

Роль ЗМІ у сприянні європейській інтеграції

Уклали: В. Зам'ятін, І. Підлуська

Редактор: В. Зам'ятін

До книги увійшли статті українських та іноземних журналістів і фахівців у галузі ЗМІ про сучасний стан, проблеми і можливості засобів масової інформації та їх роль у поінформованні суспільства про ідеї та цінності європейської інтеграції. Збірка адресована теперішнім і майбутнім журналістам, політикам, аналітикам і всім, хто цікавиться питаннями європейської інтеграції та інформаційною сферою.

**Видання цієї книги стало можливим
завдяки підтримці Європейської Комісії**

Видано у травні 2001 року

© 2001 Європейська Комісія

Точки зору, висловлені у публікації, є виключно позиціями авторів і не можуть вважатися відображенням політики чи позиції Європейської Комісії

ВСТУП

Коли десятиліття тому у центрі Європи постала нова незалежна держава - Україна, курс на інтеграцію до європейської спільноти здавався багатьом цілком природним, з огляду на багатовікову історію зв'язків між Україною та іншими європейськими державами. Спливав час, країни Центральної та Східної Європи робили рішучі кроки у напрямі набуття членства у Європейському Союзі. В Україні ж європейська інтеграція була проголошена стратегічною метою, приймалися політичні заяви і законодавчі акти, однак було дедалі очевидніше, що ні українські владні структури, ні суспільство ще не готові до інтеграції з ЄС. Попри зусилля численних організацій, значна частина українського суспільства досі не вважає напрямок європейської інтеграції за пріоритетний і, відповідно, не спонукає владу до реформ. Очевидно, суспільству потрібно дещо більше, ніж декларації і заклики. Чи можуть дати це "більше" засоби масової інформації? Чи можуть (і чи повинні) вони виконувати принаймні подвійну роль: просвітницьку і "двигуна інтеграції"?

Вважаючи інтеграцію до європейських і євро-атлантичних структур першочерговим внутрішньополітичним завданням для України, а поширення в Україні інформації з питань європейської інтеграції та залучення громадянського суспільства до обговорення цих питань - безумовним пріоритетом, Фонд "Європа ХХІ" за підтримки делегації Європейської Комісії в Україні провів дослідження участі засобів масової інформації у створенні суспільного попиту на реформи і просування України до інтеграції з європейською спільнотою. Частину результатів цього дослідження ми й пропонуємо до Вашої уваги. Запросивши досвідчених журналістів сформулювати своє бачення проблем ЗМІ та їх ролі у кращому інформованні громадськості про процеси європейської інтеграції, ми сподівалися одержати відповідь на питання як саме ЗМІ можуть сприяти зростанню в українському суспільстві поінформованого "попиту на інтеграцію" у європейські структури, а також започаткувати у журналістських і дослідницьких колах дискусію про шляхи залучення суспільства до реалізації євро-інтеграційних намірів України. Наскільки добре нам це вдалося - судити читачам.

Можливо, не з усіма висновками наших експертів можна погодитися. Однак питання, порушені авторами статей, що увійшли до цієї збірки, змушують замислитися над проблемами становлення громадянського суспільства, формування світогляду еліт, зміни ролі ЗМІ у період переходу від тоталітаризму до демократії, та усвідомлення цієї ролі самими ЗМІ. За всього розмаїття поглядів, висновки авторів свідчать про те, що лише незалежні

демократичні ЗМІ здатні стати однією з дієвих рушійних сил залучення України до загальноєвропейських процесів. Сподіваємося, ця збірка стане у пригоді всім, хто цікавиться роботою ЗМІ та питаннями євроінтеграції.

ЗМІ як Ахілесова п'ята української демократії

*Олександр Чекмишев,
кандидат філологічних наук, доцент,
заступник директора Інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
генеральний директор Центру перепідготовки
і підвищення кваліфікації журналістських кадрів
Київського національного університету "Вища школа ЗМІ",
голова комітету "Рівність можливостей"*

В Україні за десять неповних років незалежності так і не з'явилися незалежні медіа. Коли Україна стала першою у світі країною, що добровільно відмовилася від третього за потенціалом ядерного арсеналу, оголосила, а потім і закрила Чорнобильську АЕС, отримала право головувати у Раді безпеки ООН, почала послідовно розв'язувати проблеми національних меншин, уникнувши збройних конфліктів, що періодично спалахують на територіях колишнього СРСР та Югославії після дезінтеграції цих країн, здавалося, що щасливий квиток уже в неї в кишені.

Однак у міру того як з року в рік молоду українську державу потрясали корупційні скандали, що вилилися спочатку у спеціальні слухання з цього приводу у конгресі США, а потім і безпрецедентну справу з арештом у цій країні колишнього прем'єра Павла Лазаренка та звинуваченні його у відмиванні грошей й отриманні хабарів у сумах, які достойні Книги рекордів Гіннеса, рожеві надії українців та ентузіазм західних партнерів почали змінюватися на песимізм та роздратування.

Проголосивши свою незалежність 1991 року, Україна постала перед цілим комплексом проблем, які мусила вирішувати одночасно: створення інститутів держави на уламках адміністрації колишньої союзної республіки, реформування колапсувальної соціалістичної економіки на ринкову, перетворення однопартійної диктатури та багатопартійну демократію та багато іншого. Тому особливо важливим інструментом для проведення справедливих виборів, здійснення прозорої приватизації, активного залучення донедавна заляканих і пасивних громадян до побудови громадянського суспільства повинна була стати вільна преса.

Економічний колапс початку 90-х поставив пресу перед невідомими досі викликами, оскільки досі вона звикла централізовано і практично за безцінь отримувати папір, витратні матеріали та поліграфічні послуги. Преса мусила перетворюватися на реальний бізнес, де діють об'єктивні економічні закони. Так само як більшість державних заводів і фабрик преса виявилася до цього не готовою. З іншого боку державні чиновники, які поздавали партійні квитки, але так і не позбулися радянського менталітету не поспішали відмовлятися від інструменту пропаганди, яким були медіа упродовж сімдесяти з гаком років. На тлі безпрецедентного стрибка цін та запровадження податків, які вимивали кошти з редакційних бюджетів раніше, ніж газети встигали витратити гроші, отримані від передплати, на папір та поліграфічні послуги, держава розродилася цілою зливою постанов та указів, формально

покликаних підтримати журналістику, а насправді спрямованих на те, аби зробити пресу ще слухнянішою, ніж у радянські часи - однак тепер уже за допомогою не адміністративних, а фінансових важелів.

Однак навіть за таких несприятливих умов після появи у Києві першої незалежної газети "Киевские ведомости" частка недержавних газет постійно зростала. Пізніше також з'явилися недержавні радіо та телекомпанії. Водночас, з огляду на економічну кризу, що поглиблювалася, загострювалися і проблеми виживання медіа - не лише економічні, але й політичні.

До виборів 1994 року українські медіа підійшли в ситуації, коли в одному інформаційному просторі діяли ЗМІ, засновниками яких були органи державної влади, перші комерційні ЗМІ, а також ЗМІ - органи новостворених партій. Крім того незначний, проте достатньо важливий сегмент інформаційного ринку займали галузеві медіа. Така ситуація означала, до державні ЗМІ могли розраховувати на фіксовані бюджетні дотації, податкові та інші пільги, менше платити за поліграфічні послуги, мати фіксовані квоти на папір і т.д., а інші розраховувати лише на прибутки за рахунок рекламної діяльності та передплати. Така ситуація зумовлювала на перший погляд цілковито парадоксальні моделі, коли, скажімо, газета, крім своєї основної діяльності займалася торговими операціями з алкоголем і тютюном, нерухомістю чи навіть трунами, займалася додатковим видавничим бізнесом.

Відтак рівень підтримки кандидатів з боку медіа значною мірою визначався політичними симпатіями представників влади, які контролювали конкретні ЗМІ, а також можливістю кандидатів домовлятися з журналістами. Попри декларування окремими кандидатами партійної приналежності, загалом вибори відбулися не на партійній основі. Наявність межі особистого виборчого фонду породило масові зловживання у вигляді готівкових розрахунків за політичну рекламу, а також такі форми як обіцянки вирішення кандидатом низки проблем округу за рахунок посадового становища та особистих зв'язків.

Отож вирішуючи біжучі економічні проблеми та розглядаючи вибори як можливість поліпшити своє фінансове становище, надаючи агітаційні послуги кандидатам, хаотично шукаючи можливостей заробити на замовних матеріалах, українські ЗМІ проспали одну з найбільших загроз, які колись перед ними виникали.

Досі ЗМІ мали справу лише з владою (з якою переважно воліли не конфліктувати) та розрізненими нескоординованими між собою бізнесовими інтересами. Влада могла надати пільги за відповідні соціальні замовлення. Бізнес - винагороду за замовні матеріали. Однак усе змінилося після того, як в країні з'явилися і почали набирати силу ті, кого пізніше почали називати олігархами. Крім податкових пільг для власного бізнесу та здобуття політичної влади як його гаранта олігархи відчували потребу мати власну пресу радіо та телебачення. Однак на новому етапі їх уже не міг задовольнити контроль над однією газетою чи телеканалом. Сповідуючи принцип МакЛауда, означений тезою В'ячеслава Піховшека "повинен залишитися тільки один", кожен олігарх, аналогічно до того, як він прагнув замкнути на собі всю політику і економіку держави, так само прагнув підпорядкувати собі увесь інформаційний простір. Зараз, напевне вже важко пригадати, хто перший "дав сигнал" до початку активного перерозподілу українського медійного ринку. Окремі аналітики, приміром, називають Павла Лазаренка.

Станом на 1995 рік українські ЗМІ остаточно закріпилися у новому статусі. Довгі роки будучи "колективним пропагандистом, агітатором та ще й і організатором", ненадовго ковтнувши коток романтичної свободи кінця 80-х - початку 90-х років та самоусвідомлення себе в ролі "четвертої влади", "сторожового пса демократії" та "громадського контролера", українська журналістика не витримала спокуси отримати замість постійної нестабільності й економічних негараздів економічний і політичний "дах", платою за який - обслуговування потреб тієї чи іншої фінансово-політичної групи.

Журналістика перестала бути журналістикою

Зовні ніби то нічого не змінилося. Так само виходили газети, працювали телерадіокомпанії. Можливо не до кінці усвідомлюючи того, що сталося, окремі журналісти відверто обурювалися коли за результатами спостереження за перебігом парламентських виборів-98 моніторингові групи, зокрема ОБСЄ, Європейського інституту ЗМІ, комітету "Рівність можливостей", що діяли в Україні за підтримки чи на замовлення таких міжнародних організацій як ОБСЄ, Європейська Комісія, Агентство з міжнародного розвитку США, Дім Свободи, Фонд Вестмінстер Об'єднаного Королівства, Програма Матра КАП посольства Королівства Нідерландів у своїх висновках практично одностайно зробили висновок, що під час виборів українські ЗМІ не забезпечили належного рівня доступу виразників ідей та поглядів різних політичних сил та еліт, необхідного для плюралізму думок та повноцінної громадської дискусії, не забезпечили громадян інформацією достатньою для усвідомленого вибору, а ті, хто намагався це зробити зазнавали хоч і юридично вмотивованих, однак з огляду на їх частоту упереджених перевірок з боку правоохоронних та податкових органів, зазнавали тиску і навіть нападів з боку кримінальних структур.

Інакше кажучи, ЗМІ перестали інформувати громадян, замінивши інформування на маніпулювання інформацією та громадською думкою. Наївно думати, що олігархи зваблювали чи силою прибирали до рук медіа і журналістів, хоча такі варіанти перепідпорядкування ЗМІ також мали місце. Все набагато серйозніше, оскільки в контексті доведеної до краю прірви української економіки (не без активної участі тих же олігархів) саме поняття ринку ЗМІ виглядає абсурдом. Зовні все виглядає нібито респектабельно. Так, станом на 2000 рік в Україні було зареєстровано понад 10 тис. періодичних видань (із них 1858 газет та 2000 журналів.) Більшість - з місцевою сферою розповсюдження: 6410. Зокрема 5432 газети та 662 журнали. Решта - це збірники, альманахи, дайджести, бюлетені та календарі. Крім того, упродовж 1995 - 1999 років Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення було видано 791 ліценцію різним телерадіомовникам. Зокрема 73-м телерадіомовним організаціям (з них 67 ефірних, 2 ефірно-кабельних, 4 - ефірно-дротяні), 346 - телемовним (258 ефірних, 76 кабельних, 8 ефірно-кабельних, 4 супутникові), 372 радіомовним (113 ефірних, 255 дротяних, 4 ефірно-дротяних). З них 78 державних телеорганізацій (24 телерадіомовні, 2 телемовні, 2 радіомовні). Однак уся ця статистика втрачає сенс, коли згадати, що з огляду на скорочення купівельної спроможності населення. Станом на 2000 рік менше 20% громадян мали змогу відносно регулярно купувати чи передплачувати бодай одну газету. Що стосується телебачення і радіо, то достатньо назвати обсяг рекламного ринку України з її 49-та мільйонами населення - 35 мільйонів доларів. Тобто менше, ніж у провінційному американському Хартфорді з населенням 120 тисяч.

Саме тому нині поняття "незалежні ЗМІ" в українському контексті сприймається з великою мірою іронії, хоча в нормальних суспільствах насправді не є чимось абстрактним, а цілком реальною і дуже жорсткою ... залежністю. Залежністю від того, хто читає, дивиться, слухає, а відтак і платить за отриману інформацію чи "голосує проти", відмовляючись купувати газету чи вносити абонентську плату за користування телеканалом. А тепер уявіть загальнонаціональний, ну бодай регіональний телеканал, перегляд передач якого можливий тільки через передплату чи придбання картки для декодера. Правильно, сьогодні таке в Україні неможливе. З огляду на вже згадані дані досліджень про реальну кількість регулярних читачів говорити про платне телебачення як мінімум несерйозно. Звичайно, переважна більшість медіа у розвинутих країнах існує не стільки за кошти споживачів (їх частка справді мінімальна), скільки за рахунок реклами. Це так. Але саме кількість читачів чи глядачів є основним показником, що визначає індекс рекламної привабливості газети чи телеканалу.

Від кого залежать газети, коли вони не залежать від читача?

ЗМІ залежать від того, хто може компенсувати брак коштів від недоотриманої передплати чи реклами (великі рекламні пакети, за які треба розплачуватися політичними чи іншими послугами - тема іншої розмови). Тому боротьби за читача для багатьох медіа перетворилася на боротьбу за "дах".

Звичайно, не всі газети і телеканали просто продаються. Є багато інших гнучкіших, респектабельніших форм. Це помітно навіть на рівні редакційної політики, коли одні медіа тією чи іншою мірою ототожнюючи себе з певною особою та колом її інтересів принаймні намагаються зберегти пристойне обличчя і забезпечують тим самим бодай відносний рівень якісного інформування, а інші, обслуговуючи інформаційні потреби "опікуна" вдаються лише до примітивного пі-ару на його користь та до "чорнухи" на адресу опонентів.

Там чином в країні з колапсуючою економікою олігархи стали єдиною запорукою фізичного існування того, що лише віддалено нагадує мас медіа.

Рівень якісного інформування не є абстрактною категорією

Відповісти на запитання чи забезпечують ЗМІ людей інформацією, достатньою для того, аби на її підставі приймати усвідомлені рішення достатньо просто. У листопаді-грудні 2000 року Асоціація "Спільний простір" та комітет "Рівність можливостей" здійснювали моніторинг українських медіа з цього приводу і прийшли до висновку, що жодне загальнонаціональне чи значне київське видання, яке було обране об'єктом дослідження, збалансованого інформування не продемонструвало. Більшість газет у різних пропорціях надали перевагу висвітленню позицій уряду, однак такі газети як "Киевские ведомости", "Факты и комментарии", "День", "Сегодня" хоч і надали представленню позиції уряду більше площі, ніж позиції опонентів, оприлюднили матеріали останніх у більш гострій негативній тональності стосовно дій уряду. Газети "Вечерние Вести" та "Молодь України" звертали більше уваги на позицію опонентів уряду, однак висвітлювали її у переважно негативній тональності по відношенню до опонентів.

Нині реальний розподіл газет та телеканалів перестає бути секретом не тільки для аналітиків, а й для читачів і глядачів. І це при тому, що значна частина українських ЗМІ, які фактично тією чи іншою мірою є партійними, не спішать відкрито заявляти про свою приналежність, бо й значна частина партій мають олігархічне походження. Звичайно, можна говорити про різні форми контролю. Одні редакції самі домовляються про співпрацю, шукають фінансової підтримки, тим самим маючи змогу захистити усталену редакційну політику, визначивши межі впливу інвестора. В інших випадках, коли видання "перепродається" (викупується пакет акцій), рівень незалежності редакційного колективу визначає сам інвестор.

Напівсирі схеми фінансування ЗМІ, намагання приховати за респектабельними вихідними даними "засновник - трудовий колектив редакції" справжнього власника зруйнувало довіру населення до ЗМІ. Злива так званого "компромату", яку вихлюпнули на пересічного громадянина українські ЗМІ (особливо під час виборів 1998-99 років, коли за допомогою підконтрольних медіа різні фінансово-політичні угруповання з'ясовували між собою стосунки), наблизила українські ЗМІ до небезпечної межі - повного спотворення однієї з найважливіших функцій медіа - громадського контролю. Достатньо згадати, що частка матеріалів з негативною тональністю під час виборів 98-99 років сягала 75% усієї інформації, яку отримував пересічний громадянин.

Проста людина-читач чи глядач опинялася у двозначній ситуації: з одного боку оприлюдненої у ЗМІ інформації про неприглядні вчинки політиків і чиновників більше ніж достатньо для їх відставки і судової відповідальності, з другого - критиковані політики і чиновники навпаки підвищували свій статус і посідали вищі посади, з третього боку - в результаті посилювалася зневіра людей до влади, віра у ефективність ЗМІ і навіть віра у

власні сили щось змінити. Низька соціальна мобільність населення, до якої, окрім іншого, причетні медіа, створило несприятливі умови для участі громадян у реформах та громадському житті, а значить і ідеальні можливості для зловживань та корупцію з огляду на відсутність механізму громадського контролю, яким за нормальних умов покликана бути вільна преса. Українці схильні до корупції не більше, ніж німці, американці чи французи, але саме відсутність громадського контролю, який став неможливий без вільних медіа, перетворив Україну на одну з найкорумпованіших країн.

Ситуацію ускладнює те, що економічна ситуація, яка штовхає ЗМІ в обійми олігархів, практично зводить нанівець зусилля міжнародних фондів та донорських організацій, котрі підтримують проекти, спрямовані на підтримку вільної преси. У більшості випадків такі проекти просто не дають очікуваних результатів, оскільки не розраховані на комплексні зміни. До того ж усталена практика використання частини іноземної допомоги на створення робочих місць у допомогових організаціях для іноземних громадян, які часто не можуть знайти роботи в себе вдома, породжує жахливу некомпетентність та непрофесіоналізм у марних прагненнях застосувати в Україні західні стандарти.

Песимістичний настрій від усвідомлення реальної ситуації, в яких перебувають українські ЗМІ може покращити хіба той факт, що окреслені проблеми на щастя не належать до табуованих і стосовно них у самих ЗМІ точиться достатньо жвава дискусія, що дає змогу означувати стан справ не як остаточно безнадійний.

Улітку минулого року сам Леонід Кучма відверто заявив: "Складність ситуації, в якій перебувають сучасні українські медіа вповні ілюструють самі газети та телеканали. Україні потрібна ефективна, незаангажована, по-справжньому вільна преса. Поки що формування інформаційного простору в Україні просувається складно. Оскільки (...) деякі ЗМІ ставлять перед собою завдання не стільки інформувати громадськість, скільки вдовольняти амбіції та інтереси кланів.

Специфіка джерел фінансування ЗМІ нерідко визначає суб'єктивний, заангажований характер діяльності, причому подібні мас-медіа часто діють не оглядаючись на морально-правові, етичні норми." ("Факты и комментарии", 8 червня 2000 року). Не відстають в оцінці ситуації і самі журналісти та ЗМІ: "Скуплені олігархами мас-медіа (...) деморалізували і дезорієнтували суспільство настільки, що воно починає втрачати почуття небезпеки. Доки ліві і праві з'ясовують стосунки, владу в Україні захоплює третя, цинічна, сила, якій байдужі інтереси народу і яка прагне єдиного -перетворити нашу рідну землю на територію свого загребушого визиску." ("Голос України", 25 липня 2000 року).

Процеси розподілу інформаційного простору України тривають.

Окремі партії навіть не приховують своїх апетитів: "НДП прагне створити "...медіа-холдинг, який забезпечуватиме інформаційні потреби партії, структури, які займатимуться виборчими технологіями." ("УМ", 21 квітня 2000 року). Для чого це потрібно - цілком зрозуміло: "Мас-медіа, готові в будь-який момент перейти від легкого покусування Кабміну до безпосереднього виконання команди "фас" (коли її буде віддано), - звісно, найвидиміша частина фронту боротьби олігархів з урядом. Проте не передній край цієї боротьби. Є маса тактичних дій, які краще робити крадькома." ("Україна молода", 6 травня 2000 року).

Аби дізнатися про те, хто реально впливає на ті чи інші медіа, не варто проводити окреме розслідування. Така інформація є в самих медіа. Наприклад газета "Регіон" констатує: "Член фракції "Батьківщина" є головним редактором парламентської газети "Голос України". ("Регион", 12 лютого 2000 року). Через тиждень це ж видання оприлюднює чергову інформацію: "Під час останніх президентських виборів (...) Олександра Мороза однозначно підтримувала лише газета СПУ "Товариш". Найчастіше позицію О.Мороза представляли "TV-Табачук", газети "Сільські вісті", "Голос України" і "День", а також низка місцевих мас-медіа." ("Регион", 19 лютого 2000 року). Як стало відомо, матеріали ЗМІ, крім традиційної

ролі, часом виконують дещо несподівану функцію: "Для мене будь-яка інформація в ЗМІ - деталь оперативної обстановки." (Леонід Деркач, "Факты и комментарии", 19 лютого 2000 року).

