

РОЛЬ НЕЗАЛЕЖНИХ МАС-МЕДІА В ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Постановка проблеми. Актуальність даної теми визначається внутрішньополітичними та культурними процесами в Україні. Оскільки Україна у міжнародному інформаційному просторі позиціонує себе як демократична, прогресивна, правова держава, то відповідно така сфера суспільного життя як ЗМІ (засоби масової інформації) повинна відповідати всім світовим вимогам. До прикладу, де-юре в Україні існує плюралізм поглядів, що панують в ЗМІ, проте як показує практика, насправді ситуація є іншою. Не всі джерела публічного висвітлення інформації – газети, телебачення, радіо є об'єктивним, вільним та незалежним. Саме тому постає питання про незалежність ЗМІ саме в Україні, ступінь її залежності від влади та те, чи правдива інформація циркулює в суспільстві?

Тому дана робота присвячене дослідженню цієї проблеми та її проявів в сучасному медіа просторі. **Метою нашого дослідження** є аналіз ролі незалежних мас-медіа в демократичному суспільстві.

Для розкриття даної мети ми ставимо наступні **завдання**:

- прослідкувати основні тенденції розвитку преси, телебачення, радіо та загалом мас-медіа в сучасній Україні;
- показати ступінь відповідності сучасних ЗМІ в Україні основним принципам демократичної організації суспільства;
- проаналізувати ступінь заангажованості українських мас - медіа

Предметом дослідження є система взаємовідносин між суб'єктами медіа - ринку та безпосередня структура формування інформаційного простору в Україні.

Об'єктом дослідження виступають процеси творення конкурентних засобів комунікацій в межах українських реалій.

В межах постійного «державотворчого» процесу в Україні, така сфера як засоби масових комунікацій також знаходиться в стані постійного динамічного розвитку. Можна зробити висновок, що на кожен історичний етап припадає окремий виток розвитку ЗМІ. Цей феномен вивчали як іноземні, так і українські вчені. Із дослідників американської соціології та політології такі як: Елвін Тоффлер, Гарольд Ініс та Маршал Маклюген, Джон Мільтон, Джон Міль та Томас Джефферсон. Серед сучасних українських вчених виділяють таких як: Н.Костенко, С.Макеєв, А. Клепіков, М. Томенко, А. Колодій [2].

Засоби масової інформації (ЗМІ), мас медіа (Mass media) – преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи і відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити і панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. В часи СРСР вживалось поняття ЗМПІ, що уособлювало політичні погляди тогочасної влади, що використовували джерела комунікації як інструмент маніпуляції свідомістю людей, звідси і розуміння аббревіатури ЗМПІ як засобів масової інформації та пропаганди.

З появою і поширенням мережі Інтернет з'явилися інтернет-ЗМІ. Вони швидко завоювали популярність, хоча їхня аудиторія покищо набагато менша, ніж «традиційних» (як їх стали називати) ЗМІ. Майже всі ЗМІ мають сайт и в Інтернеті, на багатьох з них публікуються регулярно оновлювана інформація: як правило, це інтернет-версії тих самих матеріалів, іноді вони виходять із затримкою, іноді до матеріалів та / або архівів доступ є платним. [3]

Мас-медіа є невід'ємною частиною сучасного демократичного суспільства, оскільки вони :

- надають інформацію про діяльність влади та інші важливі аспекти суспільного життя, уможливаючи в такий спосіб контроль влади та її рішень громадянами;
- є форумом громадських дискусій і реалізації у такий спосіб важливих цілей громадянського господарства;
- є способом реалізації права особи на свободу слова.[2]

Тенденції до поділу влади між кількома власниками, котрі обирають лінію поведінки і, відповідно, інформаційний контекст ЗМІ спостерігається не тільки на ТВ-ринку, така ситуація вже давно проникла у сферу друкованих ЗМІ. До прикладу в руках Рената Ахметова є кілька газет, та регіональних каналів. Медіаактиви – видавництво «Сьогодні»; мультимедіа – щоденна газета «Сьогодні», інтернет-портал «Сьогодні». Також на телебаченні це канал: ТРК Україна [1].

Щодо радіо програм, то прослідкувавши за ефіром хоча б кілька годин можна почути безліч реклами, замовного тексту та прокручування проплачених новин чи музики, тощо.

