобом її формування, й інструментом контролю громадськості за владою. Тому право на інформацію, доступ до неї та забезпечення свободи слова мають важливе значення не тільки для тих чи інших осіб, а й для громадянського суспільства. Хоча в Україні не можна не відзначити великої кількості прикладів того, що між правом на інформацію і реальним доступом до неї спостерігається дедалі зростаюча дистанція. Адже донедавна приховування інформації у найрізноманітніших формах і за різних причин стало значним для всіх гілок влади, органів управління, чиновництва, суб'єктів господарювання, фінансових структур і навіть деяких громадських об'єднань. Тому надзвичайно гострою є проблема інформаційної відкритості, оскільки положення Закону України «Про інформацію» в частині отримання права на інформацію і санкцій за відмову в ній майже не працювали.

На важливості забезпечення ефективності зв'язку між громадянським суспільством і демократичною, правовою, соціальною державою шляхом розвитку засобів масової інформації наголошують і експерти Європейського інституту засобів масової інформації. Зокрема, завдяки проведеним ними дослідженням було визначено шість основних принципів, реалізацію яких щодо засобів масової інформації як однієї зі складових громадянського суспільства повинна забезпечити демократична держава: має бути широке розуміння місця ЗМІ у конституційній структурі відповідно до концепції поділу влади та ролі ЗМІ як «четвертої влади». Формування у суспільстві демократичної, цивілізованої «четвертої влади» засобів масової інформації є запорукою ефективності діяльності всього державного організму; статус, роль і права ЗМІ мають спиратися на відпрацьовану законодавчу базу, а незалежність друкованих і електронних ЗМІ повинна всіляко

заохочуватися і спиратися; керівництво державними, особливо електронними, ЗМІ має бути якомога віддаленим від діяльності політиків. Орган управління, відповідальний за фінансування і загальний політичний напрям розвитку ЗМІ, має складатися з досвідчених і шановних громадян; субсидії ЗМІ мають розподілятися на значний період часу за ухвалою органу, не пов'язаного з урядом або парламентом. Мають бути знайдені шляхи скорочення витрат на ЗМІ через систему звільнення від податків та механізми пільгового оподаткування; важливу роль у визначенні параметрів професійної діяльності ЗМІ відіграє чесна конкуренція між ними; організаційне забезпечення діяльності ЗМІ має бути демонополізованим на національному рівні, а отримання прибутків від ЗМІ такими державними структурами, як міністерства, відомства тощо, має бути заборонено законом.

Проте в сучасних умовах виникає потреба в захисті ЗМІ не лише від державного втручання, а й тієї залежності, яку породжує ринок та ринкові відносини [4, с.44-46].

Одним із шляхів подолання неструктурованості суспільства, забезпечення самоврядування і підвищення якості врядування, контролю над владою мало стати створення засобами масової інформації правових, економічних і політичних умов їхньої незалежності, вільного доступу до інформації і можливостей її об'єктивної трансляції в суспільство. Однак, оскільки інформація водночас стала одним із ключових інструментів і об'єктів політичної боротьби, то становлення сучасної системи незалежних ЗМІ в Україні перетворилось на складний та суперечливий процес.

Статус ЗМІ закріплено в Конституції України. В статті 34 говориться: «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» [7].

Головною метою ЗМІ є оперативне інформування окремих осіб, соціальних груп населення в цілому про події та явища у світі, конкретній країні, певному регіоні. Цієї мети вони досягають, виконуючи притаманні їм соціальні функції [10, с.390-391].

Засоби масової інформації виконують такі функції: пізнавальну (задоволення інформаційних потреб суспільства), забезпечення гласності, контролю і спостереження за діями суб'єктів влади, політичної соціалізації (участь у процесі засвоєння індивідом політичних знань, норм і цінностей суспільства), формування громадянськості, підтримку або критику програм і діяльності держави, державних органів, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, партій тощо. Крім загальних функцій, засоби масової інформації мають ще свої специфічні функції, властивих лише їм. До них належать функції редагування (відбір і коментування інформації) та оцінювання, що істотно впливає на формування громадської думки та суспільних настроїв.

Реалізуючі право на свободу слова, ЗМІ можуть самостійно виявляти негативні явища й факти діяльності державних та інших формувань, давати оцінку подіям внутрішнього та міжнародного життя. Це – своєрідна трибуна громадської думки, важливе джерело відображення настроїв мас, а отже, і показник результативності заходів, уживаних державою.