Роллю борця проти корупції, виявляється активно переймаються впливові ЗМІ: "Я заявляю, що позиція телекомпанії і моя стосовно розкрадання країни офшорами, холдінгами, кланами буде ще жорсткішою і безкомпроміснішою. Тому що я люблю свою країну і не хочу, аби мразь від влади чи бізнесу розпоряджалася долею країни, майбутнім України, людей і дітей наших." (Андрій Деркач, "Факты и комментарии", 2 березня 2000 року).

Запопадливість окремих ЗМІ до своїх патронів нерідко призводить до дещо кумедних ситуацій: "...вся телевізійна громадськість не може ніяк визначитися: хто у нас голова ВР - Іван Плющ, якого на екрані практично не видно і не чути, чи Віктор Медведчук, який сьогодні скрізь і завжди? Замало описано цей ефект нинішнього нашого телеефіру. По суті, він плавно витікає з тієї аксіоми, що при нашому нинішньому "олігархічному капіталізмі" інша свобода слова, аніж "олігархічна" - неможлива. Та от ще несподіваний нюанс: виявляється це не лише у тому, що деякий плюралізм думок у нашому ефірі можливий лише при незбіганні інтересів різних фінансово-політичних груп." ("День", 3 березня 2000 року).

Народний депутат Михайло Бродський не схильний драматизувати ситуацію, в якій опинилися українські медіа: "... клан - це нормальне слово ... Це і є свобода слова: хто хоче дізнатися всю правду, купує п'ять-шість газет, що належать різним групам впливу, які одне про одного всю правду пишуть..." (Михайло Бродський, "Независимая газета", 3 березня 2000 року).

Цілком відверто окремі партії партії та їх представників висловлюються як проти "ручного керування" ЗМІ так і переймаються тим, що самі вони не мають змоги цього робити. Залишається під запитанням з якого приводу вони побиваються більше: "...у нас нема ні грошей, ані газет - того, що дозволяє ефективно впливати на виборця. Ті ж олігархи не проти приміряти маску національної демократії - створити кишенькову партію для боротьби за гроші і владу." ("Юрій Костенко, Вечерние Вести", 11 березня 2000 року).

Що роблять політики і партії, позбавлені доступу до ЗМІ промовисто коментує "Зеркало недели": "Більшість партійних вождів, "чистих" політиків, що відчувають гострий дефіцит фінансових і адміністративних засобів, і практично позбавлені доступу до "переділений" мас-медіа почали приторговувати собою, своїми рейтингами, своїми партіями і своїми виборцями". ("Зеркало недели", 27 травня 2000 року).

Як уже зазначалося, серед спектру поглядів на сучасні українські ЗМІ зустрічаються і достатньо примирливі: "Нехай бавляться створенням партій, нехай тіснять один одного в пресі, на телебаченні. Нехай пробиваються до підніжжя трону, аби лиш не влаштовували розборок з перестрілками, мочінням опозиціонерів у під'їздах будинків і престижних джипах, аби лиш поступово опановували правила нормальної поведінки в нормальних суспільствах." ("Свобода", 20 березня 2000 року). А прикладів такої ненормальної поведінки більш, ніж достатньо. Приміром, голова національної спілки журналістів Ігор Лубченко наголошує: "Я проти порушень законності ким би не було, редакціями в тому числі. Але я проти порядку, коли випуск газети призупиняє лейтенант податкової міліції. Подивіться, до чого ми докотились: свого часу газету "Правда України" закрив міністр інформації (і ми цим глибоко обурювались), нині газету закриває лейтенант податкової міліції. А я знаю й факт, коли редакцію закривав сержант-пожежник." (Ігор Лубченко. "Урядовий Кур'єр", 21 березня 2000 року)

Дещо в іншому ключі з ним солідаризується Віктор Шишкін: "...продовжують фальсифікувати і оболванювати наш народ. Кажу передусім про радіо і телебачення. Ніякої альтернативної думки не дається. Стан речей, пов'язаний зі свободою слова, свободою інформації, набагато гірше, ніж в останнє п'ятиріччя правління комуністичного режиму. І,

мабуть, тоді саме завдяки альтернативним виступам народ знав іншу думку, крім офіційної. Сьогодні такої альтернативи немає." (Віктор Шишкін, "Демократична Україна", 27 квітня 2000 року).

Такі факти спонукали журналістів до рішучих дій. Ось як коментувала акцію "Хвиля свободи" газета "Факты и комментарии": "Представники мас-медіа мають намір боротися доти, доки до українського законодавства не будуть внесені зміни, що захищатимуть свободу слова і засоби масової інформації. Зокрема журналісти вважають за необхідне встановити розумні межі судових штрафів, аби вони не призводили до банкрутства видань. Пікетувальники вимагають також запровадити кримінальну відповідальність для посадових осіб, які перешкоджають представникам ЗМІ виконувати їх обов'язки. (...) Користуючись безправністю і бідністю ЗМІ, чиновники, політики, олігархи за безцінь скуповують журналістів, газети, телерадіоканали, перетворюючи їх на слухняних виконавців". ("Факты и комментарии", 5 травня 2000 року).

"Член Нацради з питань телебачення та радіомовлення Микола Княжицький вихід із ситуації вбачає в існуванні на паритетних засадах громадського й приватного секторів у інформсфері. Проте подолати інформаційну блокаду з боку окремих груп впливу нереально без розгортання засад громадянського суспільства. Політичні партії за своєю суттю - маріонеткові й керовані. А громадський рух слабкий. Не без власного задоволення керівник ранково-інформаційної служби каналу "1+1" Ігор Слісаренко віддав належне рідній виконавчій владі за "витонченість репресій" проти преси. Редактори регіональних газет поділилися досвідом виживання у сучасних умовах. Одні бідкаються, що видавництва безпідставно відмовляються друкувати газети. Другі не можуть позбутися купи судових позовів. Треті зуміли зробити видання самоокупними через друк чисельних комерціалізованих додатків. Четверті змушені постійно звітувати контролюючим органам, чому вони саме так, а не інакше пишуть." ("Вечірній Київ", 1 червня 2000 року).

Як уже зазначалося, у вітчизняних ЗМІ достатньо прямих свідчень стосовно того хто які мас-медіа контролює: "За неофіційними даними, до партії СДПУ(о) мають відношення такі ЗМІ: телеканали "Інтер", "ТЕТ", ТРК "Альтернатива", що виходить в ефірі УТ-1 (телеканал "Право"), УТ-2. Певний вплив СДПУ(о) має на "ТСН"("1+1"). Газети: "Киевские ведомости", "Наша газета +", "Команда", тижневик "Бизнес". ("День", 17 червня 2000 року).

Прикметно, що в багатьох випадках голослівні заклики і вимоги стосовно цілковитої незалежності медіа поступово змінюють тверезими оцінками і рекомендаціями: "Не треба спокушатися, що там (у розвинутих демократіях . - О.Ч.) за ЗМІ не стоять дуже конкретні і явні політичні й економічні інтереси, заради яких у переважній більшості випадків відповідним чином і препарують, і інтерпретують, і акцентують інформацію. Найістотніша ж різниця - як у всій системі організації інформації "у нас" і "у них", так і в умовах існування кожної передачі, кожного каналу - в тому, що "у них" телеглядач завжди знає, хто саме, член якої партії, медіа-магнат з яким прізвищем, з володінням якою власністю, з конкурентами в особі кого, і т.д., і т. ін., стоїть за конкретним виданням. Телеглядач завжди може порівняти дії цих сил і особистостей у різних сферах - економічних, політичних, медійних. А, значить, у телеглядача є більше можливостей самому самостійно визначити і ступінь об'єктивності у подачі інформації. Що одночасно є стримуючим чинником і для видавців і журналістів, який не допускає надто вже відвертої маніпуляції, адже довіра публіки, до того ж, має там цілком конкретну, виражену у конкретних грошових знаках, ціну - в умовах набагато прозорішої, ніж у нас, економіки. Так що для нас лишилися дрібниці, як ви розумієте: зробити прозорими всі види відносин на вітчизняному ТБ, у тім числі і з політичною владою." ("День", 23 червня 2000 року).

Ситуацію, коли через переслідування видань та журналістів політики зводять рахунки між собою промовисто змальовує згаданий Ігор Лубченко: "У цивілізованій Європі, Сполучених Штатах Америки жоден публічний політик не ризикне позиватися з пресою, бо цим

поставить хрест на своїй кар'єрі. У нас же, навпаки, газети, журнали, теле- і радіокомпанії до суду тягнуть депутати всіх рівнів, державні чиновники, вимагаючи величезні, нерідко багатомільйонні суми штрафів, що призводить до закриття ЗМІ, відлякує редакторів і журналістів писати правду. Ситуацію могло б кардинально змінити законодавче обмеження сум судових санкцій у справах про захист честі й гідності. Але минулого року Верховна Рада України двічі відхиляла проект такого Закону, а 6 липня парламентарії вдруге впродовж нинішнього року не проголосували навіть за те, щоб внести його до порядку денного цієї сесії." (Ігор Лубченко, Молодь України", 11 липня 2000 року).

Про цю проблему говорить і газета "День": "...депутати часом не проти поліпшити своє фінансове становище за рахунок небажаної для них газети. І справа насправді не тільки в переслідуванні опозиційної преси, не тільки в її клановості. Судяться і з тими, за ким стоять т. зв. "олігархи", і з газетами, що підтримують структури влади. Особливо засмучує те, що на прикладі цієї акції ми побачили, наскільки слабка в Києві журналістська солідарність." ("День", 05 травня 2000 року)

Попри всі проблеми, зумовлені розподілом медійного простору, впливові журналісти іноді не проти дещо підняти завісу над певними особливостями професійної "кухні": "Ми ж можемо одного і того ж політика "упакувати" зовсім по-різному. І ніхто з телебаченням не порівнюється, за винятком хіба що церкви." (В'ячеслав Піховшек, "Бульвар", N34 серпень 2000 року).

Традиційно політики лівого спектру висловлюються не тільки про суто медійні справи, але й про ситуації, до яких медіа причетні, так би мовити, лише як складові процесу: "Більше тих, хто робить свою "справу" іншим способом, використовуючи якраз владні можливості. Наприклад, "турбуючись" про державу, ініціюють підвищення акцизів на спирт, добиваються прийняття цього загалом виправданого рішення. Але перед цим скуповують весь спирт в Україні і кладуть собі до кишені суми, що закінчуються багатьма і багатьма нулями. З тих грошей можна тратитися на створення нових лівих чи правих партій, впливати на позицію парламентської більшості, тримати на короткому повідку теле і газетних журналістів. А загалом, бути патріотом і "державником" Своєї, розуміється, держави" (Олександр Мороз, "Сільські Вісті", 22 серпня 2000 р.).

Позитивним фактом є те, що останнім часом вітчизняні мас-медіа дедалі частіше демонструють спільні підходи до того, яким чином нормалізувати ситуацію: "Закон повинен захистити як мас-медіа від судових переслідувань за правдиві публікації, так і людину, про яку свідомо поширюється неправдива, компрометуюча інформація. Адже нерідко проблема захисту прав окремої людини від ЗМІ переростає в проблему захисту державних інтересів. Інформаційне "кілерство" також брутально порушує права людини, завдає непоправної шкоди демократичним засадам суспільства" ("Високий замок", 13 вересня 2000 р.).

З "Високим замком" солідаризується "День": "Проблеми ЗМІ - принаймні столичних - давно вже лежать не в площині публічних судових процесів, а в закулісному секторі взаємозв'язків у трикутнику "Влада - господарі мас-медіа - журналісти". Законодавство тут безнадійно відстало від життя, в даній сфері панує повна необмеженість: ні понять, ні закону. Гостро нагальною є корекція законодавства у тій його частині, яка регулює відносини господарів з підвладними їм медіа-структурами.

Упевнений, що навіть в умовах специфічного керування українськими ЗМІ існує маса можливостей для виведення української преси з того ганебного стану небачених для Європи замовчувань, брехні і тенденційності ЗМІ, як і безправ'я журналістів. Прийшов час сідати за стіл переговорів: для журналістів, олігархів і представників влади" ("День", 21 вересня 2000р.).

Традиційно гостро розглядається ця ж проблема у парламентській газеті: "А як можна

говорити про Україну як демократичну, правову державу, коли ключові позиції в економіці, владних структурах захопили мафіозні клани, так звані олігархи, які безкарно здійснили переворот, так звану "оксамитову революцію" у Верховній Раді України, прибрали до рук значну частину засобів масової інформації?" ("Голос України", 26 вересня 2000 р.). Проте, виходу чи конкретних пропозицій не пропонується.

Висновки песимістичні. Але позитив уже є.

Загалом з усього, викладеного у цій статті, можна зробити достатньо песимістичні висновки. Країна, де за десять неповних років незалежності так і не з'явилися незалежні медіа, навряд чи може розраховувати на успішні реформи та швидкі кроки на шляху до європейської інтеграції, бо саме від наявності вільних медіа залежить те, наскільки успішно Україна зможе боротися з корупцією, здійснювати прозору приватизацію, проводити справедливі вибори, формувати громадянське суспільство та запроваджувати стандарти, які є ключем до європейських дверей.

Формування інституту вільних медіа, звичайно, дуже складне завдання в умовах економічної кризи та всіх вищевикладених обставин, які мають місце в Україні. Однак і в цій ситуації можна добитися успіхів за умов комплексного підходу до вирішення проблеми. Ці комплексні кроки повинні охоплювати питання податкової реформи для ЗМІ, змін законодавства, підготовки та перепідготовки журналістських кадрів. Для сучасної України проблема вільних ЗМІ - це питання номер один у справі інформаційної та й загалом національної безпеки.

Певні кроки вже робляться. Зокрема 2000 року Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка на 75% змінив навчальні плани з тим, аби вже на першому етапі підготовки журналістів чітко розмежувати такі види діяльності як журналістика, редакційно-видавнича справа, редакційний менеджмент, реклама та пі-ар. Стара система підготовки журналістських кадрів не передбачала підготовку професіоналів, спроможних забезпечувати якісне інформування. Журналістика підмінювалася публіцистикою, новини - коментарями та оціночними судженнями. Нові навчальні плани відкриють двері до редакцій фахівцям нового типу, які чітко розмежують інформування від маніпулювання.

Аналогічну мету ставить перед собою новостворений Центр перепідготовки і підвищення кваліфікації журналістських кадрів Київського національного університету "Вища школа ЗМІ", але вже для тих, хто нині працює в журналістиці. Справа в тому, що українські ЗМІ нині лише на 40% забезпечені кадрами, які мають журналістську освіту. Чимало журналістів, особливо в регіонах, потребують конкретних знань та методик, які можуть підвищити рівень якісного інформування українських медіа.

2000 року Комітетом виборців України за участі Комітету "Рівність можливостей" було розроблено проект нового виборчого кодексу України. Де вперше було закладено принципові положення щодо прозорості політичної реклами, недопущення прихованої політичної реклами у новинах та аналітичних матеріалах, створення механізму недопущення створення посадовими особами, які є кандидатами, спеціальних інформаційних приводів з метою політичної реклами.

Звичайно, реалізація таких кроків означала б втрату олігархами можливості визначати редакційну політику ЗМІ під час виборів, тобто того, заради чого і потрібні підконтрольні медіа, а значить і охолодження стосунків між ними і пресою, що неминуче позначилося б на економічному становищі ЗМІ та навіть призвело б до банкрутства багатьох газет та телекомпаній.

Аби не допустити цього, влада повинна піти на справді безпрецедентні кроки, зокрема повністю звільнити недержавні ЗМІ від податків та здійснити приватизацію державних ЗМІ.

Зусилля, до яких повинна вдатися Україна для створення вільних медіа справді безпрецедентні і часто не мають рецептів у західних демократіях, оскільки ті ніколи не стикалися з такими викликами.

Готовність піти на такі кроки стане реальним тестом для українського керівництва на його відданість європейським ідеалам. Без вільної преси країна не має жодних шансів стати європейською демократією, здійснити ефективні реформи в економіці й політиці, стати повноцінною державою, оскільки вільна преса є чи не важливішим її атрибутом поряд з власними фінансами, валютою, армією, офіційною символікою та ін., бо це чи не єдиний інструмент, що робить населення громадянським суспільством, а натовп громадянами. І без її наявності навряд чи варто розраховувати на успішний хід реформ та на зрушення в європейській інтеграції країни.

Польські медіа і Європейський Союз: критична підтримка для інтеграції

Пьотр Косцінський
журналіст, газета "Жечпосполіта"

Вступ Польщі до Європейського Союзу є, без сумніву, однією з найважливіших справ для Польщі та поляків незалежно від того, чи вони підтримують інтеграцію з ЄС, чи побоюються її, чи, нарешті, виступають її противниками. Вже зараз наближення Польщі до ЄС має величезний вплив на життя країни. Польське законодавство систематично змінюється в процесі його гармонізації з вимогами ЄС. Значна частина фахівців польського уряду концентрується на питаннях інтеграції. Існує Управління Комітету європейської інтеграції та його підрозділи, в структурі канцелярії Президента також функціонує спеціальний інтеграційний підрозділ, відповідні комісії працюють у парламенті. Немає нічого дивного, що проблематика ЄС знаходить широке відображення в польських медіях.

При цьому варто зауважити істотну різницю порівняно з тим, що має відбутися, з попередньою, важливою для Польщі подією - її вступом до НАТО. Вступ до НАТО також мав велике політичне значення, але це було набагато більше очевидним і потягло за собою набагато менші витрати (ще не означає, що вони були малими). У випадку з вступом до ЄС наслідки будуть набагато більшими, звідси витікають і зацікавленість суспільства, і більша різниця в поглядах. В результаті - більше роботи для журналістів, для засобів масової інформації. Потрібно вирізняти кілька аспектів у журналістському висвітленні теми ЄС. Перший - це традиційне інформування про події відносно поточних переговорів про приєднання. Другий - це якоюсь мірою освітня функція, або ознайомлення читача, а більше - польського суспільства - з самим Союзом, а також наслідками, які принесе вступ до ЄС Польщі та її окремим суспільним групам.

Рекордне число кореспондентів

Найбільші польські щоденні видання - "Жечпосполіта", "Газета Виборча", "Жиче" - мають

своїх кореспондентів у Брюсселі. Польська Агенція Пресова (ПАП) має аж двох (існує також спеціальна служба ПАП, "Європап"). У Брюсселі представлені також кореспонденти польського телебачення і Польського радіо а також Радіо Плюс (і один з цих журналістів працює також для

Радіо РМФ). Це - рекордне число, більше за число польських журналістів у Сполучених Штатах чи в Росії. Їхнє головне завдання - уважно слідкувати за ситуацією в ЄС і передавати інформацію на цю тему. Польські кореспонденти добре орієнтуються в ситуації й мають добрі контакти як з польськими дипломатами, так і з чиновниками Європейської Комісії.

Треба визнати, що більшість польських медій позитивно налаштована до вступу країни до ЄС. В цілому вони більше не зосереджуються на питанні чи йти до Союзу, але питають - "коли?" і "на яких засадах?". Вони намагаються найбільш детально висвітлити переговори між Польщею та ЄС, зрозуміло, виокремлюючи те, що для Польщі може бути некорисним.

Дуже невелику кількість польських медій можна охарактеризувати як "евроскептиків" або таких, що не є прихильниками ЄС. Зазвичай - це газети з невеликими накладками, які належать до більш або менш радикальної правіці, яка вважає, що вступ до ЄС загрожує польській незалежності.

Інформацію на тему Європейського Союзу та польського шляху до ЄС можна без проблем знайти в Інтернеті. Існують спеціальні веб-сайти, присвячені власне цій тематиці - починаючи від офіційних, урядових, наприклад, Управління Комітету європейської інтеграції (www.ukie.gov.pl). Наприклад, "Europejczyk" (www.europejczykwp.pl) - це веб-сайт газети, що видається у паперовому форматі Польською Радою європейського руху. Як і в оригінальній версії, так і в електронній видаються статті, присвячені ЄС або інтеграції Польщі з ЄС.

Інший характер має інтернет-ресурс "Integracja.Opoka" (www.integracja.opoka.org.pl), який присвячено європейській інтеграції з точки зору католицької церкви. Там можна знайти виступи Папи Римського Івана Павла II стосовно європейської інтеграції, точку зору костьолу стосовно ЄС. Цей веб-сайт фінансується програмою PHARE.

Можна знайти й веб-сайти меншої "вагової категорії", що не означає, що вони менш цікаві, як, наприклад, веб-сайт, заснований учнями середньої школи в Кракові.

Дуже рідко з'являються сайти, спрямовані проти інтеграції, як наприклад, "Inne Strony Integracji" (www.serwis.px.pl), які критично налаштовані і до Європейського Союзу, і до перспектив вступу Польщі до ЄС. У інтернет-опитуваннях більшість відвідувачів цього сайту висловлюються проти "Входження ЄС до Польщі" (що, зрештою, є перекинуванням проблеми — найвиразнішою думкою сайту є те, що не Польща сподівається увійти до ЄС, а ЄС хоче заволодіти Польщею).

Важко писати про ЄС

Польська влада декларує повну співпрацю з медіями і дуже докладне інформування у всіх

справах, які стосуються інтеграції з ЄС. Президент Александр Квасьневський навіть звернувся з проханням до політиків, щоб вони були до послуг преси у питаннях інтеграції — більшою мірою, ніж у всіх інших. "Якщо ми всі разом визнаємо, що ЄС є найважливішою метою для нас користується надпартійною підтримкою, то треба визнати, що доступність політичних осіб, які можуть сказати важливі речі, є обов'язком, а не привілеєм", — підкреслив польський президент.

Він також оголосив про створення спеціальної підготовки з питань ЄС для працівників канцелярії Президента. Наприкінці курсу має бути спеціальний тест. На думку глави польської держави, такі курси і тести повинні стосуватися всіх урядових установ та інституцій самоврядування.

Польські політики мають різні думки з приводу того, у який спосіб можна збільшити популярність ЄС та знання про Союз у польському суспільстві. Наприклад, міністр Яцек Сар`юш-Вольський, голова Управління Комітету європейської інтеграції, запропонував запровадити тематику ЄС до найпопулярніших телесеріалів. "Ми радимо керівництву Польського телебачення вплести "європейський гвинтик" до серіалів "Клан" або "Злотопольські", щоб показати людям, що інтеграція також стосується і їх, а не тільки уряду". Керівник Польського телебачення відіслав тоді міністра до авторів серіалу.