Основна проблема на сьогоднішній день в сфері суспільних комунікацій полягає в тому, що недостатня кількість фінансування від державного сектору приводить журналістів, видавці, медіа-персон користуватись додатковими джерелами фінансування, чи то від іноземних компаній, чи то від певних впливових осіб. Досвід отримання підтримки з-за кордону не завжди є негативним, таким прикладом є тижневик «Український тиждень», контрольний пакет акцій якого належить Австрійській компанії. Додає ентузіазму те, що Україна останніми роками, в межах інтеграційних процесів, активно співпрацює із державами Західної Європи, котрі мають вагому історію розвитку інформаційної сфери і часто є справді незалежними від таким тривіальних причин як гроші чи то вплив з боку владних структур. Їхній досвід, перенесений до України дає сприятливі результати, проте спеціалісти Ради Європи, на жаль, досі визнають, що українські ЗМІ ще не можуть позбутись радянських кліше, та стандартів подачі інформації і саме тому ми не можемо претендувати на повноправне визнання наших ЗМІ незалежними та демократичними.

Величезна корумпованість видань та медіа, зосередженість влади в руках окремих зацікавлених в особистій вигоді осіб, відсутність державної підтримки, зниження професіоналізму журналістів, байдужість громадян та політична ситуація в країні суттєво впливають на сповільнення розвитку європейської моделі діяльності ЗМІ в Україні.

Україна протягом тривалого часу боролась за можливість говорити вільно, без страху та рідною мовою, це найочевидніше показують історичні події і регулярні заборони книгодрукування та вільного висловлювання української на теренах нашої держави. Так і сьогодні українські журналісти-ентузіасти, а правильніше сказати справжні патріоти та професіонали, борються за власну свободу та недоторкану територію інформації без спотворень. На українському медіа ринку була спроба показати себе як державу із справжньою свободою слова, апогеєм цього дійства стало проведення зустрічі Всесвітньої асоціації видавці, де привселюдно журналісти почали скандувати «Свободу ЗМІ!». Протест було придушено, як завжди, силовими методами. Якщо пригадати приклад Георгія Гонгадзе, то стає млясо. Власне, коли з'являються видання, котрі можуть в реальному режимі генерувати щотижневу, свіжу, правдиву інформацію, вони неодмінно потрапляють під вплив тиску з боку держави, або приватних осіб. Як правило це проявляються у зупинці тиражу чи забороні доступу на найвпливовішій арені масових комунікацій.

В межах таких умов на ринку зникає об'єктивна преса, оскільки в іншому випадку, їй потрібно підлаштовуватись під т.з. «правила гри», це в свою чергу приводить до таких наслідків:

- преса стає наскрізь просякнута суб'єктивними твердженнями;
- зникають сенсаційні дослідження актуальних тем (не беручи до уваги особисте життя медійних лиць);
- події висвітлюються не збалансовано інформацію, чим викривляє сприйняття самої інформації [7].

Якщо в сфері друкованих ЗМІ можна очікувати на відносну незалежність, коли з'являється вільне джерело фінансування, не зацікавлене у просуванні власних ідей, що в принципі є міфічним, то в сфері медіа: ТВ, радіо то тут ситуація суттєво ускладнюється внаслідок того, що йде постійна конкурентна боротьба за рейтинг, та прайм тайм, з'являється таке поняття як «джинса», «темники» та зникає абсолютно всяка надія на громадське воістину незалежне телебачення, та радіо. Оскільки підтримка проектів такого характеру має йти з боку держави, то відповідно в Україні такий інститут неможливий. Кидається в очі те, що навіть опозиційні сили не можуть, чи-то не хочуть посприяти створенню такого каналу комунікацій. Кожна свідома людина розуміє наскільки сильним є вплив інформації на масову свідомість людей. Завдяки ЗМІ можна сформулювати або спростувати ту чи іншу думку, завуалювати правду, сказати брехню в потрібному руслі. Найстрашнішим є те, що інколи, навіть, авторитетні канали, газети, журнали, та навіть соціальність мережі, починають випускати у світ не істинну, першоджерельну інформацію, а ту, котра є вигідною. Ми вважаємо, що це перш за все є неповагою до слухачів, читачів та громадян загалом. Оскільки навіть в Конституції України зазначено право про свободу висловлювання думок і переконань плюралістичного спрямування, а не шаблонного набору інформації, що підтверджує ідеологію тієї чи іншої владної групи осіб чи державного апарату загалом.

Джинса – сленгове слово, яке використовується переважно у медійній спільноті. Синонім терміну «прихована реклама». Означає зумисну приховану рекламу або антирекламу, подану у вигляді новин, авторських текстів, аналітики й телевізійних програм тощо.