Утворення національної системи засобів масової інформації, що розпочалося після здобуття незалежності України, супроводжувалось переходом державних ЗМІ у нові форми власності: приватну і комунальну. Процес роздержавлення ЗМІ призвів до утворення конкурентного середовища національних та регіональних ЗМІ, що сприяло альтернативності та плюралізму інформування громадян про події. Але процес утворення суспільних ЗМІ залишався на рівні декларації різних

політичних парламентських сил, а система державної телерадіокомпанії практично уникла реформування. Можна стверджувати, що в 90-ті роки минулого століття в нашій країні утворилась авторитарна модель відносин між владою і представниками ЗМІ. Виділяються такі ознаки цього процесу: провідні ЗМІ суспільно-політичного спрямування належать державі, або перебувають під впливом невеликої кількості фінансово-промислових груп, які є залежними від влади; влада продовжує використовувати протекціоністські заходи щодо підтримки власних або лояльних до неї ЗМІ; держава здійснює адміністративний тиск та пряме втручання у діяльність ЗМІ; більшість ЗМІ заангажовані, не надають повної та об'єктивної інформації про політиків та значущі політичні події, не забезпечують комунікативного діалогу між населенням та владою, а є інструментом маргіналізації та управління масами в руках можновладців; такі функції, як кореляція, артикуляція, соціалізація, критики та контролю, що визначають демократичний характер ЗМІ, спотворені на користь функціям обслуговування, реклами та розважання; наявна нерівність можливостей доступу до інформації між різними групами населення [9, с.1].

На 90-ті роки припадає процес роздержавлення та формування ринкових відносин, що вплинуло на одночасне зростання чисельності видань та скорочення їхнього сумарного накладу. Станом на 1 січня 2001 року в Україні було зареєстровано близько 10,2 тис. періодичних видань, у тому числі понад 6,7 тис. газет, близько 2,5 тис. журналів, а також видання журнального типу (бюлетені, альманахи, календарі тощо). Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування стали засновниками та співзасновниками понад 1 тис. газет та журналів, науково-дослідні установи – близько 400, навчальні заклади – близько 600, політичні партії - понад 260, громадські організації – понад 970 видань.

Найбільше число видань належало комерційним структурам – 4594, фізичним особам – 1695.

Досить інтенсивно, особливо починаючи з середини 90-х років, розвивались електронні ЗМІ. На початок 2001 року в державному реєстрі вже налічувалося понад 790 телерадіоорганізацій, які в сукупності володіли більш як 930 ліцензіями на канали мовлення, виданими Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення. Щорічний обсяг мовлення загальнодержавних телерадіоорганізацій досяг 319 тис. годин, а регіональних та місцевих – 13 тис. Зросла популярність недержавних телерадіокомпаній, які становлять майже 60% від загальної кількості суб'єктів ефірного простору [3, с.555].

Останні роки минулого століття дали старт досить динамічному розвитку видань, які розповсюджуються через Інтернет. Тому не дивно, що вже на кінець 2000 р. в мережі Інтернет існувало понад 320 таких газет і журналів, причому деякі з них не мали друкованих аналогів. Потенціальна аудиторія зазначених інформаційних засобів орієнтовано оцінюється у 320-370 тис. постійних користувачів і близько 300 тис. тих, хто користується послугами Інтернет час від часу. Темпи зростання цього ринку сягнули 30-40%. Він стає повсякденною практикою соціального буття сучасного українця, темпи залучення до мережі збільшуються з кожним роком. У 2010 р. користувачами всесвітньої мережі визнали себе понад 30% українських респондентів [2, с.357].

Проте забезпечення населення пресою порівняно з багатьма європейськими країнами залишалось невисоким. Так, згідно з встановленими ЮНЕСКО нормами, мінімальною для цивілізованих країн кількістю джерел інформації є 100 примірників газет на рік на 1000 чоловік населення. В Україні цей показник становив 62 примірники. Якщо в 1990-1991 р.р. кожна сім'я передплачувала 3-4 видання, то тепер на одну сім'ю припадає менше одного передплатного видання. За даними

соціологічних досліджень, газети та журнали передплачує лише трохи більше третини опитаних громадян. У деяких регіонах не виходить майже половина зареєстрованих видань.