У той час декларована "повна відкритість" влади має свої певні межі. То, наприклад, продемонстрував випадок із статтею, розміщеною в "Газеті Виборчій" на початку лютого.

У стислому вигляді це було так. "Газета Виборча" опублікувала конфіденційний документ, який прояснював деякі деталі польської тактики в діалозі з ЄС. Таким чином було оприлюднено інформацію, що польська делегація на переговорах готова відкликати половину з 41 пункта, за якими Польща залишала застереження. Йдеться про можливість зняття планованої раніше державної опіки над національною авіакомпанією ЛОТ, національною залізничною компанією ПКП, національною компанією міжміських автобусних перевезень ПКС, газовим ринком, окремими секторами економіки. Польський уряд побоюється, що в разі повної лібералізації ринку польські підприємства зустрінуться з серйозною загрозою. Таким чином, відмова від державної опіки означає великі проблеми для цих компаній. Повноважний представник уряду у справах переговорів з ЄС Ян Кулаковський заявив, що хтось вчинив злочин, розповівши пресі таємну інформацію, яка стосується переговорів. Прем'єр-міністр Єжи Бузек натомість заявив, що оприлюднена через "Газету Виборчу" інформація не має нічого спільного з позицією польського уряду на переговорах з ЄС. У той же час з інших заяв випливало, що оприлюднений документ мав характер вступних пропозицій і не був офіційно затвердженим.

У будь-якому разі слідство в цій справі проводить Управління охорони держави. Невідомо, чи це сталося внаслідок його власної ініціативи, чи за поданням повноважного представника уряду на переговорах. Польська преса повідомила, що спецслужби знову проводять допити деяких осіб, які мають доступ до конфіденційних урядових документів. Документи, які стосуються підготовки позиції до переговорів з ЄС мають високий гриф секретності, і доступ до них має обмежена група людей. "Витічка" інформації сталася або з Управління комітету європейської інтеграції, або з МЗС, або з канцелярії прем'єр-міністра.

Тим часом "Трибуна" розцінила публікацію в "Газеті Виборчій" як "контрольований витік". Його метою, як вважає "Трибуна", міг би бути зондаж позиції ЄС під час переговорів.

Ситуація довкола опублікованого в "Газеті Виборчій" документу свідчить про те, що висвітлення новин ЄС та переговорів між Польщею та ЄС не є легкою справою. Цього разу дійшло до крайнощів — запроваджено слідство, і не відомо, якими будуть наслідки не тільки для урядовців, але й для журналістів.

Читаючи в польській пресі інформацію про хід переговорів, кореспонденцію, що передається з Брюсселя, можна зауважити, який великий обсяг інформації подається анонімно. Звичними є формулювання — "як повідомив чиновник Європейської Комісії, що побажав залишитися неназваним", або "як ми дізналися з кіл, наближених до польських дипломатів". Врешті-решт, відповідальність за опубліковану інформацію бере на себе не чиновник, а журналіст. Саме журналіст засекречує чиновника, хоча це мало б виходити з обох боків. Однак журналіст мусить бути свідомим того, що часом написані ним тексти виконують не тільки виключно інформаційну роль — буває й так, що "контрольований витік" може послужити польській стороні на переговорах.

Проблеми інтеграції

Дуже важливою темою, яку піднімають польські медіа, є проблеми, які можуть виникнути для польського суспільства — не для всієї країни чи її уряду, не для польської економіки як єдиного цілого, а для звичайних громадян.

Ці проблеми можуть виникнути з факту уніфікації польського законодавства до європейського.

Прикладом може бути користування книжками в бібліотеках. "Жечпосполіта" біла на сполох: з вимог ЄС впливає, що той, хто бере книжки, повинен за це платити! Ці гроші належать авторам або їхнім спадкоємцям. Якийсь час ця вимога була мертвою, але після того, як існуючі в країнах ЄС асоціації авторів почали протестувати, окремі держави були змушені надати їй чинності. Вимога сплати за користування книжками, як стверджують бібліотекарі, може призвести до ліквідації мереж державних бібліотек. Люди занадто бідні, щоб купувати нові, дорогі книжки, але вони також не мають достатньо багато грошей, щоб платити за оренду цих книжок. Ця проблема могла б бути розв'язаною так: держава заплатить авторам якусь певну квоту. Але чи станеться саме так, невідомо.

На подібну проблему звернула увагу газета "Жиче": продовження, відповідно до європейських норм, захисту авторських прав з 50 до 70 років по смерті композиторів може означати, що в Польщі будуть рідше виконуватися видатні твори і польських, і зарубіжних композиторів (треба пам'ятати, що ледве 6 років тому, 1995-го року, термін захисту авторських прав у Польщі було продовжено з 25 до 50 років). Існує побоювання, що ошадні власники можуть припинити надавати деякі довоєнні фільми польських режисерів, радіозаписи, спектаклі і так далі. Вже зараз зросли ціни на нотні записи творів сучасних композиторів, причому на 100%. Потрібно рахуватися й з тим, що зростуть ціни на книжки та диски. Що з цим повинна зробити влада? Відомо небагато.

Ще однією проблемою, про яку попереджають польські медії, є проблема запровадження віз для громадян держав, які виникли в результаті розпаду СРСР. Це є вимогою з боку ЄС — без її виконання Польща не зможе вступити до Шенгенської угоди. Вже запроваджено візи для громадян Молдови, з вересня 2001 року це чекає на громадян Росії та Білорусі, а напередодні вступу Польщі до ЄС — на громадян України. Очевидно, що польські громадяни, що подорожуватимуть до цих країн, теж повинні будуть мати візи.

Цю тему піднімають місцеві газети, наприклад, жешувська "Новіни". Вступ Польщі до Шенгенської угоди матиме очевидні переваги. Однак і вади від запровадження віз видні неозброєним оком. З дня на день — застерігає польська преса — магазини та гуртові склади поблизу кордонів опиняться на межі банкрутства. З дня на день буде ліквідовано "малий прикордонний рух", або ж можливість виїзду, в окремих випадках і за спеціальними перепустками мешканців прикордонної смуги до родичів з іншого боку кордону. З дня на день виїзд до сусіднього міста, але за кордоном, означатиме спочатку подорож до консульства і отримання візи, за що потрібно буде заплатити. Що і як повинен зробити польський уряд, щоб залагодити негативні моменти запровадження віз?

У всіх цих випадках польська преса працює як інструмент завчасного попередження. Вона вказує на небезпеку, яка виникає з інтеграції Польщі з ЄС і тим самим надає владі допінгу для розв'язання проблем, що виникають. Це є особливою формою громадського контролю над чиновниками, який є дуже дійовим і ефективним.

Немає дискримінації

Про те, чи польський шлях до Європейського Союзу є дійсно справді демократичним й проходить з повагою до прав людини, в тому числі — свободи слова, з упевненістю свідчить можливість критичних висловлювань на тему самого ЄС чи інтеграції Польщі з ЄС.

Як уже було раніше сказано, величезна більшість польських медіїв висловлюється за вступ Польщі до ЄС. Ці медії незалежні — в Польщі немає засобів масової інформації, які були б підпорядковані уряду. Навіть Польське телебачення та Польське радіо не є урядовими інституціями, хоча вони й визначаються як "публічне телебачення" та "публічне радіо". Політики домінують над керівництвом ТВР і ПР, але то — необов'язково проурядові політики. Всі значні польські партії підтримують інтеграцію з ЄС. Проти інтеграції виступають крайні угруповання, зокрема, праві, а також пов'язані з ними медії. Одне з таких видань, яке не підтримує стосунки з ЄС — щоденна газета "Наш Дзеннік", пов'язана з правими католицькими колами, і яка знаходиться під впливом середовища, пов'язаного з народно-католицьким Радіо Марія. Це радіо теж не виступає за ЄС. Це, у свою чергу, не є загальним правилом, оскільки офіційні кола католицької церкви в Польщі в цілому не проти входу Польщі до ЄС — про це свідчить хоча б інтернет-ресурс "Integracja.Opoka".

Потрібно б сказати, що противники інтеграції з Європейським Союзом закидають польському уряду, що він діє проти польських інтересів, але насправді реалізує інтереси Брюсселя: "прем'єр Бузек поводить себе як король Зигмунт III Ваза, який, засліплений нереальною мрією про здобуття шведської корони, повністю підпорядкував цій меті польську політику з величезною шкодою для Речі Посполитої", — писав "Наш Дзеннік". Тим, хто не

найкраще володіє польською історією, варто б пригадати, що правління короля Зигмунта III Вази закінчилося трагічним для Польщі "потопом" у середині XVII століття. Шведів вдалося перемогти, але надто великою ціною.

Істотними видаються закиди противників ЄС, що вони мають дуже скромні можливості для дій, не можуть висловлюватися в найбільш значних польських медіях, в тому числі — на публічному телебаченні. Вони стверджують, що є дискримінованими, а уряд витрачає гроші платників податків не на те, щоб можна було ретельно вибрати "за" чи "проти" Європейського Союзу. Як пише автор "Інних Строн Інтеграції": "Ми з занепокоєнням спостерігаємо інформаційну політику, яка проводиться більшістю польських медій, і яка спрямована на переконання поляків у перевагах та користі вступу до Європейського Союзу. Також і заяви представників уряду не залишають і тіні сумніву. Фінансована платниками податків Програма інформування суспільства є пропагандистським упередженням. Вона повинна розвіяти сумніви поляків щодо слухності урядової політики і загальмувати падіння підтримки інтеграції".

Так що про дискримінацію не йдеться. Проблема полягає в тому, що, як я написав вище, проти ЄС виступають крайні угруповання. Вони представлені в Сеймі поодинокими послами (депутатами), які потрапили до парламенту завдяки участі в списках потужних, проєвропейських партій або коаліцій. Підтримка їхніх власних партій мінімальна — у дослідженнях інститутів опитувань громадської думки вона показана як менша за 1%.

Дійсно, жодна серйозна газета, а також публічне телебачення й радіо не бажають представляти їхню позицію. Хто схоче звертати увагу на осіб, які не мають жодної підтримки в суспільстві? Їхні виступи беруться до уваги лише тоді, коли вони якимось чином можуть зашкодити процесові інтеграції.

У той же час, що визнає й влада, у польському суспільстві падає рівень підтримки вступу Польщі до Європейського Союзу. Якщо ще 1996-го року вступу до ЄС бажало понад 70% поляків, а противників було менше за 20%, то тепер ці пропорції становлять — понад 50% і менше за 30%. Три чверті поляків переконані, що членство країни в ЄС не зможе послабити її незалежність, вони хочуть, щоб ЄС не втручався у зовнішню політику, освіту, моральні питання — такі, як гомосексуалізм, порнографія, аборти. Натомість вони дуже задоволені тим, що ЄС встановлює норми в таких галузях як охорона правопорядку, захист навколишнього середовища і оборона. Найбільш песимістичні — аграрії.

Іще кілька років тому багато польських громадян були переконані, що сам лише вступ до ЄС допоможе подолати десятки проблем життя країни. Але виявилось, що це буде не так просто, і хоч інтеграція з ЄС теж корисна, то це теж варто брати до уваги. І велику роль в усвідомленні поляками цієї ситуації відіграють польські медії.

Українські ЗМІ: Європейська перспектива реальна, але неблизька

*Алла Лазарева,
Координатор проектів по Україні
міжнародної організації захисту свободи слова
"Репортери без кордонів"*

Десять років незалежності — добрий термін для перших підсумків. Чи стала українська преса більш розмаїтою, професійнішою, вільнішою, ніж була радянська преса? Те, що відповідь на запитання не є однозначною, вже — тривожний показник. Спробуємо проаналізувати, наскільки закономірною є та ситуація, в котрій наразі перебувають українські ЗМІ, а також — наскільки у ствердженні нинішньої ситуації спрацювали специфічні суб'єктивні чинники.

Дарована свобода

За "пізнього Горбачова" та "ранньої незалежності" офіційна цензура, як і внутрішня самоцензура обережного радянського журналіста практично зникли. В той золотий для преси час газети набували небачених накладів: по вісімсот — дев'ятсот тисяч, а то і понад мільйон примірників.

Проте свобода критикувати високих можновладців, свобода викривати впливових шахраїв та розслідувати заплутані справи, як це зрозуміло нині, не була завойованою, а настала лише внаслідок ослаблення державної машини. Як тільки радянська за механізмом та за суттю державна машина почала потроху самовідновлюватися, — нехай і на меншій території, — преса взялася сповзати до звичної пропагандистської роботи.

Як доводить співставлення пострадянського досвіду із західним, справжня свобода неможлива без усвідомлення цінності цієї свободи широкими народними масами, аж до здатності масово ж ставати на її захист.

Багатотисячні демонстрації на захист вільного слова, які відбулися в грудні 2000 року в Чехії, та навіть виступи на підтримку телекомпанії НТВ у квітні 2001 року в Росії, поки що неможливі в Україні. Це викликано трьома причинами. По-перше, переважна більшість громадян не зв'язує на пряму свободу бути об'єктивно поінформованим із якістю свого життя, тому і не певна, що насправді потребує вільного слова. Психологічно, для багатьох колишніх радянських людей преса — це посередник між владою та народом. Суспільне ставлення до проблеми свободи слова можна охарактеризувати сьогодні як "відсторонена апатія".

По-друге, адміністративна еліта, яка в регіонах здебільшого представлена кадрами радянської формации, об'єктивно зацікавлена у збереженні старих правил гри за віссю "преса — влада". Тому лєнінська ідея по пресу, яка роз'яснює народові плани і волю його керманічів і далі знаходить своє застосування. Якраз адміністративна еліта усвідомлює, що запорука спокою та збереження теплих місць — це керована преса з ручним редактором. Отже, адміністративна влада всіляко сприяє збереженню "status quo".

По-третє, самі журналісти ще не сформувалися в спільноту, свідому своїх корпоративних

інтересів. Навпаки, переважна більшість так званих "простих" журналістів певна, що якість їхнього життя залежить від того, наскільки надійними та щедрими є спонсори тих ЗМІ, де вони працюють. Отже, колеги нерідко усвідомлюють необхідність "подобатися тому, хто годує" за умову до збереження стабільної роботи та пристойної зарплатні. Якість їхнього життя залежить не від того, наскільки гострими, цікавими і принциповими виходять матеріали, а від виконання пропагандистського надзавдання.

Отже, у класичному трикутнику "влада — читач — ЗМІ" жодна з сторін масово не зацікавлена у кардинальних змінах. Свобода слова перших років незалежності не мала насправді своїх свідомих і, головне, чисельних захисників, здатних йти за цю свободу на свідомий ризик. Вона не відбулася і не затвердилася, на думку експертів міжнародної організації захисту свободи слова "Репортери без кордонів", цілком закономірно.

Європейські ідеали та європейська практика

Щоб зрозуміти, наскільки становище українських ЗМІ подібне чи відрізняється від ЗМІ країн розвинутої демократії, варто добре розібратися в тому, що нині відбувається у західній пресі.

Спочатку про ідеали. Не можна сказати, що Захід завжди грає за правилами. Інакше такій організації, як "Репортери без кордонів" не доводилося би виїздити з місіями до Іспанії (вбивство журналіста в країні Басків), до Туреччини (яка ще не членом Євросоюзу, але є членом НАТО, але у ній серйозно порушуються права національних меншин), до Австрії (розслідування про ультра-праву пресу). Проте, можна сказати однозначно, що правила гри на Заході існують.

Практично кожна країна має Хартію або Кодекс, що визначають етичні засади роботи преси. У Франції, наприклад, існує спеціальна комісія, котра відслідковує приховану рекламу, подану під виглядом безневинного репортажу чи інтерв'ю. За відхід від професійних стандартів журналістики та за спроби видати тенденційно-перебільшене за нейтральне — передбачено, на перший випадок, — штраф, а на другий — позбавлення прес-картки.

Таким чином, пі-ар чітко відокремлений від журналістики. На цьому варто зупинитися окремо, бо саме за цим параметром, на думку експертів "Репортерів без кордонів", українська практика кардинально відрізняється від західної.

У цьому плані показові публікації пропрезидентських ЗМІ минулого року. Спочатку — коли Леоніда Кучму Комітет Захисту журналістів (США) визнав ворогом вільної преси номер шість, а потім — коли в британській газеті "Файнешнл таймс" з'явилась перша низка критичних публікацій про Україну. Слідом за прес-службою Президента, колеги з різною долею ширості взялися відстоювати тезу, що йдеться не інакше, як "про чорний пі-ар, за який заплачено деякі українські гроші". Суто механічно, українські практика і стандарти поведінки в пресі суто були перенесені на західну ситуацію. Зауважимо, що теза є абсолютно помилковою.

Якщо український журналіст цілковито залежить від волі редактора та настроїв спонсора ЗМІ, західні фахівці мас-медіа найбільше залежать від власної ділової репутації.

Це не означає, що не існує політичних симпатій чи антипатій, навіть інколи — певної політичної заангажованості. Проте, — якщо казати про серйозну пресу з чисельною аудиторією, — такі вподобання проглядаються на рівні нюансів, без порушень стандартів обраного жанру. Відверте захвалювання, або бездоказовий злив бруду в поважній пресі неможливі з двох, цілком прагматичних причин.

Перше: читач чудово відчуває фальш, тому перестає купувати газету, до якої втратив довіру. Втрачені накладі — це втрачені рекламодавці, отже — втрачені стабільні фінансові надходження, неспівмірні з разовою подачкою замовника прихованої реклами.

Друге: мас-медіа та журналіст, котрих схопили за руку на прихованій рекламі, моментально заживають недоброї репутації на ринку ЗМІ, бо звіти контрольної комісії завжди публічні. Українського журналіста годують пропагандистські навички, західного журналіста годує ім'я. Втрачене ім'я — це назавжди загублена можливість працювати за фахом, бути своїм у журналістському професійному середовищі. Мало хто, навіть заради разового великого "гонорару", ризикне професійним майбутнім.

В Україні ж про розподіл між прихованою рекламою та журналістикою на рівні, наприклад, профільного комітету Верховної Ради або Комітету з інформаційної політики, схоже, ще не починали думати. Навпаки, пі-ар як метод досягнення мети ледь не обожнюється.

У більшості західноєвропейських країн приналежність до серйозної журналістики визначається, з-поміж іншого, наявністю прес-картки. Прес-картку видає не головний редактор будь-якої газети на власний розсуд, а спеціальна Національна Комісія. До складу цієї Комісії входять обрані відомі і впливові журналісти. Вони вивчають творчий доробок кожного, хто бажає отримати прес-картку, і на підставі цього аналізу творчості претендента визнають (або не визнають) його за колегу.

Національна Комісія може позбавити прес-картки журналіста, котрий порушує моральний кодекс професії. Також прес-картки позбавляють того, чий основний прибуток у роботі надходить не за журналістську працю. Щороку прес-карту слід оновлювати, підтверджуючи її публікаціями та свідченнями про гонорари та заробітну платню (особливо це стосується фрілансів, — вільних журналістів, які співпрацюють відразу з кількома виданнями).

Цей стандарт, з незначними варіаціями, запроваджений практично в усіх державах Європейського Союзу. Чи можна уявити його швидке запровадження в нинішніх українських умовах? Навряд, бо все перевелось б на таку звичну імітацію, — а імітаторів прогресу й демократії пострадянським країнам не позичати.

Хто б формував в Україні особистий склад Національної Комісії з надання прес-карт та Комісії з боротьби проти прихованої реклами? Французи та бельгійці, наприклад, вдаються до складного механізму виборів. Спочатку кожен ЗМІ висуває того, хто голосуватиме від них, далі з-поміж обраних обирають ще ретельніше обраних... Мало шансів, щоб, навіть змавпований на Заході механізм не був би за своєю суттю подібний до механізмів, запроваджених під час останніх президентських виборів.

З ким би персонально погоджувалося в Україні кожне прізвище в таких комісіях? Чи можна було б гарантувати, що санкції застосовуватимуться до журналістів, котрі, в піарних цілях, очорнюють конкурента "свого" олігарха або опонентів чинного президента? Чи не буде відпрацьовуватись принциповість лише на беззахисних колегах з провінції та на опозиційних ЗМІ?

На Заході посада і правила гри зазвичай важать більше, ніж амбіції конкретної особи при владі. В Україні, як у будь-якому посттоталітарному суспільстві, — особиста воля керівника може легко посунути в тінь всі проголошені "правильні" норми.

Важко спрогнозувати навіть, чи швидко і докорінно зміниться ситуація, коли від влади піде команда Леоніда Кучми. Забагато знову залежатиме від особистості: хто конкретно заступить на посаді пана Кучму і яку схему відносин закладе цей новий, четвертий, президент у стосунки з пресою.

Україна і Європа: чого ми чекаємо один від одного?

Наскільки те, що українська преса живе поза правилами в той час, як західна - за чіткими правилами, впливає на перспективи інтеграції українських мас-медіа до загальноєвропейської мережі ЗМІ?

Щоб відповісти на це запитання, пропоную оцінити ситуацію в українській пресі за такими трьома показниками:

- економічні умови можливої співпраці;
- дотримання норм свободи слова як середовище, в якому працюють ЗМІ;
- якісне наповнення українських ЗМІ.

1. Економічний аспект.

На відміну від Польщі, Чехії, Словаччини Україна не стала справді привабливою країною для потужних пресових груп чи телекомпаній. Зарубіжний капітал в перші роки незалежності почав потроху приходити до столичних телеканалів ("1+1", ICTV), на радіо (поява представництв ВВС, "Свободи", "Дойче велле"), але не в газети. Принаймні, в Україні не довелось спостерігати такого феномену, як, свого часу, купівля відразу кількох регіональних польських газет французькою групою "Ерсан".

Якщо в українську пресу і прийшов іноземний капітал, то лише — від приватних комерційних або виробничих структур. Могутні міжнародні та середні регіональні пресові групи, що, ніби система кровообігу, формують нині струнку мережу західноєвропейських мас-медіа, не ввібрали в себе жодне з впливових українських видань.