Тёмник – щоденна в 2001–2004 роках закрита директива керівництву українських ЗМІ, яка містила детальні інструкції щодо того, яким чином треба висвітлювати в новинах політичні події в Україні. Назва «темник» походить від початкової назви цього документу: «Темы недели» [5].

Доказом того, що незалежні ЗМІ стоять над прірвою приватизації всіх сфер масової комунікації є список найвідоміших каналів та їх власників.

Тобто ми можемо спостерігати тенденцію до приватизації значного сегменту ринку, котрий займає більшу частину ефірного часу і просто «годує» народ «бракованою», кілька разів профільованою інформацією, котра не несе в собі ні просвітницько-освітніх цілей, ні інформуючи, розважальних, етично-виховних функцій. Про це свідчить хоча б 130 місце України в рейтингу Freedom House, де ми знаходимося майже на дні визнання ліберальності та свободи слова через утиски ЗМІ владою [6, с.14-17] Незалежними ЗМІ в Україні не можуть бути апріорі тому, що корумпованість і відсутність реального платцдарму для розвитку немає. Надія залишається за ентузіастами, котрі готові боротись, вкладати та розвивати журналістику та інформаційну сферу, шукати альтернативні варіанти. Ми вважаємо, що навіть за таких умов ситуація і інформація сприймається суб'єктивно, проте це значно краще, ніж тоталітарна модель видачі стандартної інформації.

Щодо альтернативи, час і розвиток технологій підкидає нам нові можливості, ми маємо на увазі всесвітню мережу інтернет. Інтернет мережа може поламати всі стереотипи про творення інформаційного простору, це той прямий зв'язок із світом, який допомагає отримувати інформацію миттєво, самому впливати та формувати інформаційне поле власноруч. Це якраз та недоторкана і неконтрольована частина простору, де люди не бояться мислити вільно. Щодо не контрольованості хочеться додати, що зараз в країнах авторитарного режиму спостерігається дике, середньовічне варварство ХХІ століття, коли людям забороняють доступ до певних сайтів, активно відфільтровують контент і блокують сайти. Це можна сприймати позитивно, коли це стосується таких речей як насилля, порнографія чи пропаганда наркотиків, проте це набирає обертів невіртуальних, а цілком реальних обмежень людської свободи навіть в такому ліберальному, плюралістичному полі думок як Інтернет. Величезна кількість форумів на найрізноманітніші теми, сайтів, блогів, інтернет-видань, онлайн-конференцій – все це робить інтернет унікальною площадкою для розвитку вільномудства та свободи слова, навіть за найжорсткіших умов та контролю.

З усього вище сказаного вимальовується не вельми щаслива картина подальшого розвитку сфери ЗМІ в Україні, проте промені світла падають на сумлінних журналістів, на представників влади, котрі справді хочуть і мають можливості будувати демократичну, правову державу західного зразка.

Висновки. Дослідивши роль мас – медіа в сучасних політичних умовах, варто зазначити, що велику роль грає людський фактор і будь-яка інформація може потрапляти під категорію «суб'єктивна», проте сам потік інформації, її коловорот не повинен бути регульованим. Обмін інформацією є абсолютно самостійним процесом, котрий не терпить втручання, тому так важливо підтримувати «сприятливий інформаційний клімат» в Україні, що стала на шлях демократичної, сильної, відкритої, активної, правової держави, якій варто підтримувати цей статус у всіх сферах життя.

Література

1. Гришук Н. Володарі думок або кому належить медіапростір України.:
2. [Електронний ресурс]. – <http://mikhailzlotaryov.blogspot.com/2011/04/blog-post.html>
3. Основи демократії: Підручник для студентів вищих навчальних закладів// За заг.ред. А.Ф. Колодій. Третє видання, основне і доповнене – Львів: Астролябія, 2009. – 831с.
4. Онуфрив С.Т. Політичний дискурс ЗМІ України у світовому інформаційному просторі. Київський національний університет імені Тараса Шевченка...:
5. [Електронний ресурс]. – <http://mikhailzlotaryov.blogspot.com/2011/04/blog-post.html>
6. Український тиждень/№17-18(285-286)26.04-16.04.2013. –12-14 с.
7. Хто контролює українські ЗМІ? В. Яворський та В.Якубенко:
8. Хто створив маніпулятивну систему ЗМІ ??/Український тиждень/№36(253)07/ – 13.09.2012.– 14-17с.
9. Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної української нації: монографія / Гончарук Т. В., Гнаевич Н. В., Гурик М. І., Рудакевич О. М., Томахів В. Я., Чигур Р. Ю., Шумка М. Л.; кер. авт. кол. О. М. Рудакевич. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – 255 с.