Важливим кроком на шляху утвердження свободи слова стала законодавча заборона цензури. Закон України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 року затвердив основні принципи у цій сфері: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією; достовірність і повнота інформації; свобода вираження поглядів і переконань; правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації [5]. Прийнятий в тому ж році Закон України «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні» від 16 листопада 1992 р. підтвердив гарантії їхніх прав і свобод, визначив регулювання стосунків між редакціями, громадянами та організаціями [3, с.555-556]. Закон «Про телебачення та радіомовлення» від 21 грудня 1993 р. визначив економічні, юридичні та організаційні засади функціонування електронних ЗМІ. Для регулювання діяльності ЗМІ були прийняті й інші закони: «Про авторське право та суміжні права» від 23 грудня 1993 р., «Про державну таємницю» від 21 січня 1994 р., «Про інформаційні агентства» від 28 лютого 1995 р., «Про рекламу» від 3 липня 1996р., «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні» від 23 вересня 1997 р., «Про державну підтримку ЗМІ та соціальний захист журналістів» від 23 вересня 1997р. Загалом питання свободи слова та інформаційної діяльності були висвітлені в понад 110 нормативно-правових документах – законах, Указах Президента України та постановах Кабінету Міністрів. В 1995 році було створено на базі колишнього Державного комітету по пресі, Міністерство у справах преси та інформації України (з 1996 р. Міністерство інформації України, яке існує до 1999 р.), яке забезпечує дотримання засобами масової інформації законодавства



України й проводить реєстрацію періодичних друкованих видань. З метою вдосконалення системи управління державного телебачення та радіомовлення України, згідно з указом Президента від 3 січня 1995 р. було створено Державний комітет з телебачення та радіомовлення. Наступні зміни відбулися наприкінці 2005 року, коли питання мовної політики було вилучено у Держтелерадіо і передано до Міністерства культури України. На початку 2006 року функція реєстрації друкованих ЗМІ, була передана до Міністерства юстиції України [6].

Наявна законодавча база загалом створює правові можливості вільно виражати й поширювати свої думки, ідеї та інформацію. Проте закладені в ній норми значною мірою нівелюються практикою її застосування. На жаль в Україні і досі широко застосовуються судові механізми тиску на ЗМІ, особливо у вигляді позовів проти них щодо захисту честі та гідності та компенсації моральних збитків. У більшості випадків позивачами були чиновники або політики.

В Україні рівень довіри до ЗМІ відносно невисокий. За даними опитування проведеного компанією Research & Branding Group в 2010 році, 56% українців в цілому довіряють ЗМІ, а 38,5% - не довіряють. Знову ж таки, найбільшою довірою користувалось телебачення: 69% респондентів використовують телебачення як основне джерело інформації (73% – на південному сході і 65% – на заході). 81% опитаних отримують інформацію з центральних телеканалів і 37% – з місцевих ЗМІ. Згідно з результатами соціологічного дослідження до центральних телеканалів рівень довіри вищий (54%), ніж до місцевих (близько 16%) [1]. І, нарешті, якість і напрям впливу залежить від рівня об'єктивності, неупередженості й аналізу інформації, яку надають ЗМІ. Найкраще це проявляється під час виборчих кампаній та в інші критичні моменти життя суспільства.

Не дивлячись на те, що частка державної власності на друковані ЗМІ скоротилася приблизно до чверті, а на телевізійні та радіоканали – приблизно на 20 %, виконавча влада має значні можливості впливати на ЗМІ, використовуючи механізми реєстрації та ліцензування, а на електронні ЗМІ, крім того, за допомогою розподілу частот та розцінок на окремі технічні послуги. Широкого розповсюдження набула також практика вибіркового податкового тиску на опозиційні ЗМІ.

Особливо серйозні проблеми виникли із незалежністю ЗМІ, що перебувають у приватній власності. Проявилась тенденція до створення потужних медіа-груп, які об'єднують по кілька популярних комерційних ЗМІ і відіграють помітну роль у інформаційному середовищі. Проте їхня фінансова залежність зумовлює недостатню об'єктивність, упередженість у подачі інформації, вихід замовлених передач. Реалізація принципу свободи журналістської творчості в комерційних засобах масової інформації час від часу входить в протиріччя з бізнесовими інтересами підприємницьких структур та їх власників. Держава не здійснює повною мірою свої функції щодо засобів масової інформації. Не були створені рівні умови економічної діяльності, які стимулювали б конкуренцію ЗМІ та захищали б їх від проявів монополізму, враховуючи національні інтереси держави і вітчизняного ринку. Замість цього з боку держави, її фіскальних та інших контролюючих органів часом проявляється неприпустимий вибірково-тенденційний підхід до ЗМІ.

Гострою проблемою законодавчого забезпечення статусу ЗМІ залишається існуюча на сьогодні практика обмеження доступу до інформації через віднесення її до державної таємниці. Така практика суперечить Рекомендації Парламентської Асамблеї Ради Європи №1722 (2005 р.) щодо виконання обов'язків та зобов'язань Україною. Вона рекомендує Україні терміново розсекретити незаконно