Напередодні останніх президентських виборів італійський магнат Сільвіо Берлусконі ледь не придбав одну з старіших спеціалізованих українських газет. Проте, від відклав цю авантюру

на кращі часи. "Непрозора та надто мінлива податкова система, паралізовані суди, відверте вибивання хабарів від "багатих" іноземців, гра без правил, — все це толерує команда при владі, такі норми тільки зміцняться", — був висновок його експертної групи.

В Україні немає жодного прибуткового засобу масової інформації, а насправді рентабельних, котрі ледь зводять видатки з прибутками, — одиниці. Західний капітал не вкладає серйозні гроші в політику в тому розумінні, як це відбувається в країнах колишнього СРСР. Фінансове здоров'я газети визначають за пропорцією надходжень від реклами до надходжень від передплати. Спонсорські субсидії не можуть бути більшими, ніж кошти від реклами чи від розповсюдження, — тоді мас-медіа має нормальні фінансові перспективи. В Україні ж не тільки працює зовсім інша схема. На рівні тенденції, експерти "Репортерів без кордонів" констатують все більше віддалення від стандарту ЄС.

2. Право на вільну думку

На відміну від Радянського Союзу, в Україні немає як таких ідеологічних обмежень до роботи ЗМІ. Але, на відміну від країн Європейського Союзу, наявна залежність цілого ринку мас-медіа продукції від економічних інтересів та політичних амбіцій певних впливових осіб держави.

"Репортери без кордонів", під час місії в Україні в зв'язку зі зникненням Георгія Гонгадзе, зібрали не один десяток свідчень про різні перешкоди, — від арешту цілих чисел (газети "Свобода", "Грані", "Товариш", "Інформаційний бюлетень") до вимог окремих активістів міських та обласних відділів СБУ зняти зі шпальт публікації, присвячені касетному скандалу (чернігівський тижневик "Рубіж", полтавська газета "Слово ветерана"...).

Якщо до цього переліку додати цілий список українських газет, яким під час президентських виборів відмовляли в послугах друкарні після публікацій матеріалів на підтримку іншого, ніж Леонід Кучма, кандидата, вимальовується чітка схема співіснування преси і влади в сьогднішній Україні. ЗМІ, котрі не порушують певну "зону табу", зберігають відносну свободу маневру. До "зони табу" належать інтереси близьких родичів президента Кучми та наближених до нього олігархів.

В Україні немає, як у Китаї, в Ефіопії або на Кубі, ув'язнених журналістів, котрі відстоюють відмінну від офіційної концепцію державного устрою. Не можна процитувати жодного випадку чіткої заборони на друк у зв'язку з "відходом від державних інтересів", як це трапляється в Ірані або в Нігерії. Але, нагадують політологи, справжня політика держави визначається не за тим, що вона проголошує офіційно, а за тим, чому вона мовчки потурає. Жодний з найвищих посадовців України ніколи не засудив наміри фінансово (або податково) придушити волелюбні ЗМІ. Жодний з них ніколи не встав на захист редакторів, котрим давали тематичні й концептуальні поради цілком конкретні представники СБУ.

3. Розбіжності за суттю

Система подання текстів в Україні та в Західній Європі суттєво відрізняються. В українській пресі, як раніше в радянській, традиційно сильний суб'єктивний фактор: чимало місця газети

відводять міркуванням журналіста, немає жорстких вимог до журналістських жанрів.

Західна загальнополітична журналістика жанрово кодована досить жорстко. Інформація будується лише ієрархічно, провідна інформація ставиться нагору, напрацьовано чіткі вимоги до заголовків, рубрик, перших слів журналістських текстів.

Але навіть не форма подання матеріалів відразу відрізняє публікації з західноєвропейської газети від виступів переважної більшості українських ЗМІ. За статтями зарубіжних колег відчувається внутрішня розкутість і воля викладу. За більшістю вітчизняних публікацій — в кращому випадку самоцензура, в гіршому — чітке політичне замовлення. Імітація співставлення різних точок зору. Новітня пропаганда, котра зовсім не шукає причин і наслідків, а лише — політичної вигоди для замовника.

"Репортери без кордонів" переконані: доки існуватиме верховна політична воля на звуження завдання преси до пропагандистської функції, і доки ця воля буде житися аполітичною байдужістю широких народних (або читацьких) мас, а самі журналісти не чинитимуть спротив такому порядку, пострадянська журналістика не наблизатиметься до європейських перспектив, а навпаки — віддалятиметься.

Практичне втілення та розуміння "свободи слова" на пострадянському просторі

канд. філол. наук Слісаренко І.Ю.

"Коли преса починає перейматися обов'язками уряду, або уряд починає перейматися потребами преси, виникає реальна проблема. Чому? Тому що існують суспільства, де преса постійно думає, а чи буде це добре для уряду та країни. І в таких суспільствах видають такі газети як "Правда".

*Годдінг Картер, колишній речник
Держдепартаменту США¹*

Демонізація, роздержавлення та дерегуляція у сфері засобів масової інформації розглядаються як провідні чинники у становленні демократичного суспільства. У колишніх соціалістичних країнах Східної Європи, які мають досвід успішних реформ, визнано за необхідне створити так звану дуальну систему, за якої функціонують громадське або суспільне теле- і радіомовлення, покликане забезпечувати універсальний доступ усіх членів суспільства (виділено мною - І.С.) до об'єктивної та неупередженої інформації, освітніх програм, загальноновизнаних здобутків культури, з одного боку, та приватні засоби масової інформації, з другого. Водночас, заперечується саме право існування державних мас-медіа, тобто засобів масової інформації, фінансованих владою і підзвітних їй. Першочерговим заходом демократично обрані після повалення комуністичного режиму уряди Чехії, Польщі, Угорщини визначили перетворення державного теле- і радіомовлення на громадське та приватизацію (показово, що за участі іноземного капіталу) державних друкованих видань. Як

стверджує відомий угорський дисидент за часів комуністичного режиму, один із авторів законів щодо мас-медіа у пост-комуністичній Угорщині Міклош Харашти, відсутність державних ЗМІ є показником наявності правдиво демократичного устрою.

Неупереджений розгляд концепції держави стосовно України є вкрай актуальним. В науковому середовищі ще панує наївно-романтичний погляд на українську державу, сформований у період недавнього руху за самовизначення, за вихід з Радянської імперії. Набуття країною атрибутів державності, створення власних державних інститутів, які мали замінити стару колоніальну адміністрацію, керовану з Москви, справедливо були пріоритетними завданнями одразу після 1991 року. Саме політики національно-демократичної хвилі ввели в обіг і досі активно вживають такі категорії як "державотворення", "розбудова і зміцнення української держави", "державницьке мислення" тощо. Водночас, колишня компартійна номенклатура адаптувала для власних потреб державницьку риторичку, передусім, з метою легітимізації свого панування. Влучно сказав колишній російський прем'єр Єгор Гайдар: "У сьогоднішніх державників особлива ідеологія - ідеологія цинічного бюрократичного декадансу. Вони не ставлять перед собою глобальних завдань. Завдання стоять іншого, суто приватного характеру: посилення ролі держави заради можливості спішного збагачення за рахунок держави". (Известия, 10.02.95)

На пострадянському просторі склалися два типи державного устрою, процедури прийняття рішень урядом, реалізації підприємницької ініціативи, функціонування громадянського суспільства, нарешті, взаємовідносин влади і засобів масової інформації: європейський та африкано-азійський. І ці два типи діаметрально протилежні: демократія - тоталітаризм (авторитаризм); прозорість - закритість; рівні можливості - обраність; розвинуті громадянські інститути - відсутність або слабкість таких; ЗМІ як сторожовий пес демократії, що викриває зловживання властей - знаряддя пропаганди і маніпуляцій в руках влади.

Європейський тип оформився у країнах Балтії, натомість, африкано-азійський - у решті 13 колишніх радянських республіках. Суд у США звинувачує экс-прем'єра України, нагородженого президентом найвищим орденом "за внесок у державне будівництво", у незаконному збагаченні на 114 мільйонів доларів. У Литві із ганьбою відправляють у відставку міністрів, які знаючи про близький колапс банку, тихцем-нишком забрали звідти свої гроші. Що показово, в першому випадку, роль сторожового пса виконала американська та європейська преса. У другому, своя, литовська. В Україні військова ракета влучає в житловий будинок, є загиблі і поранені, а міністр оборони публічно відмовляється піти у відставку. В Естонії під час навчань гинуть двоє солдатів, і міністр оборони просить президента країни звільнити його з посади.

Більшість країн колишнього СРСР, де, здавалося, на початку 1990-х з'явилася бодай зародкова демократія, завдяки компартійній номенклатурі, що адаптувала націоналістичні гасла (за винятком Білорусі), повторили шлях молодих держав країн Африки і Азії, що отримували незалежність у 1960-х роках. Переважна більшість тих країн скотилася до репресивних режимів із добре вже нам відомими соціальними виразками: створення культу особи лідера, влаштування формальних виборів, корупція, зубожіння більшості населення, і, безумовно, репресії проти журналістів. У деяких пострадянських країнах, передусім, у країнах Середньої Азії, одразу постали одіозні режими. Найпоказовіший тут приклад - Туркменістан.

В Україні та інших деградація зародкових демократій відбувалася поступово. Владі потрібно було законодавчо оформити необхідність обмежити і контролювати діяльність преси. І зручним аргументом тут стали національні інтереси та національна безпека країни.

Український націоналізм на засадничому рівні не відрізняється від націоналізму країн так званого "третього світу" (в першу чергу, країни Африки і Азії), країн колишньої Югославії і Радянського Союзу. Як правило, режими в цих країнах не можна охарактеризувати як демократичні. Націоналістична риторика тримається на трьох стовпах: традиційній

філософії, етнічних романтизмі і виключності та ембріонному стані громадянського суспільства. Традиційна філософія базується на прославленні чеснот нації, її релігії, обстоює обмежений індивідуалізм. Під етнічними романтизмом та виключністю розуміються активна апеляція до національних символів і міфів та поєднання їх з поточним моментом Нарешті, правляча еліта, в першу чергу, її лідери усіляко намагаються здобути харизму рятівників нації. "Народ Заїру знає, чим мені завдячує. Президент Мобуту віддав цій країні всі свої сили, свою молодість і своє здоров'я. У мене стискається серце, сльози навертаються на очі, коли я думаю про те, чим завдячує мені ця країна", говорив врешті повалений зброєю і померлий у вигнанні у 1997 році президент Мобуту.

Дискурсивний аналіз вказує, що схожі сентенції артикулювали недавно померлий хорватський президент Ф. Туджман, повалений югославський лідер С. Мілошевич, їх надалі педалюють туркменський С.Ніязов (він же Туркменбаші - вождь усіх туркмен) і... оточення Л. Кучми ("верховний арбітр нації", "президент - це щось вище").

Щодо ЗМІ, то їх закликають виявляти патріотизм або ж, навпаки, звинувачують у непатріотизмі, нехтуванні національними інтересами, шкоду національній безпеці і таке подібне.

Щодо взаємовідносин націоналізму і демократії, то вони, як правило, проходять два етапи: спершу націоналізм є умовою для демократичного поступу, а рух за демократію може набирати націоналістичної форми. Із досягненням своєї головної мети - утворенням національної держави - націоналізм перетворюється на силу, що гальмує демократичний процес. Проте, як показує історичний досвід, політики, що отримали владу завдяки націоналістичній програмі, ніколи не поспішають із демократизацією. Вони в ній просто не зацікавлені, оскільки за демократії у визначений законом строк їм доведеться поступитися владою іншим. Для таких політиків законною здається підстава залишатися при владі через небезпеку для державності. І тут націоналізм знову стає в нагоді. Утворення держави для націоналізму є метою, але цей момент є для нього і кризою - мета досягнута, отже, втрачається сенс існування. Необхідною умовою існування націоналізму є наявність ворога - як зовнішнього, так і внутрішнього - який загрожує завойованій державності. Навіть якщо таких ворогів не існує - триває їх постійний пошук, створюються уявні або тавруються ті, хто дотримується інших поглядів.

Країни з недемократичними режимами вже дали чимало прикладів переслідування преси під гаслом захисту національних інтересів і національної безпеки. Військова хунта прийшла до влади в Аргентині в 1976 році з програмою вільноринкових перетворень та розвитку приватної підприємницької ініціативи. Мас-медіа дістали великі пільги в оподаткуванні та рекламній діяльності. Почався справжній розквіт комерційної преси. Водночас, генерали ухвалили Доктрину національної безпеки, де ввели суворі обмеження у висвітленні політичного життя країни. Приміром, публікації про порушення громадянських прав або критика дій хунти призводили не лише до закриття видань і станцій, а й фізичного переслідування, включно з убивствами журналістів. Аргентинська преса постала перед вибором: або насолоджуватися комерційними прибутками, годуючи аудиторію аполітичною "всякою всячиною", або зазнавати владного терору, виконуючи роль захисниці громадських інтересів ².

Педалювання владою необхідності захисту національних інтересів, а по тому і контролю діяльності мас-медіа часто супроводжуються сентенціями, які не лише не викликають настороги у пересічного громадянина, а й можуть викликати певну підтримку через уявну "користь" такого контролю заради національних інтересів. Приміром, закон про пресу, ухвалений у 1993 році в Йорданії, визначає наступні заборони, тобто підстави для переслідування журналістів: образа короля або збройних сил, зневага до релігії, підрив національній єдності, підрив довіри до національної валюти, образа керівників дружніх держав. Саме за цими звинуваченнями кілька йорданських журналістів уже отримали строки

тюремного ув'язнення.

З такими формулюваннями про захист національних інтересів і національної безпеки обмежена свобода мас-медіа у Білорусі (указ кабінету міністрів від 18 березня 1997 р.), у Китаї (закон про пресу від лютого 1997 р. забороняє публікації матеріалів, які "шкодять національній безпеці", в Малайзії (акт внутрішньої безпеки), в Пакистані (антитерористичний акт), у Сінгапурі та Південній Кореї (закон про національну безпеку), Алжирі (міжміністерський указ від березня 1994 р. забороняє публікувати матеріали з проблем безпеки, якщо ці матеріали не походять із державного інформагентства), Іран (закон про пресу забороняє публікації матеріалів, які "шкодять національній безпеці").

Урядова риторика про необхідність захисту національної безпеки служить підставою для переслідувань журналістів у Туреччині, в Аргентині, у Вірменії (журналістів з незалежного прес-агентства допитували у Раді безпеки).

Репресивна практика судів, спецслужб та армії за звинуваченням у створенні загрози для державної безпеки має місце в Еритреї (арешти), Гвінеї (конфіскація видавничих матеріалів), Нігерії (арешти, ув'язнення, страти), Того (ув'язнення), Кубі (ув'язнення), Перу (позбавлення громадянства власника телестанції "Латіна - Канал-2" Баруха Івчера за шкоду іміджу та престижу армії), Ізраїлі.

Ряд режимів використовує ефектні евфемізми: "загроза стабільності" у Бірмі та Індонезії, "намагання змінити природу держави" в Тунісі, "порушення громадського спокою" в Ботсвані та "порушення громадського порядку" в Марокко, "розпалювання страху та тривоги" у Гамбії та Уганді, "розпалювання насилля та бунтів" у Гвінеї, "налаштування народу проти уряду" у Свaziленді, "зрив миру" у Замбії, "шкода іміджу країни" у Домініканській республіці та Словаччині, "спричинення ускладнень" у Самоа, "використання іноземцями для критики країни" у В'єтнамі, "розпалювання ненависті" в Єгипті, "порушення громадського спокою та національного примирення" в Лівані, "шкода ісламським принципам побудови держави" в Мавританії і в Афганістані. В Уругваї статут преси від 1989 р. передбачає дворічне ув'язнення за "образу нації, держави та влади". В Нікарагуа ст. 68 конституції зобов'язує мас-медіа "служити національним інтересам". А в Еритреї закон про пресу покладає на журналіста кримінальну відповідальність "за шкоду, яку він або вона може причинити".

На жаль, наша громадськість, навіть журналістський загаль у свій час не помітили серйозні рогатки для свободи слова, закріплені у статті 34 Конституції, в якій ця свобода "може бути обмежена законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей...".

Ухвалена Верховний Радою України (січень 1997 р.) Концепція (Основи державної політики) національної безпеки України містить чимало сумнівних положень, які можна вільно тлумачити на користь цензурування засобів масової інформації.

Як загрози національній безпеці визначаються: "невиваженість державної політики та відсутність необхідної інфраструктури в інформаційній сфері; інформаційна експансія з боку інших держав". Одним з напрямків державної політики визначається "усунення негативних факторів розповсюдження інформаційного простору; розробка та втілення необхідних засобів і режимів отримання, зберігання, розповсюдження та використання суспільно значущої інформації". (Цит. за Зеркало недели, 18.01.97)

Оприлюднення народними депутатами таємного розпорядження першого віце-прем'єра В.Дурдинця від 31 січня 1997 р. про створення комісії на чолі з міністром інформації "для вивчення ситуації в інформаційному просторі України" дало всі підстави стверджувати про наступ на свободу слова під гаслом "створення системи інформаційної безпеки держави" (сентенція з розпорядження першого віце-прем'єра). Головному Контрольно-ревізійному управлінню України доручалося розпочати перевірку недержавних мас-медіа з метою

встановити джерела фінансування і технічного забезпечення. У відповідь на протести журналістів міністр інформації застеріг, що робота згаданої комісії є державною таємницею, і попередив депутатів і журналістів про кримінальну відповідальність за її розголошення. (ТСН, 17.06.97.)

Таким чином, було створено небезпечний прецедент, коли уряд може на власний розсуд засекречувати інформацію (незважаючи на статтю 38 Закону про державну таємницю, яка передбачає відповідальність за безпідставне засекречування інформації) та проводити таємні операції проти інститутів громадянського суспільства як то засоби масової інформації (згідно статті 14 Закону про державну контрольно-ревізійну службу в Україні КРУ може проводити перевірки суб'єктів підприємницької діяльності незалежно від форми власності лише за постановою прокурора або слідчого, винесеної в ході розслідування кримінальної справи).

17 червня 1997 р. Рада національної безпеки та оборони України за закритими дверима розглянула питання, пов'язані з інформаційною сферою. Її учасники висловили занепокоєння присутністю іноземного капіталу в українських мас-медіа ("Нам як державі ("державна - це я"? - І.С.) не байдуже, хто їх фінансує", заявив З.Кулик). (Уряд. кур'єр, 24.07.97.) За підсумками засідання президент підписав указ №663/97 від 21 липня 1997 р. "Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 17 червня 1997 року "Про невідкладні заходи щодо впорядкування системи здійснення державної інформаційної політики та удосконалення державного регулювання інформаційних відносин". Кабінету Міністрів було доручено підготувати зміни до законодавства про встановлення відповідальності "за дії, спрямовані на поширення інформації, що не базується на достовірних даних, обмежує права громадян, завдає шкоди їх репутації чи державним інтересам України (виділено мною - І.С.)". Від уряду вимагалось і "вжити невідкладних заходів щодо підвищення впливовості видань, заснованих за участю державних органів, на формування громадської думки". Нарешті, Національній раді з питань телебачення і радіомовлення, Міністерствам інформації, зв'язку, внутрішніх справ разом з Генеральною прокуратурою доручалося "вжити невідкладних заходів до припинення (так у тексті - І.С.) діяльності суб'єктів інформаційної діяльності, які порушують Конституцію України та закони України". Пропонувалося також створити спеціальний судовий орган з правопорушень у сфері інформації та переглянути порядок державної підтримки преси.

І вже за кілька днів міністр інформації скористався цим указом, щоб закрити опозиційне видання "Правда України". Відповідаючи на звинувачення у порушенні статті 18 Закону про друковані засоби масової інформації, за якою закривати видання можуть лише суд або засновник, тодішній міністр інформації З.Кулик послався на повноваження, які нібито отримав за згаданим президентським указом про забезпечення інформаційної безпеки. (Правда Укр., 31.01.98)

Як правило, пострадянські режими вкрай нервово реагують на критичні публікації у світовій пресі. Сентенції про втручання у внутрішні справи не є чимось новими і цілком вкладаються у концепцію медіа-імперіалізму, про який традиційно говорять лідери авторитарних режимів країн "третього світу". Саме вони звинувачують мас-медіа країн Заходу у підриві національних цінностей, нівеченні місцевої культури, нав'язуванні західних ідеалів, зосередженні на негативному матеріалі про нерозвинені країни. На ділі, це зводиться до вимог говорити про інвестиційні можливості, туризм та багату культуру, натомість, мовчати про корупцію, порушення прав людини і бідність. На початку 70-их років таке невдоволення властей країн "третього світу" (як правило, далеких від ідеалів демократичного устрою і завдань загальнонародного добробуту) призвело до появи сумнозвісної ідеї "Нового інформаційного порядку", винесеної на обговорення ЮНЕСКО. Користуючись кількісною перевагою голосів, ці країни провели в ЮНЕСКО так звану "Декларацію про засоби масової інформації" (1978 р.), яка наголошувала на "збалансованому потоці" інформації. Не погодившись з таким тлумаченням, Сполучені Штати та Британія на знак протесту залишили

ЮНЕСКО³. Сьогодні подібна риторика - вірний показник диктаторських та авторитарних режимів у будь-яких куточках світу, які попри повну дискредитацію такої демагогії вперто її повторюють. Президент Кенії Даніел арап Мої традиційно звинувачує засоби масової інформації у створенні негативного іміджу Кенії, як "корумпованої країни, в якій надто повільно йдуть економічні реформи". На думку кенійського президента, негативну інформацію журналістам надають представники місцевої опозиції. Президент Мої відкидає звинувачення і закликає співвітчизників до єдності. "Єдність і незалежність країни - це головна цінність Кенії", стверджує Мої.

Як і в випадку "анти-імперіалістичної" риторики, негативне ставлення до присутності іноземного капіталу в мас-медіа та ксенофобія у ставленні до іноземців - власників або керівників мас-медіа - типова риса націоналістів. Просто таки "печерні" заяви лунають нині з вуст голови Держкомітету з інформаційної політики Івана Драча.

Юридичне оформлення можливостей переслідувати пресу призвело до того, що нині спостерігаємо, як цю брудну роботу за виконавчу владу дедалі більше роблять формально незалежні суди.

Визначимо головні фактори, які перешкоджають розвитку вільного слова в країні.

По-перше, завдання демонополізації, роздержавлення та приватизації засобів масової інформації не лише не визначені як пріоритетні, а взагалі не стоять на порядку денному. Необхідність створення громадського мовлення спотворено в концепціях, пропонованих певними політичними силами, зокрема, в ідеї створення "Громадського українського радіо і телебачення ("ГУРТ").

По-друге, посилюється роль держави в регулюванні діяльності вітчизняних засобів масової інформації, для чого або створюються нові урядові органи (Міністерство інформації або Державний комітет із інформаційної політики), або контролем діяльності ЗМІ починають займатися вже існуючі (Рада національної безпеки і оборони).

Низка ухвалених Верховною Радою законів, часом такі, що окремими положеннями суперечать один одному, не лише не зміцнили законодавче забезпечення вільного слова, а й дали змогу вільно їх тлумачити заради обмеження свободи слова. Як відверто висловився на засіданні Національної Ради України з питань телебачення і радіомовлення України польський експерт професор Кароль Якубович: "Що було, якби ви пішли з цими законами до Брюсселю (тобто до Європейського Союзу - І.С.) ? Ну, я так думаю, що стався б загальний великий інфаркт". (ТСН, 07.03.2001)

Нещодавно Програма правової захисту та освіти ЗМІ IREX ProMedia проаналізувала п'ять статей нового проекту кримінально-процесуального кодексу України, які безпосередньо стосуються свободи слова, або пов'язані з висловленням думки, збиранням та поширенням інформації. Це статті 153 (наклеп), 154 (образ), 311 (наруга над державними символами), 312 (посягання на честь і гідність президента) та 318 (образ особи, яка є представником влади). Висновок невтішний: "З огляду на Конституцію України, практику Європейського суду з прав людини, практику інших європейських країн та загальні демократичні засади і принципи ми вважаємо, що їхня теперішня редакція становить можливу небезпеку для свободи слова. Саме тому вони мають бути або виключені з проекту, або істотно змінені". Адже норми покарання у всіх п'яти згаданих вище статтях ККУ - це не тільки штрафи, а й виправні роботи, і навіть позбавлення волі на тривалі терміни. А стаття 312 ККУ "Посягання на честь і гідність Президента України" заслуговує дослівного цитування без зайвих коментарів: "Образа Президента України під час виконання ним своїх повноважень або з приводу їх виконання, а також наклеп на Президента України караються обмеженням волі на строк до п'яти років або позбавленням волі на строк до семи років".

По-третє, сама Конституція дає властям право законодавчо обмежити свободу слова. Вкрай небезпечною є можливість вільного тлумачення статті 34 Конституції, за якою свобода слова

"може бути обмежена в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей".

По-четверте, офіційна риторика властей про захист національних інтересів і національної безпеки стосовно ЗМІ викликає зловісну аналогію з подібними прийомами, що застосовувалися і застосовуються диктаторськими та авторитарними режимами в інших країнах (Аргентина часів військової хунти, Йорданія, Білорусь, Хорватія періоду правління Франьо Туджмана) для переслідування незалежних засобів масової інформації.

Країни "третього світу" перебувають у подібному становищі вже більше 30 років. Зрозуміло, нас така перспектива не може тішити. Але існує, принаймні, три фактори, які допоможуть відносно швидко подолати авторитарний режим. Передусім, фактор географічний. Існування в центрі Європи величезної країни із 50-мільйонним збіднілим населенням і водночас потужними мафіозними структурами не можуть ігнорувати західні демократії, щонайменше через інтереси власної безпеки. По-друге, розвиток новітніх технологій. Найжорстокіший репресивний режим не є спроможним контролювати Інтернет. По-третє, тиск з боку західних демократій. Прикладом такого успішного тиску можуть служити Хорватія в період президентства нині покійного Франьо Туджмана і Югославія поваленого Мілошевича.

Відомий "касетний скандал" і справа Гонгадзе змусили західні демократії змінити своє поблажливе ставлення до репресивних дій українських властей проти мас-медіа і поставити ситуацію в українських ЗМІ на порядок денний урядового і громадського обговорення.

¹ Цит. за Serfaty., 1990: *The Media and Foreign Policy*, Macmillan and Foreign Policy Institute The John Hopkins University. P. 93.

2

Muraro, Heriberto, 1988: *Dictatorship and Transition to Democracy: Argentina 1973-1986*, London: Sage, p.177.

³ Watson, J, and Hill, A., 1997: *A Dictionary of Communication and Media Studies*, 4th Edition, Arnold. P.138-139

Європейська інтеграція України — найзвичайнісінький міф

Володимир Золоторьов

Починаючи з перших років незалежності керівництво України постійно заявляло про свій "європейський вибір". За десять років занадто частого вживання ці слова втратили будь-який конкретний зміст, вірніше, набули великої кількості різних змістів та контекстів, з ними пов'язаних. Для того, щоб добре уявити собі, що саме мають на увазі українські ЗМІ, коли вони говорять про інтеграцію України до Європи, необхідно розглянути основні контексти, які пов'язані з цим поняттям.

Практика та політика

"Європейський вибір" було проголошено швидше як антиросійський, ніж власне прозахідний. Для цього у правлячій еліті було багато причин, не останньою з яких був страх перед Єльциним після революції 1991 року і бажання відгородитися від всіляких перемін. Парадоксальним чином, російська еліта в своїх цінностях та практичних діях була значно

більш прозахідною.

Україна, наприклад, пішла багато на які економічні реформи змушено і під прямим тиском Росії. Вимушено були відносно лібералізовані ціни і так само вимушено було запроваджено власну валюту (карбованець, який в 1996 році було змінено на гривню). Між тим, гучні заяви українських лідерів робили країну в очах Заходу більш "європейською", а все ще наявні імперські амбіції Росії змушували вважати її більш "азійською". Цікаво, що перші спроби інтеграції до європейських інституцій були зроблені ще в 1992 році — тоді вперше було порушено питання про вступ до Ради Європи, але вимоги цієї організації видалися для адміністрації президента Кравчука надмірними, і про РЄ забули.

Основні інтеграційні рішення були прийняті вже за президента Кучми, який спочатку розглядався як антизахідний політик (про цей парадокс нижче). Україну прийняли до РЄ, розпочалася тісна співпраця з міжнародними фінансовими структурами (Міжнародний валютний фонд, Світовий Банк), відносини з НАТО було оформлено у вигляді програми "Партнерство заради миру" та Хартії про особливе партнерство. Власне, на цьому список досягнень закінчується. Інші міжнародні організації достатньо вимогливі ДО Своїх партнерів, а український уряд не в стані грати за правилами (характерний приклад — хронічна неспроможність вступити до Світової організації з торгівлі).

Новий комунізм

На жаль, нам не уникнути констатації факту відмінності західної ментальності від ментальності вітчизняної. Однією з основних рис цієї ментальності є те, що Бердяєв називав "апокаліптичністю свідомості". У мишленні багатьох українських громадян держава та нація повинні мати відому й кінцеву мету свого існування, досягнення якої рівносильне досягненню загального щастя, рівності, братства тощо. (В радянські часи автор цих рядків розважався тим, що запитував у комуністичних ортодоксів про те, що буде настане після комунізму. Ортодокси губилися, бо просто не могли собі уявити, що після досягнення мети може існувати будь-який рух). Поступові заходи, рух до окремих локальних цілей не сприймається суспільством як щось гідне, щоб до цього докладати зусилля.

Комунізм у нашій країні серед іншого перемиг і тому, що він пропонував чітку мету існування держави та нації, більше за те, він був "науковим продуктом" і тому був модним серед інтелігенції початку століття з її культом науки та прогресу. Зрештою, комунізм програв, але якості, що його породили, залишилися. Українцям, наприклад, дуже важко звикнути до того, що окремо взяті вибори не здатні радикально змінити ситуацію, що призводить до цікавих парадоксів.

Сьогодні місце комунізму певною мірою посіла ідея "інтеграції до Європи", після досягнення якої відразу всім і назавжди стане добре. Із завдання практично-політичного вона перетворилася на міф з усіма наслідками, що витікають з цієї трансформації.

Джерело легітимності

Якщо взяти до уваги вищевказані обставини, стає зрозумілим, чому українські політики дуже багато говорять про інтеграцію, але нічого для досягнення цієї мети не роблять, і часто вживають дій, які жодним чином не відповідають цивілізованим цінностям. Наприклад, президент Кучма, який у притаманній йому відвертій манері зробив нещодавно показові заяви саме такого гатунку. Виступаючи на зустрічі з журналістами регіональних видань, він заявив про те, що не матиме справи з опозицією, що вимагає його відставки, оскільки це — не опозиція. Відразу ж по цьому було сказано, що нікому не вдасться звернути Україну зі шляху "європейського вибору", вибора". Думаю, для Кучми в цій заяві немає жодних протиріч, так само як і для більшості населення країни.

"Європейський вибір" — це та мета, до якої влада веде суспільство і одночасно — одне з небагатьох джерел її легітимності. "Шлях до Європи" — це один з постулатів, стосовно якого думка населення і вдали співпадають. Влада обіцяє "привести до Європи", за нею за роки незалежності затвердилася монополія на цей рух (що великою мірою пояснює неуспіх правої опозиції). "Європейський вибір" — це те, заради чого українці погоджуються терпіти, при тому, що більшість населення вважає владу нікчемною та продажною. Тут необхідно зробити дуже важливе уточнення. Монополія влади на "європейський вибір" (і не тільки на нього) пояснюється, серед іншого, й зафіксованим соціологами парадоксом — українці голосують за владу лише тому, що вона — влада. Вони не розглядають опозицію як людей, що стануть владою й матимуть усі необхідні важелі для реалізації своїх обіцянок. Тому вони голосують за владу у сподіванні, що вона щось змінить на краще. Обіцяння опозиції "швидше та краще" привести до Європи не спрацьовують в якості виборчого гасла не тому, що виборцям до цього немає справи, а тому, що в це ніхто не вірить.

Близький рай

"Залізна завіса", яка розвалилася наприкінці 80-х, зіграла на прощання злий жарт з українцями. Багато хто з них на свої очі побачили Європу і переконалися, що рівень життя там дійсно набагато вищий за радянський та український. Специфіка України полягає в тому, що вона межує з більшістю країн колишнього радянського блоку, і жителі прикордонних районів, добре знайомі з побутом сусідів, мають можливість спостерігати, як у країнах Східної Європи протікають переміни на краще. Галичани, зокрема, досі згадують про те, як на початку 80-х "зубожілі" поляки скупали львівські телевізори. Ці згадки надзвичайно сильно контрастують з дійсністю, в якій українці є дешевою та безправною робочою силою саме в країнах Східної (за новою термінологією — Центральної) Європи. Таким чином, на відміну від комунізму, багата та процвітаюча Європа є реальністю, яку багато хто бачив, і тому українці готові вірити обіцянкам властей "організувати" їм таку саму Європу прямо на місці.

Європейський Радянський Союз

Існує ще один парадокс, пов'язаний з "європейською інтеграцією" України. Його найменшою мірою розуміють західні дипломати та аналітики. Для опису цього явища потрібно знову звернутися до типового носія українського менталітету з усіма його протиріччями — президента Кучми. На виборах влітку 94-го, будучи опозиційним кандидатом, він постійно твердив, що "ЦРУ та МВФ спеціально розвалили СРСР", що могло бути однією з причин його успіху. Кучма з певною поправкою на істеричні настрої був зачислений у "антизахідні" політики. Це визначення, звичайно, повністю відповідає дійсності, коли йдеться про відповідність його політики спільним європейським цінностям. Але в даному конкретному випадку ні виборці, ні сам Кучма не думали про "західність" чи "не-західність". Вони керувалися абсолютно іншими міркуваннями. Це передвиборне гасло було розраховане швидше на емоційну підтримку, ніж на конкретні післявиборні дії і дуже добре демонструє мотиви інтеграції. Просто Захід та СРСР для українця — два відомих комфортних стани. СРСР — у минулому, "Європа" — в майбутньому. Для більшості виборців немає жодного протиріччя в тому, що вони шкодують за розпадом СРСР і підтримують "інтеграцію до Європу". Одні й ті ж самі люди без жодного сумніву підтримали антизахідні заяви кандидата в президенти Кучми і його наступні кроки, спрямовані на зближення із Заходом.

Консенсус

Останнім підтвердженням того, що ми маємо справу з міфом, а не реальним процесом, є повний консенсус, який існує в політичному середовищі стосовно необхідності європейської інтеграції. З цим погоджуються всі, включно навіть з комуністами, які й досі переконані в непереможності марксистсько-ленінської ідеології. Євроскептиків в Україні просто не існує..

Така дивна злагода може бути тільки відносно питання, яке має дуже мале значення. Постійний галас навколо цієї проблеми за відсутності будь-якої помітної дискусії вказує на те, що ми маємо справу саме з міфом.

Перспектива

Будь-який міф, а тим більше міф, заснований на таких достатньо практичних речах, як комфорт, безпека та добробут не може володіти умами вічно. Терпець населення може увірватися, і з "європейським вибором" станеться те ж саме, що і з комунізмом. Якщо знайдеться політична сила, здатна переконливо пообіцяти досягнення загального щастя поза межами "європейського вибору", або ж, наприклад, Захід зустрінеться з серйозними проблемами, "європейський вибір" легко забудеться. Навряд чи його місце зможе посісти щось достатньо миролюбне.

Непотрібна інтеграція

Перш ніж перейти до висвітлення "європейського вибору" в ЗМІ, слід відзначити ще один суттєвий момент. Преса в Україні поділена між основними політекономічними угрупованнями і покликана вирішити два головних завдання: бути засобом пропаганди (переважно, електронні ЗМІ) і засобом переписки цих угруповань одне з іншим (газети). Жодне з цих угруповань не має дійсно серйозних інтересів на Заході, більшість їх у той же час має проблеми з правоохоронними органами західних країн. Тому тема "європейського вибору" абсолютно не цікавить власників мас-медіа. Далеко не всі ЗМІ мають у своєму складі міжнародні редакції. Як наслідок, ці існуючі міжнародні редакції набагато більш вільні в своїх можливостях висловитися, ніж редакції внутрішньої політики. Тому, оцінюючи ті чи інші матеріали на міжнародну тему, слід мати на увазі, що в більшості випадків ми маємо справу з позицією автора, а не "замовленням" власника.

Що пишуть і говорять

Міфологічна природа "інтеграції" породжує численні особливості її висвітлення в українських ЗМІ. Практична сторона справи цікавить, як правило, державні ЗМІ. Для них черговий міжнародний візит — все одно, що відкриття нового заводу для радянських газет. При цьому, в обох випадках неможливо дізнатися про жодну конкретику. Факти непотрібні й для більшості недержавних ЗМІ. Якщо ви зацікавитесь тим, які ж конкретно претензії до України висуває Рада Європи, або ж у чому саме суть проблем переговорного процесу між Україною та СОТ, не кажучи вже про зміст міжнародних угод та договорів та зобов'язань сторін після їх підписання, то вам буде простіше звернутися до іноземних інтернет-сайтів і перекласти це з англійської, включно з коментарями..

Більшість вітчизняних ЗМІ абсолютно щиро вважає конкретику нецікавою. І в цьому немає нічого дивного — для підтвердження міфу потрібен сам факт події, а не його деталі. Інакше кажучи, про реальні взаємовідносини України та Європи ніхто не пише. Більш за те, журналісти, навіть не знають справжнього стану справ і в своїй практиці керуються застарілими штампами. Наприклад, автори майже всіх публікацій про розширення "шенгенської зони" вважали своїм обов'язком згадати про "подвійні стандарти Заходу", який, начебто, закликає до "Європи без кордонів", а сам відгороджується від своїх сусідів. Між тим, журналісти, які не полінилися поспілкуватися з чиновниками тих же структур Євросоюзу, знають, що жодним чином про "Європу без кордонів" не йдеться, але йдеться про відповідність стандартам, необхідним для вступу. Тим не менш, ця обставина не є важливою для журналістів, оскільки, повторюю, факти нікого не цікавлять.

Між тим, Захід постійно присутній у публікаціях українських ЗМІ. Його роль тут є значною, якщо не вирішальною. Можна виокремити кілька характеристик, якими українські

журналісти наділяють Захід (при цьому, не будемо забувати про те, що необхідність "європейського вибору" ніколи не заперчується).

Єдність. Дуже важливим моментом є неусвідомлення не лише населенням, але й журналістами факту існування різних західних організацій, інтереси яких часто не співпадають. Для більшості українських громадян Рада Європи, ОБСЄ, НАТО і МВФ — одне й те ж саме. Захід постає єдиним, культурні відмінності між західними країнами не визнаються такими, що мають хоча б якесь значення (за винятком модного протиріччя Європа-США).

Всюдисущий і всемогутній Наслідком першої посилки є тверде переконання у наявності в країн Заходу спільних інтересів і здатності їх відстоювати. Так, наприклад, "касетний скандал" майже одностайно вважається добре продуманою операцією "західних спецслужб".

Джерело авторитету. Найбільш поширена функція Заходу. Приклади організації тієї чи іншої справи "як у них" складають значну частину публікацій в українських ЗМІ.

Боржник. Це — посил, який дуже часто зустрічається. Свідомо чи несвідомо, автори багатьох матеріалів переконані в тому, що "Захід нам винен", тому що ми "розвалили Радянський Союз" (інші варіанти — позбулися ядерної зброї, закрили Чорнобильську АЕС). Загальна думка цих публікацій — оскільки це було вигідно для Заходу, то нехай він тепер заплатить. Часто зустрічаються й спекуляції на "вигідному геополітичному розташуванні" при тому, що автори часто не уявляють собі значення цих слів.

Міфи — на користь

Навряд чи варто зараз доводити, що переорієнтація України хоча б і на міфологічному рівні з "шляху європейської інтеграції" на якийсь інший напрямок не потрібна ні Україні, ні Європі.. Звісно, не існує радикальних засобів, здатних зупинити цей процес, але оскільки ми говоримо про роль преси, не зайвим було б нагадати про просту ідею, яка здатна змусити міфи працювати на користь реальним позитивним процесам. Якщо вже Захід, свідомо або несвідомо вважається в Україні чимось єдиним, то, можливо, варто було б замислитися над створенням "європейського центру", який би міг бути створеним за участі основних міжнародних структур, в тому числі й НАТО. Такий центр міг би виконувати всі традиційні для подібних структур функції.. Але від інших подібних його б вирізняло те, що в очах споживачів його послуг, його діяльність та вироблені ним рекомендації мали б значно більш високий статус. Серед його головних завдань могла б бути й організація кількох постійно діючих семінарів для журналістів на найбільш загальні теми: історія того, як Захід досягнув нинішнього матеріального рівня (став багатим), історія самоврядування в різних країнах та регіонах, різноманітні судові прецеденти тощо. Адже, насправді, головною умовою реальної європейської інтеграції є сприйняття суспільством, і перш за все — пресою та іншими ЗМІ — загальноприйнятної системи цінностей, яка побутує в Європі.

"Європейський вибір" було проголошено швидше як антиросійський, ніж власне прозахідний.

Місце комунізму певною мірою посіла ідея "інтеграції до Європи", після досягнення якої всім відразу й назавжди стане добре. Із завдання практично-політичного вона перетворилася на міф.

"Європейський вибір" — це те, заради чого українці ладні терпіти при тому, що більшість населення вважає владу нікчемною та продажною.

Міфологічна природа "інтеграції" породжує численні особливості її висвітлення в ЗМІ.

Румунські ЗМІ: просуваючи і розвінчуючи інтеграцію з ЄС

Катрін Ловатт

Французький політичний теоретик Жан-Жак Руссо колись говорив, що людина прагне досягнень. У своєму прагненні людина вибудовує для себе набір ідеалів і намагається реалізувати їх шляхом самодисципліни і жертв. Те ж саме можна сказати і про держави — особливо ті, які перебувають у перехідному стані від комунізму до демократії і ринкової економіки, намагаючись повністю інтегруватися до Європейського Союзу.

Румунія не є виключенням. Протягом останнього десятиліття Румунія намагалася скинути кайдани комуністичного минулого, прагнучи стати частиною "прийнятої" Європи. Позбуватися зв'язків з комуністичним минулим стало майже синонімом уявлень про переваги, які можна одержати, будучи "західноєвропейцем". Інтеграція до Європейського Союзу сприймалася і сприймається як спосіб пожинати економічні плоди і свободи, які так довго були заборонені за часів комунізму, одночасно здобуваючи ширше міжнародне визнання і повагу.

Засоби масової інформації у Румунії зіграли значну роль у розхитуванні традиційних уявлень румунського народу, просуваючи — чи не просуваючи, як може виявитися — ідею інтеграції до Європейського Союзу поряд з урядовою політикою. Більша свобода, яку ЗМІ одержали після падіння комунізму в 1989-1990 роках, допомогла надати румунському народу новий голос, і незабаром для румунів стало очевидним, що для того, щоб досягти омріяного вступу до ЄС необхідно сформулювати ідеали і піти на жертви. Проте в Румунії цей процес був настільки тривалим і розтягнутим, що сьогодні багато хто вважає, що соціальні, економічні й політичні проблеми, які постали перед країною, є настільки серйозними, що прагнення до інтеграції з ЄС є зайвим. Ця думка охопила низку ЗМІ і чітко проявилася у результаті загальних виборів, що відбулися у листопаді 2000 року.

У чому справа?

У квітні 2001 року румунські засоби масової інформації протестували проти закону про "таємну" інформацію, який дебатувався у Конституційному Суді. Положення законопроекту "просочилися" із внутрішнього листа до парламенту. Повідомлялося, що закон обмежує право на інформацію і заперечує свободу ЗМІ. Хоча подробиці нового закону ще не розголошувалися офіційно, існує дедалі серйозніше занепокоєння, що новий уряд, сформований Партією соціальної демократії (ПСД) Іона Ілієску, обраного у листопаді 2000 року, прагне повернутися до системи правління, яка підриває досягнення останніх десяти років.

За комуністичних часів мас-медіа контролювалися державою, потерпали від жорсткої цензури і обмежень щодо змісту. Більшою мірою, ніж засіб передачі новин, ЗМІ були ідеологічним знаряддям державної пропагандистської машини. Румуни мали дивитися по дві години телепрограм на день — не розважальні програми, спектаклі, передачі про світ природи чи політичні інформаційні програми, до яких звикли західні глядачі, а дві години промов Ніколае Чаушеску, який щодня "вколочував" румунський комунізм і націоналізм у голови громадян. Колапс комунізму визволив ЗМІ із клітки. Практично з наступного ранку стало можливим відкрито публікувати думки та ідеї без регулювання з боку держави.

Однак початковий брак державного контролю був тимчасовим явищем. Після усунення з

посади Чаушеску його колишній покинутий соратник Іон Ілієску вперше одержав важелі контролю. Його було офіційно обрано президентом у 1992 році, після того, як він уже фактично перебував на посаді близько двох років. У 1996 році Ілієску програв вибори більш ліберальному Емілу Константінеску і його партії, Демократичній конвенції Румунії (ДКР). Іон Ілієску і його Партія соціальної демократії знову були обрані на найвищі посади у листопаді 2000 року.

Попри загальний стан ейфорії після скинення Чаушеску, засоби масової інформації і надалі покладалися на ретельно відредаговані відомості. З того часу, регульовані з боку Конституції та законодавства, румунські ЗМІ прагнуть віднайти стабільну рівновагу між редагуванням і репортажем. Було досягнуто чимало успіхів, не в останню чергу через реалізацію права доступу до публічної інформації і надання можливості вільного коментування політики різних урядових адміністрацій, інформування громадськості про зміни, які відбуваються у країні і розвиток демократії. Новий закон, про який так багато говориться у суспільстві, загрожує зруйнувати свободи, за які румунські ЗМІ боролися протягом останнього десятиліття.

Сприяння освіті і просвіті населення

Засоби масової інформації у Румунії досить численні. Їх кількість почала стрімко зростати після падіння комуністичного режиму. Згідно з дослідженням "Преса сьогодні", кількість щоденних газет у Румунії, зросла з 60 у 1989 році до 98 у 1997 році, а кількість тижневиків за той самий період зросла з 37 до 146. Уві види ЗМІ — радіо, телебачення, друковані ЗМІ, інтернет — є цілком доступними для широких верств населення і забезпечують досить стабільний спосіб донесення інформації.

Досягаючи широкої аудиторії, ЗМІ є надзвичайно важливим освітнім джерелом для румунів з питань політики уряду і переходу Румунії до демократії та ринкової економіки. У Румунії існують як приватні, так і державні ЗМІ. Приватні ЗМІ є відносно незалежними і діють як цінний барометр громадської думки. Поза тим, існують бар'єри для збору інформації.

У країні працюють понад 50 приватних телеканалів і понад 100 приватних радіостанцій. Однак багато з електронних ЗМІ досі контролюються державою, хоча й дедалі меншою мірою. Низка приватних газет мають свої веб-сайти, наприклад, *Evenimentul Zilei*, *Ziua* та *Nine O'clock*. Точки зору деяких груп меншин також мають досить значну свободу і знаходять відображення у ЗМІ: угорська і німецька меншини мають власні газети — *Magyar Szó* угорською мовою та *Deutsche Allgemeine Zeitung* німецькою. Урядова газета *Vocea Romaniei* і газета президентської адміністрації *Dimineata* частково фінансуються за рахунок урядових субсидій. Серед приватних телеканалів — *Pro TV*, *Antenna 1*, *Tele 7 abc*, *Dacia Europa*, *Prima TV* та *TV Sigma*. Основні приватні радіостанції Румунії — *Radio Contact*, *Radio Pro-FM*, *Radio Total*, *Radio Delta*, and *Radio 2M*.

Різноманітні культури і точки зору, що подаються румунськими засобами масової інформації, сприяють розвитку плюралізму в суспільстві. Однак значна кількість приватних ЗМІ мають переважно місцевий характер і досягають лише незначного сегмента суспільства. З іншого боку, державні ЗМІ, зокрема Румунське телебачення та Румунське національне радіо — *Radio Romania Actualitati* — мають набагато ширше покриття території країни і, відповідно, набагато численніші аудиторії по всій Румунії.

Як приватні, так і державні ЗМІ сприяють кращій поінформованості румунського суспільства з питань інтеграції ЄС. Загалом румунські ЗМІ схвально ставляться до ідеї європейської інтеграції. Однак реформи, необхідні для того, щоб забезпечити відповідність країни стандартам ЄС, створюють додатковий тиск на і без того ослаблену економіку. Теоретично простий румун вважає інтеграцію до Європейського Союзу метою, якої було б бажано досягти, однак на практиці суспільство потерпає від значних жертв, які доводиться робити

заради досягненні цієї мети. Засоби масової інформації, відповідно, не можуть утриматися від висвітлення проблем, що постають перед Румунією. Уряд і урядова політика в економічній, політичній та соціальній сферах також часто піддаються критиці у ЗМІ.

Інтеграція до Європейського Союзу була і залишається основною зовнішньополітичною метою румунського уряду, особливо у роки президентства Еміла Константінеску (1996-2000). У цьому сенсі засоби масової інформації просто повинні висвітлювати питання, пов'язані з європейською інтеграцією. У своєму виборчому маніфесті новий президент Румунії Іон Ілієску підтвердив курс на європейську інтеграцію. Однак цю обіцянку ще необхідно виконати.

Загалом приватні засоби масової інформації підтримують прагнення Румунії "підтягтися" до стандартів, встановленим спільним законодавством ЄС, *acquis communautaire*, яким країна має відповідати перш ніж відбудеться повна інтеграція. Однак у суспільстві і, відповідно, у ЗМІ, існують різні точки зору щодо того, як саме необхідно досягти дотримання норм *acquis*. У 1999 році Румунія одержала запрошення розпочати переговори про вступ до ЄС у другому турі розширення ЄС, і взяла на себе зобов'язання поетапно провести необхідні реформи.

Acquis communautaire передбачає, зокрема, такі питання, як розвиток малого і середнього підприємництва, науки і техніки, освіти, навчання, роботи з молоддю, розвиток міжнародних економічних відносин, зовнішню політику та політику безпеки, політику підвищення конкурентоспроможності, захисту прав споживачів, розвиток культури та аудіовізуальних засобів масової інформації, телекомунікацій та інформаційних технологій, митного регулювання і транспорту. Перш ніж просуватися до наступного етапу інтеграції, Румунія має досягти відповідності стандартам ЄС у цих галузях.

Після 1989 року Румунія досить повільно ставала на шлях реформування своєї політичної й економічної системи. На відміну від таких країн, як Польща, де швидко були запроваджені досить жорсткі економічні обмеження, Румунія вдалася до більш обережних і поступових кроків. "Спадщина" і ментальність комуністичних часів і ті обмеження, яких суспільство зазнало протягом десятиліть комуністичного режиму утруднювали остаточний розрив з минулим, навіть коли громадяни Румунії довірили колишньому комуністу Ілієску вести їх до демократії.

Реформи просувалися повільно, і сьогодні відчувається негативний вплив цієї повільності. Економіка розвивається повільно, рівень безробіття залишається високим, і майже третина населення має доходи, що нижчі за офіційно визначений рівень бідності. Однак на "фасаді" суспільства відбулися істотні зміни. Асортимент споживчих товарів, доступних дедалі ширшим верстам населення, зростає, економіка намагається працювати стабільно. Однак і досі відносно небагато румунів можуть дозволити собі придбати будь-які споживчі товари, а економіка потерпає від корупції і тиску "чорного ринку", які стоять на заваді переходу до ринку цивілізованого і підривають зусилля румунського суспільства і уряду, спрямовані на інтеграцію до Європейського Союзу.

Багато румунів вважають, що сьогодні їм живеться важче, ніж за комуністичних часів. Ця точка зору знайшла своє відображення у тому, що на загальних і президентських виборах у листопаді 2000 року більшість румунів проголосували за Іона Ілієску, а також у зростанні популярності крайнього націоналіста Корнеліу Вадіма Тудора та його Партії Великої Румунії (ПВР). Відносно ліберальна адміністрація Константінеску зазнала різноманітних звинувачень не в останню чергу саме через її відданість ідеї європейської інтеграції.

Згідно дослідження, проведеного ОБСЄ, румунські засоби масової інформації, особливо телебачення, були основним джерелом інформації для громадськості під час виборчих кампаній 1996 і 2000 років. ЗМІ були важливим інструментом поширення кращої поінформованості з питань європейської інтеграції та інших політичних напрямів у ході низки виборчих кампаній. Однак у 1996 році дослідження ОБСЄ критичувало державне

телебачення TVR1 за його "заангажоване висвітлення подій на користь правлячої партії і президента. Натомість, низка приватних компаній продемонстрували свою чітку політичну прихильність до опозиції. Загалом висвітлення виборчої кампанії не було добре збалансованим стосовно усіх партій та кандидатів. Викликає тривогу можлива упередженість, до якої це могло призвести" (Звіт ОБСЄ про парламентські та президентські вибори в Румунії 3 та 17 листопада 1996 року).

У 2000 році у підсумковому звіті ОБСЄ зазначалося, що засоби масової інформації продемонстрували плюралізм, і що прямий владний вплив на них був практично відсутнім. Однак серйозне занепокоєння викликали деякі законодавчі норми діяльності засобів масової інформації, фінансова життєздатність певних ЗМІ та стан правового захисту журналістів. Викликала занепокоєння і недостатня участь жінок у роботі ЗМІ. У підсумковому звіті ОБСЄ зазначалося, що "засоби масової інформації мають зіграти значну роль у просуванні усвідомлення необхідності принесення рівності можливостей у загальнонаціональні дебати".

Обидва звіти показали, що румунським ЗМІ бракує об'єктивності і що це може зашкодити розвитку поінформованості громадськості з певних питань. У цьому сенсі підтримка європейської інтеграції з боку ЗМІ часто суперечить їх гострій критиці соціальних та економічних проблем, які має вирішувати суспільство. У прагненні до європейської інтеграції необхідно здійснення економічних реформ, однак саме ці реформи часто подаються як джерело тривалих соціальних і економічних проблем, з якими щодні стикаються прості румуни. Засоби масової інформації постійно критикують ці труднощі, таким чином демонструючи аномалію ролі ЗМІ у просвіті суспільства щодо Європи та процесів європейської інтеграції.

Реформи та їх оцінка

Звичайно, румунські засоби масової інформації повинні грати ключову роль у просуванні процесу реформ і оцінці діяльності уряду у цьому напрямі. На жаль, сьогодні це не так. Засоби масової інформації і самі потерпають від проблем, що віддзеркалюють сумний стан загального ділового середовища. Приватні засоби масової інформації не можуть сховатися від загальнонаціональних економічних проблем, що постають перед Румунією.

Друковані засоби масової інформації часто мають завеликі штати, поганий менеджмент і працюють неефективно. Фінансування, що є у розпорядженні ЗМІ, є досить обмеженим, і більшість медіа-організацій існують за рахунок приватних пожертв і урядових субсидій, що надаються ЗМІ з державною часткою власності. Як наслідок — приватні ЗМІ не є повністю незалежними і можуть зазнавати політичного впливу. Останнім часом медіа-групи — наприклад, "Експрес Медіа" — починають виявляти зацікавленість у встановленні контролю за колективними організаціями ЗМІ. Отже, румунські засоби масової інформації не можна вважати повністю незаангажованими, а їх повідомлення — дійсно вираженням громадської думки.

Сьогодні уряд керує мережами видавництва і поширення друкованих ЗМІ і непрямо контролює розповсюдження газет. А тому державні ЗМІ широко поширені по всій країні, тоді як приватні ЗМІ значною мірою локалізовані. Хоча державні ЗМІ більше не переповнені комінустичною риторикою доби Чаушеску, "спадщина" тих часів ще лишається, а тому ЗМІ не можна вважати повністю вільними від впливу влади.

"Дім свободи" визначає румунські ЗМІ як "частково вільні". А тому будь-яка критика у ЗМІ чи реклама реформ, які здійснює уряд, має сприйматися до певної міри скептично, а будь-яка оцінка діяльності владних структур має перевірятися за принципом "де, коли, чому і хто це сказав?"

Іноземний кореспондент найбільшої приватної телекомпанії Румунії Pro TV Маріуш Драгомір якимось чином описав у Transitions Online свій власний досвід: "Становище журналістів —

особливо тих, хто не бажає "стояти навиятку" — виглядає у Румунії досить невесело. Існує кілька незалежних газет, однак платня журналістів там дуже низька".

Становище не покращилося після обрання Іона Ілієску президентом країни, і, здається, засоби масової інформації мають реальну нагоду відчутися на собі, що таке "стояти навиятку". 11 січня 2001 року парламент вирішив схвалити ініціативу Партії соціальної демократії і відмовити журналістам у праві бути присутніми під час дебатів постійних комітетів двох палат парламенту — Палати депутатів (нижньої) і Сенату (верхньої). До листопадових виборів журналісти могли бути присутні під час таких дебатів, однак скарги з боку депутатів парламенту на те, що ЗМІ плямують їх імідж призвели до того, що зараз журналістам відмовлено у цьому способі доступу до інформації. Тепер депутати ховаються за іміджем, який не є ні показовим, ні реалістичним.

За словами Драгоміра, "національним видом спорту" є притягнення журналістів до відповідальності за наклеп. Таке ставлення до засобів масової інформації з боку уряду і бізнесового сектора пов'язано з чинною нормою законодавства, згідно з якою румунський журналіст може провести до трьох років у в'язниці, якщо його буде визнано винним у наклепництві. На самого Маріуша Драгоміра — якому лише 25 років — подавали до суду вже шість разів. Журналісти часто потрапляють до суду за свої матеріали про корупцію серед окремих урядовців та підприємців.

Успіх на виборах у листопаді 2000 року крайньо-правої Партії Великої Румунії, яка має друге найбільше представництво у парламенті вже призвів до посилення тиску на засоби масової інформації — особливо у випадках, коли журналісти підходять надто близько до правди. Через кілька днів після того, як лідер ПВР Корнеліу Вадим Тудор посів друге місце у другому турі президентських виборів, його заступник по партії Ангел Станціу публічно заявив, що журналістів, які "продалися Заходу" треба відправляти до "трудових таборів", повідомив пізніше Центр захисту журналістів.

Хоча у звіті ОБСЄ про хід парламентських і президентських виборів у листопаді 2000 року зазначалося, що румунські засоби масової інформації є загалом плюралістичними, останнім часом відчувається посилення політичного впливу з боку влади. Протягом останнього десятиліття професійна діяльність журналістів значно ускладнювалася істотним браком фахової підготовки або досвіду, які робили б журналістів спроможними об'єктивну інформацію і незаангажовані точки зору на процеси політичної та економічної стабілізації у Румунії. За президентства Еміла Константінеску засоби масової інформації дійсно стали більш вільними і здобули значної довіри у суспільстві, однак за п'ять місяців з часу останніх виборів ситуація змінюється на гірше.

Непрості стосунки між засобами масової інформації і владою означають, що замість того, аби сприяти просуванню по шляху реформ і об'єктивно оцінювати діяльність влади румунські ЗМІ виштовхуються у опозицію: "уряд і ми" — повертаючись до днів перших адміністрацій Ілієску у 1990-1996 роках.

"Сторожові пси демократії"

Публічна природа засобів масової інформації пропонує шляхи, якими спостерігачі можуть оцінити поступ Румунії до демократії. Рівні свободи ЗМІ та впливу на них владних структур слугують барометром того, як розвивається (чи регресує) суспільство. Таким чином, для таких організацій, як Європейський Союз, ЗМІ є ефективним показником готовності Румунії до інтеграції та її відповідності поставленим вимогам.

У цьому сенсі засоби масової інформації слугують "сторожовим псом" процесу просування Румунії до демократії. Засоби масової інформації не просто презентують факти, репортажі, аналіз та коментарі, а й розкривають рівень громадської підтримки змін, які ініціює уряд. Зміни у самій індустрії ЗМІ можуть слугувати показниками розвитку демократії, за

допомогою яких підприємницький сектор, організації та суспільство в цілому можуть оцінити свої власні свободи і проблеми.

Інтеграція з ЄС сприймається багатьма як необхідний напрямок руху до "західного ідеалу" і переваг, які він обіцяє і які сприймаються як прямий результат прийняття Румунії "у Європу". Засоби масової інформації є потужним джерелом сприяння прагненню до змін і впливу на громадську думку. До певної міри, саме ЗМІ сприяли утвердженню цього ідеалу замість того, щоб сприяти глибшому демократичному розвитку Румунії

Посилюючи обмеження щодо румунських ЗМІ, уряд може досягти протилежного результату. Після десятиліть комуністичного режиму засоби масової інформації нарешті одержали власний голос — хай навіть контрольований чи такий, що зазнавав стороннього впливу — і тепер вони навряд чи віддадуть цей голос без боротьби.

Засоби масової інформації у Румунії не є вільними. Однак свобода слова і свобода засобів масової інформації є вимогою європейської інтеграції. Поки румунські ЗМІ не одержать свободи, якої вони потребують для того, щоб працювати як дійсний барометр демократії і громадської думки, інтеграція Румунії до ЄС залишатиметься перспективою на віддалене майбутнє.

До певної міри сьогодні засоби масової інформації дійсно виконують просвітницьку функцію і сприяють прискоренню реформ, які мають призвести до інтеграції до Європейського Союзу. Нажаль, самі медіа потерпають від численних обмежень, щоб можна було вважати їх незалежною "владою", вільною від політичного впливу.

Протягом останнього десятиліття інтеграція до ЄС була і залишається основною політичною метою, однак на фоні згортання позитивних реформ, проведених попередньою владою, здається, що румунське суспільство має докласти ще більших зусиль і жертв, щоб досягти ідеалу, до якого воно прагне — інтеграції з ЄС. Скільки ще можуть терпіти прості румуни? Можливо, у декого знову з'явиться відчуття, ніби їм "жилося краще за комунізму". Першою ознакою цього може бути те, що румуни обрали колишнього комуніста президентом і що другою найвпливовішою партією у румунському парламенті стали крайні націоналісти. Якщо так піде й далі, курс на європейську інтеграцію може стати справою минулого ще до того, як його вдасться повністю реалізувати.

Засоби масової інформації грали і продовжують грати важливу роль у підтримці європейської інтеграції і поширенні поінформованості про її процеси, однак, навмисне чи мимоволі, вони також додають до поширення у суспільстві думки про те, що інтеграція потребує надто великих жертв. Отже, лишається питання: чи стануть румунські ЗМІ на початку двадцять першого століття органом контролю чи органом просвіти?

Європейська інтеграція України та західні радіоголоси

*Ростислав Хотин,
редактор, старший продюсер Української Редакції
Всесвітньої Служби Бі-Бі-Сі (Лондон)*

"РАДІОГОЛОСИ" — ЗНОВУ ПОТРІБНІ

За останні два десятиліття західні радіоголоси пройшли спіральний цикл — від порівняно

популярності до ледь не повного забуття і знову повернувшись на, можливо, ще вищий щабель — якщо не популярності, то принаймні впливовості. Колись західні радіостанції змушені були долати штучні перешкоди радянських "глушилок" і на коротких хвилях долітати до приймачів інтелігента у Києві, студента у Львові, портового робітника в Одесі чи інженера донецької шахти. Однак, зробивши значний внесок в падіння комунізму в СРСР та в Східній Європі, західні радіоголоси були дещо відсунуті новою ситуацією. В певному сенсі вони стали заручниками власного успіху.

Насамперед це пояснювалося більшою свободою внутрішніх засобів масової інформації. "Нову медіа хвилю" склали "старі" ЗМІ, які змогли перебудуватися в умовах пізньої "доби Горбачова" або наново засновані мас-медіа, до яких прийшла нова генерація журналістів, які формували свій світогляд або за послабленого перебудовою тоталітаризму або вже в новий час після розпаду колишнього СРСР.

Однак потім первинне накопичення капіталів в нових незалежних державах завершилося, набули довершених форм фінансово-промислової імперії, які захотіли перетворитися на "групи впливу", а відтак медіа-простір України, Росії, Казахстану та кількох інших нових незалежних держав знову став контрольованим. До старих, контрольованих державою ЗМІ додалися так звані "олігархічні" телеканали чи газети. Аудиторія знову почала відчувати "штучність" інформаційно-політичного мовлення. Стало популярним таке спостереження за медіа-простором -- для того щоби мати повну інформаційну картину, скажімо, України, треба подивитися три-чотири телеканали з їхніми випусками новин і пробігти очима пару-трійку газет. В Росії другої половини 90-х років це ще було більш характерним. Саме через розуміння цього, а також через все наростаючу динаміку життя в умовах пострадянського капіталізму з все більшою й більшою нестачею часу -- все менше й менше можливостей у людей — особливо соціально активних груп населення -- читати і дивитися всіх — хочеться послухати єдиний випуск новин, який незааганжовано жодною політичною силою й дає різні точки зору, не роблячи власних коментарів... Важко уявити, щоби, скажімо у Британії була потреба відчувати різні акценти чи почути іншу інформацію, переключаючи з BBC1 та ITN чи з Sky News на новини Четвертого Каналу британського телебачення.

Отже з завершення розподілу українського медіа-простору приблизно в 1997-98 роках і утворення системи "олігархічного плюралізму" аудиторія знову відчула потреба в незалежному, об'єктивному неупередженому мовленні. Знову в нагоді стали західні "радіоголоси". Тобто, саме нерозвиток України за європейським вектором (чи радше, пробуксовування євроінтеграції України) не дали західним радіоголосам перетворитися на маргіналів ефіру.

Цікавий феномен можна простежити в Україні в останні роки, коли аудиторія "голосів" стрімко зростає саме в період криз або важливих політичних подій, які мають певні табу в українських засобах масової інформації. Мова йде насамперед про висвітлення президентської виборчої кампанії 99-го року, чи періоду підготовки та проведення референдуму квітня 2000-го.

Однак ледь не найкраще це ілюструється українською політичною кризою кінця 2000-2001 року, що пов'язана з "касетним скандалом" та нез'ясованою долею журналіста Георгія Гонгадзе.

Якщо взяти вибори 99-го року, то, скажімо, на хвилях Бі-Бі-Сі звучали всі -- особливо це контрастувало на тлі суперечливих і так і не доведених до кінця теледебатів на одному з провідних телеканалів України. Інші взагалі майже не робили спроб подолати неафішовані табу на показ певних політиків, яких вважали серйозними конкурентами Леоніда Кучми. Що стосується референдуму, то принаймні, на Бі-Бі-Сі можна було почути й ексклюзивне півгодинне інтерв'ю президента Кучми й реакції на референдум його опонентів, а також репортажі з регіонів про методи агітації та його проведення.

Специфіка діяльності радіоголосів полягає у тому, що діють вони в секторі, який, як це не парадоксально в певних аспектах випереджає інші сектори. За умов, коли серйозні західні інвестори масово не пришли на телевізійний і тим більше на газетний ринок України, радіопростір України виявився ледь не єдиним, де відчувається присутність серйозних іноземних медіа-гравців, що працюють за західними професійними нормами (можливо, це не повністю стосується українських програм Радіо "Свобода", яка прагне бути "внутрішнім мовником" і тому тяжіє до традиційної публіцистичності в своїх програмах, що зрештою, є її давньою маркою, і тримає постійного слухача).

Радіоринок в Україні був до недавнього часу недооцінений -- тобто традиційно -- ще з радянських часів! -- масовими, а також впливовими вважалися телебачення і газети. Україна за інерцією успадкувала цей "радіоскепсис". Цікаво, що порівняно з телебаченням та газетно-журнальним ринком українські гроші, зокрема "олігархічні", найпізніше прийшли саме на радіоринок. Також специфікою українського радіопростору — надто ж FM-середовища є своєрідне засилля музичних станцій і майже повна відсутність серйозного внутрішнього новинного мовлення або того, що на Заході називають talk-radio. Це також дає додатковий простір для західних радіоголосів.

ПРИНЦИПИ РОБОТИ "ГОЛОСІВ" ЯК СПРИЯННЯ "ЄВРОПЕЇЗАЦІЇ" УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Своєю роботою, традиціями та принципами, скажімо, Бі-Бі-Сі, "Німецька Хвиля", "Голос Америки" та інші радіоголоси сприяють підтягненню українських ЗМІ до політичної незаангажованості, неупередженості, відстороненості та відкритості інформації. Намагання мати якомога більше інформації і багатоджерельність її отримання також можуть служити й інтересам як аудиторії так і навіть країнам, на яку мовлять радіоголоси. Скажімо, відомі події у Львові з вбивством композитора Ігоря Білозіра на інформаційному тлі значно відтіняли західні станції. В той час, як місцеві ЗМІ переважно часто подавали події за принципом "наших б'ють", а російські ЗМІ не могли повністю втриматися від того аби бачити картину лише під кутом "ущемлення прав російськомовного населення" та ж Бі-Бі-Сі звучала виважено і збалансовано. Позиція авторів ідеї "чистоти національного музичного простору" сусідувала з реакцією лідерів російської громади Львова та оцінками експертів-аналітиків.

Присутність незалежних від української влади радіоголосів в українському просторі є корисним і самій же владі., навіть сприяє "європеїзації" (якщо таким терміном можна назвати професійну роботу зі ЗМІ) самої влади та її органів. Скажімо, 18-го лютого 2001-го українська служба Бі-Бі-Сі повідомила про навчання в кримських горах на військовому полігоні поблизу Ялти, що їх проводили десантники російського Чорноморського Флоту, які беруть участь у військовій кампанії в Чечні. Повідомлення Бі-Бі-Сі було спростовано прес-службою міністерства оборони України. Однак подальше вивчення цього питання депутатами українського парламенту, які займаються питання безпеки та оборони, а також українськими дипломатами, завершилося офіційною нотою Міністерства закордонних справ України МЗС Росії, в якій вказувалося на порушення умов українсько-російських домовленостей щодо умов базування Чорноморського флоту РФ в Україні... А якби не Бі-Бі-Сі, то ЧФ й надалі би використовував кримські гори як полігон для відпрацювання операцій в гірських місцевостях півдня Чечні? І чи наступного разу ті ж українські ЗМІ так вже й повірять одразу військовим, які будуть спростовувати, чи такі спробують дістати незалежні підтвердження тієї чи іншої інформації...

"ЄВРОПЕЙСЬКА" АУДИТОРІЯ

Якщо поглянути на час виходу та форми програм більшості українських редакцій західних радіостанцій, то експертам в галузі мас-медій стане помітно, що вони виходять саме в

години, які вважають піковими в країнах з ринковою економікою. Скажімо у випадку з Бі-Бі-Сі це насамперед годинна програма з 7-ї до 8-ї ранку за Києвом (5-7 за Лондоном). Приблизно в цей же час стартує і "Німецька Хвиля". Увечері — це ранньо-вечірні випуски — після робочого дня але перед телевізійним вечором, що частіше починається з восьмої... Відходять в минуле нічні програми для гурманів західних радіоголосів, самі станції в епоху мовлення на ультракоротких хвилях ловлять найбільш динамічну частину суспільства, постачаючи для неї новини та аналітику. А ця, найбільш динамічна частина суспільства, яка почасти вже змогла знайти себе чи активно шукає себе в умовах ринкової економіки та суспільства, що відкривається, саме прокидається рано і відчуває спраглисть за професійними об'єктивними ненав'язливими новинами. Так само й раннього вечора ці люди часто перебувають за кермом автомобілів, простоюючи в пробках на вулицях Києва як і ті, хто слухає радіо в цей самий час в застряглих машинах на вулицях Лондона, Берліна чи Варшави. Саме для такої динамічної частини суспільства розраховані, наприклад, і 5-хвилинні денні випуски новин Бі-Бі-Сі на початку кожної години... У майбутньому саме ця аудиторія, саме цей "середній радіоклас" і стане тим середнім класом українського суспільства, яке з його існуванням наблизиться до структури суспільств, притаманних демократичним розвинутих країнам Європи.

Західні радіоголоси не є масовими з точки зору аудиторії в Україні. Однак без сумніву вони є впливовими. Тут є кілька причин. Одна з них банальна — як і в старі часи переважно більшість програм з-за кордону певні служби в нових незалежних державах здійснюють моніторинг програм і їхній синопсис лягає на стіл вищому керівництву країн. Про таку "честь" переважна більшість внутрішніх мовників чи ЗМІ, які прагнуть стати впливовими, можуть лише мріяти.

По-друге, впливовими західні радіоголоси робить і їхня аудиторія. Скажімо, на Бі-Бі-Сі існує таке поняття з точки зору категорії слухачів як "decision-makers" — себто ті, кому доводиться ухвалювати рішення. І це поняття не варто розглядати в дуже вузькому сенсі представників влади, провідних політиків тощо. Тут, звичайно і співробітник адміністрації президента чи депутат парламенту, але також і викладач університету чи бухгалтер малого підприємства, лікар чи "червоний директор"... Тобто всі ті, від кого залежить те чи інше — нехай і, можливо, невелике за масштабом чи значенням рішення і які потребують інформації.

Аудиторія Української Служби Бі-Бі-Сі становить до двох мільйонів слухачів в Україні на тиждень і сотні тисяч відвідувачів інтернет-сайту Бі-Бі-Сі... Якщо перевести це на газетну мову — то чи не є впливовим, наприклад, політичний тижневик з двомільйонним тиражем чи щоденна "серйозна" газета в накладом в триста тисяч примірників? Звичайно, не можна напряму порівнювати цифрові показники, але тим не менше...

Цікаво, що чим далі Україна просувається на шляху до ринку та відкривається на Захід, тим стрімкіше зростає саме ця "просунута" частина аудиторії — наприклад, користувачі Інтернету. За останні місяці кількість відвідувачів веб-сторінки Української Служби Бі-Бі-Сі виросла в чотири рази — причому здебільшого за рахунок інтернет-користувачів з України. На початковій стадії значні частину інтернет-аудиторії склали відвідувачі з Північної Америки та Західної Європи. Серед тих, кого західні медіа-експерти при дослідженні аудиторії називають "cosmopolitans" — себто переважно нелітні люди, які серйозно ставляться до кар'єри, володіють або вчать іноземні мови, часто подорожують, цікавлять світовими подіями — так от, серед такої інтелектуальної динамічної частини аудиторії Бі-Бі-Сі слухають 20 відсотків населення мешканців Києва та міст, де ретранслюються програми Бі-Бі-Сі.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВИМІР -- ЦЕ НЕ ЛИШЕ ТЕМА ЄВРОПИ

Якщо під європейською інтеграцією України і ЗМІ в ній вузько розуміти, так би мовити, "рекламу Європи" то тут зарубіжні радіоголоси є підмогою Україні в її намаганнях стати у

майбутньому невід'ємною частиною континенту. Через непогану представленість в Брюсселі, а також з допомогою європейської мережі кореспондентів "голоси" випереджають власне українські ЗМІ у висвітленні роботи структур Євросоюзу, і у темі реформ об'єднаної Європи. І тут важлива не наявність спеціалізованих програм, як скажімо журналу "Європа", який колись існував на Українській Службі Бі-Бі-Сі чи спецпрограми "Європа та європейці", що лунає на "Німецькій Хвилі." Левова частка цих тем висвітлюється саме щоденно в головному інформаційно-аналітичному потоці.

І тут, до речі, Бі-Бі-Сі не програє іншим своїм конкурентам саме через, як це не парадоксально позиції Лондона в питанні Європи, євро, реформ Євросоюзу. Якщо в німецькому підході "все зрозуміло", британські "скепсиси", постійні дебати в Британії з європейського питання, які знаходять відображення на хвилях Бі-Бі-Сі й дають ґрунт для інтелектуальних роздумів про Європу, шляхи і швидкість інтеграції, змушують у чомусь сумніватися, шукати баланс між "національним" та "континентальним" тощо. Саме такі НЕ чорно-білий підхід Британії до питання Європи через хвилі Бі-Бі-Сі є, можливо, певним прикладом проведення неформальних загальнонаціональних дискусій і в питанні місця й ролі України в СНД чи взаємин Україна-ЄС тощо...

Приклад? Сталося так що на початку 99-го року дві структури - Євросоюз та СНД майже одночасно позбулися своїх голів. З посади президента Єврокомісії пішов у відставку Жак Сантер, а посади виконавчого секретаря СНД позбувся Борис Березовський. Саме Бі-Бі-Сі тоді помітила часові рамки цих відставок і порівняла шляхи їхньої реалізації — неpubлічність, негласність, хаотичність кроку Бориса Єльцина у зв'язку з Березовським (це, звичайно, не означає, що пан Березовський мав би й надалі залишатися на чолі СНД) і скандал в Єврокомісії -- однак публічний, який продемонстрував здатність Єврокомісії і Євросоюзу в цілому до самоочищення і до врахування позицій всіх членів організації.

Однак тематично питання євроінтеграції України та західних радіоголосів полягає не стільки в темі Європи, як в професійній подачі країнам, які прагнуть стати частиною об'єднаної Європи повної, збалансованої, об'єктивної, неупередженої інформації за принципом, як я його називаю, "святого трикутника" — тобто "одна позиція--реакція опонента--думка аналітика збоку". Це все, звичайно, в стратегічному, довготривалому вимірі. А тактично "європейська" роль закордонних голосів в Україні полягає в безбар'єрному (однак спокійному, неопозиційному) показі елементів "азійських" методів управління країною та правил, за якими живе якась частина еліти суспільства, яка не до кінця розуміє важливість вільної інформації — без чого Україні ніколи не бути справжньою частиною Європи.

Європейська інтеграція та українська преса: явище, що швидше нагадує саботаж

*Віктор Замятін,
редактор відділу газети "День"*

Президент Леонід Кучма проголосив у своїй інавгураційній промові європейську інтеграцію України як головний пріоритет української політики, а вступ у перспективі України до Європейського Союзу як головну мету зовнішньої політики держави. Цю тезу і він сам, і інші представники українського істеблішменту повторюють досить часто, особливо при зустрічах з керівниками зарубіжних країн. Очевидно, в такому разі тематика, пов'язана з проблемами наближення України до Європейського Союзу, уніфікації законодавства відповідно до норм *acquis communautaire*, проблем, які виникають у дипломатичних та торговельно-економічних

відносинах між Києвом та Брюсселем і окремими країнами-членами ЄС мала б становити один з головних пріоритетів для українських медій, як друкованих, так і електронних, телебачення, радіо, інформаційних агентств. Різні аспекти української політики та внутрішнього життя, відповідно до елементарної логіки, також мали б подаватися через призму інтеграції до Євросоюзу.

Реальний стан справ з різних причин дуже сильно відрізняється від того, що мало б і могло б бути, як і від того, як європейська проблематика висвітлюється в засобах масової інформації сусідніх з Україною країн, які не тільки проголосили свого часу курс на європейську інтеграцію, але й стали за цей час асоційованими членами ЄС.

Проблему взаємозв'язку між проголошеним Україною курсом на європейську інтеграцію та щоденною роботою засобів масової інформації можна було б розбити на кілька різних аспектів.

1. Реалії політики та преса

Одна з головних особливостей українського (як і російського, білоруського, молдовського) політичного життя полягає в тому, що політичні процеси протікають майже у повному відриві від повсякденного життя суспільства, його потреб, сподівань, настроїв, оцінок. Це стосується як внутрішньої, так і зовнішньої політики держави. Пересічному українському громадянину, особливо з провінції надзвичайно важко дати відповідь на просте питання — що йому особисто дають успіхи або невдачі української зовнішньої політики. Для пересічного громадянина політику вершить якийсь політик, до якого він особисто жодного відношення не має, оскільки його головною проблемою є фізичне виживання.

Політичними силами в Україні виступають не політичні партії, а окремі групи (фінансово-промислові, бізнесові тощо), які переслідують свої власні інтереси. Останні українські події, включно з політичною кризою останніх місяців, яскраво демонструють, що політичні еліти України сприймають гасло європейської інтеграції як певну абстракцію, яка не має жодного відношення до повсякденної реальності. Європейська інтеграція України, європейський вибір відданість європейській ідеї (що зазвичай не пояснюється), перетворення України на процвітаючу європейську державу декларується в програмних документах багатьох українських партій, у тому числі й тих, що вважаються впливовими. Серед них — соціал-демократична (об'єднана), народно-демократична, "Трудова Україна", які вважаються олігархічним середовищем, що має вплив на президента і його політику, Народний рух України, Український народний рух, "Реформи і порядок", партія зелених і багато інших, що не мають визначного впливу на події в Україні.

Найвпливовіші засоби масової інформації України прямо або опосередковано контролюються особами, що або є членами найвпливовіших на сьогодні (крім комуністичної) партій і груп, або наближені до якоїсь з них і, відповідно, висвітлюють події в Україні і за її кордонами відповідно до точки зору своїх господарів, які, втім, не дають приводу підозрювати їх у проведенні політики, дійсно спрямованої на максимальне наближення України до Євросоюзу та на максимальне можливе приведення українських правових норм, принципів функціонування державної влади, органів самоврядування, розвитку економіки відповідно до засад, які усталені в ЄС та країнах-кандидатах.

Як на пленарних засіданнях парламенту, так і на шпальтах провідних газет або ж телеканалів проблеми, прямо або опосередковано пов'язані з європейською інтеграцією мають мінімум місця й часу.

2. Відсутність розуміння самої тематики та її важливості для України

Не можна говорити, що тематика Європейського Союзу повністю відсутня в українському

медіа-просторі. У провідних газетах, що видаються (і здебільшого розповсюджуються) в Києві, у випусках новин провідних телеканалів національного значення досить активно висвітлюються дипломатичні та політичні контакти між Україною та Європейським Союзом і окремими країнами-членами ЄС. Зокрема, зустрічі на найвищому рівні (президента, прем'єр-міністра, міністра закордонних справ), парламентські контакти високого рівня. У цих повідомленнях (рідше — статтях аналітичного спрямування) можна зустріти інформацію, яка базується на офіційних висловлюваннях керівних осіб і не завжди відбиває реальний стан відносин між Україною та ЄС, реальні проблеми, що мають бути вирішені заради прогресу української інтеграції до ЄС. Часто буває важко зрозуміти, які ж причини заважають тому, що проблеми, які були актуальними п'ять років тому, до нинішнього часу залишаються на порядку денному.

Набагато рідше в українських медіях можна зустріти інформацію про те, на яких засадах базується Європейський Союз, що насправді він являє собою станом на сьогоднішній день, які проблеми переживає (крім найбільш очевидних — коливання курсу євро, "коров'ячий сказ" та ящур, посилення візового режиму стосовно громадян України).

Практично відсутні матеріали, з яких можна було б зрозуміти, що таке розширення Європейського Союзу, з якою метою цей процес започатковано, які наслідки він може мати як для Європи, так і для всього світу. Українські засоби масової інформації набагато активніше і з набагато більшою охотою інформують українських громадян про проблеми Росії, російської політики, українсько-російських відносин, ніж про сучасний стан справ у Європейському Союзі, його органах. З повідомлень українських медій практично неможливо дізнатися, зокрема, що означав для подальшого життя всієї Європи самміт ЄС у Ніцці наприкінці 2000 року, як його рішення вплинуть на повсякденне життя України.

Винятками можуть бути публікації газет "День", "Дзеркало тижня", "Київській телеграф", журналу "ПІК". Вони є винятками, оскільки і в цих виданнях відсутній системний підхід до висвітлення цілої низки пов'язаної з європейською інтеграцією проблем.

Можливо, одна з головних помилок українських мас-медіа — в тому, що вони відносять процес європейської інтеграції, якому, за логікою, мусить бути підпорядкована абсолютно вся політична діяльність України, до сфери зовнішньої політики, яка залишається незрозумілою не лише для пересічного громадянина, але й для більшості політиків, керівників, бізнесменів регіонального рівня.

Саме тому тематика європейської інтеграції практично відсутня в регіональних медіях — у Донбасі, Криму, Харкові, Дніпропетровську, Полтаві, Житомирі тощо. Інформування населення в цьому випадку починається й закінчується в кращому випадку короткими повідомленнями інформгентств Інтерфакс-Україна, УНІАН, ДІНАУ-Укрінформ.

В результаті, як свідчать дані опитувань громадської думки, населення України практично не знає, що таке європейська інтеграція, як вона може стосуватися особисто кожного громадянина, які позитивні та негативні наслідки вона може принести.

Знову ж таки, не можна говорити, що органи державної влади України не приділяють жодної уваги виконанню завдань, що витікають з проголошення курсу на європейську інтеграцію країни.

Зокрема, у структурі міністерства юстиції України функціонує спеціальне управління, яке опікується проблемами приведення українського законодавства у відповідність до вимог *acquis communautaire*. Це управління проводить не лише експертизу вже існуючої законодавчої бази, але й розробляє базові принципи для законів, які ще потрібно ухвалити.

На порядку денному Верховної Ради вже другу сесію підряд знаходиться ухвалення цілої низки кодексів (базових законів, що визначають головні вимоги до поточного законодавства) — цивільного, податкового, кримінального, земельного тощо, ухвалення яких повинно

допомогти відходу від старої радянської законодавчої бази до сучасної, загальноприйнятної в Європі (не лише у країнах-членах Європейського Союзу). Їхнє ухвалення проходить із значними проблемами.

В структурі Міністерства закордонних справ функціонує спеціальне управління європейської інтеграції, яке забезпечує координацію дипломатичної діяльності держави, спрямованої на європейську інтеграцію. Аналогічна структура існує в уряді на базі Міністерства економіки, робота якої, поряд з роботою управління Міністерства юстиції є чи не найголовнішою для досягнення відчутного прогресу просування України до ЄС.

Преса фактично ігнорує діяльність цих урядових структур, не повідомляючи фактично нічого про проблеми, з якими їм доводиться зустрічатися, рівень підтримки з боку керівництва держави, успіхи та промахи, досягнуті в повсякденних контактах з ЄС.

Фактично нічого не можна довідатися з повідомлень української преси про можливості поглиблення співробітництва між Україною та Європейським Союзом у сфері оборони та безпеки — як свідчить практика, чи не єдиній на сьогодні галузі, де прогрес є можливим.

Зайвим було б говорити, що преса в даному випадку не усвідомлює своєї ролі як, по-перше, індикатора настроїв суспільства, по-друге, своєрідного просвітнього засобу, по-третє — сили, яка б спонукала державні органи бути більш відкритими, надавати повну інформацію й зрештою, активніше працювати на даному напрямку.

Не можна говорити, що преса взагалі не слідкує за процесом розширення ЄС і за наслідками, які цей процес може мати для України. Українська преса досить активно (причому у всіх випадках — негативно) відгукнулася на запровадження візового режиму для українських громадян з боку Чеської республіки та Словацької республіки. Зараз можна зустріти чимало негативних за загальним спрямуванням коментарів щодо практично вирішеного в недалекому майбутньому запровадження візового режиму з боку Польщі та Угорщини.

І у київських виданнях, і в регіональних, зокрема, львівських, можна зустріти досить багато матеріалів, які вказують на негативні для України та українців наслідки входження до ЄС Польщі, Угорщини, Словаччини. Однак, коментарі здебільшого є поверхневими, без детального висвітлення причин цих рішень і їхнього зв'язку як з українською дійсністю, так і з тим, що ця дійсність, базована на діях найвпливовіших навколовладних груп, приводить до результатів, протилежних проголошеному найвищим керівництвом держави курсу на європейську інтеграцію.

У повідомленнях практично всіх українських засобів масової інформації відсутній аналіз цієї ситуації, з якою Україна зустрінеться після початку процесу реального розширення Європейського Союзу у сферах торгівлі, інвестиційної діяльності, туристичного обміну. Навряд чи можна вважати, що курсу на європейську інтеграцію відповідає те, що у медіях України немає жодного аналізу сучасного стану європейських ринків (у тому числі — ринку праці, ринку інтелектуальних та інших послуг), немає тверезої оцінки того, які галузі української економіки могли б бути найбільш цікавими для західноєвропейського інвестора і на яких умовах, немає тверезої оцінки того, яку нішу і з чим саме могла б і повинна зайняти Україна на європейських ринках, як саме можна було б використати загальноєвропейські процеси для підйому вітчизняної економіки.

Тема "Україна і міжнародний (європейський) розподіл праці залишається *terra incognita* для українського читача. Процеси, що сьогодні є актуальними для всієї Європи в контексті глобалізації економіки, практично не знаходять свого висвітлення на сторінках українських газет.

Однією з актуальних проблем українських медієв є їхній слабкий матеріальний стан, відсутність у їхнього керівництва навичок роботи в ринкових умовах, небажання бути не учасниками внутрішнього українського політичного процесу на боці однієї з політичних сил,

а окремою силою, що змушує всіх інших принаймні до цивілізованої поведінки і до відносної прозорості самого процесу прийняття рішень. Внаслідок цього українські медії не представлені в Брюсселі, де знаходяться штаб-квартири структур Європейського Союзу, НАТО та інших міжнародних організацій, жодним кореспондентом (за винятком кореспондента агентства Укрінформ, який основний робочий час працює на медії інших країн). Це можна вважати повною невідповідністю курсу на європейську інтеграцію країни і свідченням того слабкого інтересу до європейського сьогодні, який проявляють власники друкованих та інших медій. Зрештою, навіть Югославія під час бомбардування території своєї країни силами НАТО була представлена кількома журналістами в штаб-квартирі НАТО.

Таким чином, українські медії не мають можливості отримувати інформацію про сам ЄС, процеси, які протікають всередині Союзу, пріоритети його зовнішньої та безпекової політики з перших рук внаслідок незацікавленості в цьому близьких до української влади груп. Можна навести простий приклад: Росія, яка ніколи не проголошувала свого наміру входити до складу ЄС тепер або в майбутньому, має кількох акредитованих в Брюсселі журналістів (телебачення і інфоагентства).

Це, в свою чергу, може свідчити лише про те, що ці групи не є зацікавленими в тому, щоб українські медії розвивалися за моделлю, наприклад, польських або країн Балтії. Очевидно, це має своє коріння в радянському минулому як політичних керівників держави, так і керівництва провідних та регіональних мас-медіа. У радянські часи для України як для провінції Москви, актуальною була виключно місцева інформація, причому в далеко неповному вигляді. Україна ніколи не мала ні власної журналістської школи, яка б до того ж ставила на перше місце інформування населення, а не банальну пропагандистську діяльність. Жодний із сучасних українських засобів масової інформації (друкованих, електронних чи ефірних) і тепер не відповідає цьому критерію. Жоден із українських засобів масової інформації не проводить моніторингу та аналізу, якої саме інформації потребує українське населення та його окремі страти. В результаті український медіа-простір складається переважно з видань та каналів, що проводять пропагандистську або розважальну діяльність.

Інтеграція України до європейського медіа-простору може вважатися наближеною до нуля. Видань, що належали б до міжнародних концернів масової інформації, як у сусідніх країнах, практично немає (за винятком розважальних, жіночих видань тощо). Можливості отримування населенням інформації з зарубіжних видань немає через їхню відсутність на ринку (причинами є невідповідність їхньої ціни матеріальним можливостям населення і мовний бар'єр). Інтернетом користується близько 1% відсотка населення. Сайтів, які б інформували хоча б цей відсоток на теми, пов'язані з європейською інтеграцією, в Україні практично немає.

3. Дитячі хвороби суспільства та їхні наслідки для преси

Загальний рівень журналістів, особливо провінційних, залишається вкрай низьким, рівень їхніх знань про європейські процеси — близьким до нуля. Навіть у столичних виданнях та телерадіопрограмах пресі плутаються Європейський Союз та Рада Європи.

Спільною хворобою для всіх без винятку українських засобів масової інформації є фактична закритість українського медіа-простору, що зумовлене, очевидно, передусім психологічними проблемами як журналістів, так і власників мас-медіа, а також керівництва держави.

Разом з тим, варто зауважити, що більшість українських засобів масової інформації декларує себе як прихильників європейської інтеграції. Відвертими противниками є видання, що належать до Компартії України ("Комуніст" та інші, які сповідують відтворення Радянського Союзу), а також видання окремих невливових у суспільстві радикальних груп. Близько третини українського населення, відповідно до опитувань громадської думки, підтримує курс на європейську інтеграцію, тоді як більше за половину вважає пріоритетними тісні зв'язки з

країнами СНД, передусім з Росією.

Всі ці проблеми, безумовно, є наслідком неготовності всього українського суспільства в цілому до державної незалежності, отриманої 1991-го, того, що не тільки велика кількість громадян, але й значне число представників політичних та бізнесових еліт у своїй практиці орієнтуються на Москву, не відчуваючи себе повноцінними самостійними гравцями і погоджуючись з фактичним російським контролем над українським медіа-простором.

Медіі не можуть існувати відсторонено від суспільства, яке на сьогодні не може чітко сформулювати свої пріоритети. Так само медіі, які є частиною цього суспільства, не можуть пояснити, чому, зокрема, популярне сьогодні серед багатьох, в тому числі — й вищого керівництва держави гасло "До Європи разом з Росією" є абсурдом.

Українське суспільство фактично не знає, що таке європейська інтеграція, хоча більшість, згідно з даними опитувань, вважає Західну Європу і Європейський Союз привабливою метою. Плюси та мінуси інтеграції, очевидно, залишаються загадкою для багатьох керівників країни, що часто породжує дивні вислови з боку керівництва місцевої влади.

Оскільки європейська інтеграція не стала в реальності справою номер один для керівництва держави, вона не стала темою номер один для засобів масової інформації. Крім того, українські ЗМІ мають дуже приблизне уявлення про те, як працюють їхні колеги в тій же Польщі чи Литві.

Фактично, українські медіі, на відміну від польських, чеських, угорських переживають проблеми становлення разом з усією країною, що є причиною дуже багатьох помилок. Втім, нові покоління українських політиків та журналістів вже зараз мають інший світогляд і іншу систему цінностей. Можна було б сказати, що насправді українські мас-медіа в їхньому сучасному стані і не могли стати провідником ідеї європейської інтеграції, оскільки не були до цього готовими, не мали відповідного завдання і відповідного сигналу від суспільства.

Для того, щоб тематика європейської інтеграції у всіх її аспектах отримувала адекватне висвітлення в Україні, потрібно не лише усвідомлення того, що Україна не може розвиватися за законами, які суперечать законам розвитку цієї частини світу, але й усвідомлення того, що Україна є частиною цього світу з боку "європейців". Відповідно, Україна може й повинна претендувати на таку ж увагу до себе, яку мали на початку 90-х її західні сусіди з відповідною допомогою з боку західних структур.

Це стосується передусім програм, спрямованих на допомогу розвитку засобів масової інформації (не матеріальної підтримки, але різноманітних програм, постійних семінарів, конференцій, круглих столів), які б сприяли зрушенню стереотипів. І очевидно, медіі на цьому етапі могли б сприяти зламу упереджень, збільшенню інтересу Заходу до України, що не може не потягти за собою і появи суспільного запиту на збільшення кількості та якості інформації про Захід, Європейський Союз, позитивні та негативні моменти наближення України до ЄС.

Роль ЗМІ у європеїзації України. Завдання на вчора.

*Інна Підлуська,
Фонд "Європа XXI"*

Говорити про роль засобів масової інформації у сприянні процесу європейської інтеграції

сьогодні — це означає постійно "збиватися" на обговорення проблем несвободи ЗМІ в Україні, надто повільний поступ реформ, брак поваги до прав людини і громадянських свобод у державі, а понад усе — брак поваги суспільства до себе. З іншого боку, не говорити про те, що саме ЗМІ можуть наблизити суспільство до перетворення України на "нормальну" європейську демократію, питання про інтеграційні перспективи якої вже не сприйматимуться як риторичні — означає втрачати нагоду перевести тему європейської інтеграції з галузі політичних заяв та експертних дискусій у галузь усвідомлених пріоритетів українських громадян.

На перешкоді процесу європейської інтеграції України сьогодні стоять не лише недореформована економіка і недодемократизована влада, а й брак попиту на інтеграцію з боку суспільства. Українські громадяни не вимагають від політиків, яких вони обрали, реальних кроків в напрямку виконання вимог численних документів, підписання яких традиційно видається за інтеграційні успіхи. Попри те, що обіцянка сприяти процесам європейської інтеграції присутня у програмних документах майже всіх впливових політичних партій та лідерів, пересічному громадянину надто складно побачити конкретні кроки, які наближали б таку інтеграцію. Навіть якщо подібні передвиборні обіцянки виконуються, суспільство переважно позбавлене можливості бачити свідчення цього, оскільки українські ЗМІ не просто надають даній темі надто мало уваги, але й поки що не усвідомлюють власної ролі і власних можливостей.

Оскільки позитивні соціально-економічні і політичні зміни можливі лише за умови скоординованих і цілеспрямованих зусиль усього суспільства, сучасне складне становище українських ЗМІ не може слугувати виправданням невиконання ними своєї ключової функції — забезпечення якісного інформування. Брак інтересу українців до процесів європейської інтеграції не в останню чергу пов'язаний з браком інформації, яка допомогла б їм усвідомити, що інтеграція — це не тільки і навіть не стільки зовнішня політика, а реальність, яка стосується кожного.

Засоби масової інформації могли б і мали б виступити своєрідним посередником у справі зменшення розриву між показним підкресленням відданості курсу "в Європу" з боку численних політиків та переважної більшості офіційних осіб і значною мірою байдужим або скептичним ставленням до даної теми з боку населення, яке занадто повільно трансформується у громадянське суспільство.

Проблеми, які необхідно вирішити для якнайповнішого забезпечення суспільства об'єктивною інформацією про інтеграційні процеси у Європі (і не тільки про них), можна умовно поділити на дві групи: ті, вирішення яких залежить від самих ЗМІ, і ті, вирішення яких доведеться забезпечити державі. До перших можна віднести:

- необхідність усвідомлення засобами масової інформації своєї ролі як "сторожового пса" демократії,
- обов'язок ЗМІ спонукати органи влади до більшої відкритості, ретельно слідкувати за виконанням владою взятих на себе зобов'язань щодо європейської інтеграції, і повідомляти громадськість про успіхи чи неуспіхи влади на цьому шляху,
- ЗМІ мають згадати про свою роль чи не єдиного просвітницького джерела, яким можуть користуватися якнайширші кола суспільства,
- ЗМІ не повинні обмежуватися звітами про дипломатичні контакти і візити українських посадовців за кордон, а закордонних — до України; натомість вони мають надавати уваги основним засадам ЄС, системі вироблення і прийняття рішень у ЄС та країнах

кандидатах, ролі громадянського суспільства у розвитку цих країн, принципам, меті і значенню розширення Європейського Союзу,

- ЗМІ натомість мають усвідомити, що лише за їхнім посередництвом суспільство може зрозуміти, що європейська інтеграція є насправді залучення до простору нормальних умов життя (правових, матеріальних, моральних),
- Журналістам необхідно долучитися до роботи з розвитку норм саморегуляції журналістської діяльності, вироблення і прийняття журналістами професійних кодексів,
- журналісти мають об'єднати свої зусилля з громадськістю і вимагати створення чіткого механізму забезпечення права доступу громадськості до інформації, яку мають органи державної влади, а також захисту конфіденційності джерел інформації,
- стимулювати дискусію та подавати аналіз проблем, з якими Україна зустрінеться після початку процесу реального наближення Європейського Союзу до її кордонів — насамперед у сферах торгівлі, інвестиційної діяльності, туристичного обміну,
- постійно підвищувати власний загальний рівень знань, необхідних для професійної діяльності, особливо рівень знань про європейські процеси,
- демонструвати повагу до авторських прав,
- сприяти розвитку толерантності у суспільстві, особливо у напружених і конфліктних ситуаціях,
- протидіяти поширенню будь-яких форм нетерпимості і дискримінації,
- слугувати трибуною публічної дискусії для вільного висловлювання якнайширшого спектру точок зору на проблеми європейської інтеграції України,
- поширювати об'єктивну інформацію і незаангажовані коментарі, поважати право читачів, слухачів і глядачів бути якнайповніше і якнайточніше поінформованими,
- сприяти поінформуванню українців про європейську культурну спадщину.

До чого журналісти мають спонукати владу? Звичайно, для того, щоб журналісти могли ефективно сприяти просуванню ідей і цінностей європейської інтеграції, необхідно забезпечити виконання ряду умов, що залежать не тільки і не стільки від журналістів. Серед цих умов — демократична реформа урядової політики щодо ЗМІ, створення належних умов для одержання і обміну інформацією, удосконалення рівня професійної підготовки фахівців ЗМІ, розширення свободи ЗМІ у контексті зусиль щодо європейської інтеграції, усвідомлення прямого зв'язку між свободою ЗМІ і безпекою та незалежністю журналістів.

Оскільки українська держава поки що не продемонструвала спроможності послідовно поважати свободу слова, важливе значення і надалі матиме готовність європейських урядів та

провідних міжнародних організацій спонукати її до цього.

Влада має забезпечити розвиток суспільного телебачення і радіомовлення, дійсно незалежного від державного втручання і економічного тиску з боку фінансових інтересів. До речі, для державних ЗМІ інформування своїх глядачів, читачів та слухачів про процеси європейської інтеграції і формування в українському суспільстві основних принципів діяльності європейських інституцій, заохочення громадськості до підтримки процесів європейської інтеграції є прямим обов'язком, що випливає з неодноразово задекларованої Президентом і Урядом України інтеграції нашої держави до Європейського Союзу як стратегічної мети.

Дещо для розвитку демократичних ЗМІ в Україні як однієї з рушійних сил європейської інтеграції може зробити і міжнародна спільнота. Зокрема, міжнародні інституції можуть:

- сприяти демократичній реформі ЗМІ,
- підтримувати розвиток співробітництва у галузі ЗМІ у рамках загальних процесів європейської інтеграції,
- підтримувати програми навчання і стажування для журналістів,
- допомогти українським медіа-фахівцям долучитися до процесу вироблення загальноєвропейських підходів до співробітництва у галузі ЗМІ та інформаційного обміну.

Нехай сьогодні деякі з наведених вище "рекомендацій" можуть здатися самозрозумілими, а деякі — надто ідеалістичними. Європейська інтеграція (так само як і інтеграція у світовий інформаційний простір, про який так довго говорять фахівці і чиновники, що мають відношення до засобів масової інформації) є складовою частиною загального процесу докорінних суспільних змін, які мають нарешті відбутися в Україні. У найширшому сенсі, роль ЗМІ у сприянні процесам європейської інтеграції — це створення атмосфери взаєморозуміння і толерантності між людьми, різними групами і країнами, формування в суспільстві прагнення до демократичної, соціальної і культурної єдності. Такої інтеграції неможливо досягти, використовуючи ЗМІ лише як інструмент пропаганди і створення "позитивного іміджу".

Власне, ЗМІ можуть і повинні внести свій внесок до процесу європейської інтеграції, просто виконуючи свої властиві їм функції.

Медіа та Європейський вибір України. Розмова про правила гри.

*Тарас Кузьмов,
незалежний експерт*

Будучи невід'ємною частиною системи суспільних відносин, українські медіа, з одного боку, віддзеркалюють готовність — чи неготовність — суспільства в цілому до усвідомлення своєї позиції чи прийняття доленосних рішень з того чи іншого питання, а також готовність суспільства до сприйняття певних правил гри. З іншого боку, будучи особливим сегментом

суспільства, медіа мають здатність накладати неповторний відбиток на практично будь-які суспільні процеси, яких вони торкаються — своїми перевагами та недоліками, об'єктивними і суб'єктивними, обнадійливими і безперспективними. Медіа значною мірою і залежать від правил гри у суспільстві, і впливають на їх формування.

Непросте питання про роль українських мас медіа у реалізації європейського вибору держави бачиться крізь призму впровадження нових для українського суспільства правил гри. Правил гри, сумісних з європейськими. І кому почати грати за цими правилами, як не мас медіа?

"Про-європейскість" української зовнішньої політики бачиться химерним поєднанням відповідних декларацій переважної більшості суб'єктів політикуму з одного боку, і недоброї підозри щодо протилежного стану речей в їх безпосередній діяльності та в сфері реальних інтересів — з іншого. Українські засоби масової інформації, як своєрідний лакмусовий папірець для тестування рівня готовності різних суспільних еліт протистояти новим системним викликам в сфері суспільно-політичних відносин в державі, в більшості своїй демонструють повну і щирю розгубленість щодо своєї ролі у "європеїзації" держави. Говорячи спрощено — якщо суспільство не мало поняття, що з цим "європейським" вибором робити, годі було сподіватись готових відповідей від мас медіа.

Такий стан речей із перемінним успіхом існував до минулого листопада-грудня. Події останніх шести місяців визначили принципово нове поле для формування саме мас-медійними елітами нових правил гри у суспільних відносинах. Принципи і цінності, які прийнято називати "європейськими", почали набувати нового значення. В силу низки причин (не завжди простих для аналізу), медіа-простір підняв планку обговорення складних, часами контраверсійних тем життя суспільства на суттєво вищій рівень.

Журналістські кола прийняли виклик: формування правил гри триває. Чи стануть вони прозоро-європейськими, чи "навпаки" — і для мас медіа, і для суспільства в цілому — покаже час. Безсумнівним є одне — медіа відіграватимуть ключову роль і в одному, і в другому випадку.

Отож, до правил гри.

Правила фінансово-економічних взаємин

В переважній своїй більшості, українські ЗМІ з величезними труднощами сприйняли пострадянські правила гри у фінансово-економічній сфері, чи то в сфері медійного бізнесу. Серед українських журналістів та експертів дедалі складніше знайти розбіжності в оцінці ситуації та викритті основних проблем, з якими зіткнулись ЗМІ в цій сфері: об'єктивний стан економіки держави на перехідному етапі, неготовність ЗМІ до комерційного, не-дотаційного принципу існування; низький фаховий рівень значної кількості керівників комерційних ЗМІ; недосконале законодавство, що мало стимулює фінансовий розвиток ЗМІ; наявність значної кількості важелів адміністративного та фінансового впливу на діяльність ЗМІ.

Два наслідки є суттєво важливими для розуміння

- практична відсутність розуміння медіа як саме "бізнесу" внаслідок практично тотальної фінансової залежності ЗМІ від власників, акціонерів, інвесторів і т.п., а не від аудиторії та об'єктивних реалій ринку;
- перехід фінансової залежності в нову якість — у залежність політично-редакційну, тобто перетворення українських ЗМІ на суб'єктивний рупор інтересів фінансово-політичних сил, що мають на них вплив.

Висновок очевидний — саме фінансова залежність або неспроможність широкого загалу мас-

медіа України робить їх "європеїзацію" — відповідність "європейським цінностям та правилам гри" — практично неможливою. На зміну цензурі політичній приходить цензура "фінансова".

Рецепти, що напрошуються:

- Загальновизнано, що найбільш незаангажованими в інформаційному мовленні зарекомендували себе мас-медіа із залученням іноземних інвестицій. Наскільки це ідеальний шлях — судити важко. Те, що він за даних умов є виходом із ситуації, що склалася — факт беззаперечний.
- Мас-медіа повинні хотіти і вміти (вчитися) заробляти гроші. У багатьох випадках залежність мас-медіа є, на жаль, залежністю усвідомленою і добровільною.
- витворився феномен, що зовні впродовж певного часу служив сурогатом об'єктивної журналістики — феномен "суб'єктивного плюралізму", що невпинно прямував до:
- жорстокої самоцензури державних та близьких до державних ЗМІ;
- домінування в комерційному телерадіо- та друкованому просторі інтересів кількох, м'яко кажучи, впливових груп (їх прийнято називати олігархами) з дуже "особливим" уявленням про "європейські цінності" у сфері свободи слова;

Висновок невтішний — реальних передумов для формування європейських правил гри щодо незалежної позиції українських ЗМІ в критичних для держави дискусіях (в тому числі і щодо європейської інтеграції) не існувало.

Рецептів для мас медіа є кілька:

- "не пхатись" в політику, крутити "музичку" або мультфільми. Рецепт, без сумніву, ні від чого не гарантує — і може бути мало ефективним залежно від амбіцій та пріоритетів власника,
- "домовитись" про лояльність та слухняність — хвороба, яка все ще домінує в українських ЗМІ,
- займати незалежну позицію — і майже напевно наразитись на купу проблем із цілого ряду сторін.

Якщо ж серйозно — суспільство готове до незаангажованих мас-медіа, і внутрішньо їх потребує. Свідомо (а не ситуативно) незалежні медіа за певних економічних умов все ж таки в стані займати неупереджену позицію, і їх ситуація не є безнадійною. Прикладів все ще небагато, але тенденція безперечно існує.

Для українського медіа-простору — як сукупності ЗМІ, а не окремих журналістів — незалежна позиція їх видання, телекомпанії та радіостанції, має стати усвідомленим імперативом, надметою — якої, можливо, не досягнути завтра, яка потребуватиме боротьби, залучення підтримки солідарних журналістів та західних держав. Метою, яка є непорушною.

Правила професійно-етичних взаємин

Це — чи не найболючіша із сфер, і її оздоровлення є наріжним каменем у системі передумов для виконання мас-медіа їх ролі у процесі "європеїзації" цієї держави. Болісною ця сфера є перш за все через те, що на відміну від двох інших, "об'єктивних" чинників існуючої ситуації значно менше, ніж "суб'єктивних". Іншими словами, розмірковуючи над своєю роботою у цій галузі, українські журналісти повинні бути як мінімум самокритичними. Низький рівень фахової підготовки, як наслідок — низькі професійні стандарти, відсутність дієвого

загальновизнаного етичного кодексу, як і готовності йому слідувати, відсутність дієвих фахових об'єднань журналістів, відсутність навіть базового розуміння ролі мас медіа у суспільстві — ось лише неповний перелік критичних проблем інформаційного простору України в процесі його десятилітнього становлення.

Наслідки відповідні:

- українські журналісти значною мірою не готові до виконання свої професійних обов'язків у спосіб, який відповідав би "європейським стандартам"; відтак цілий ряд ключових для суспільства тем висвітлюється у спосіб, що не витримує критики,
- етичний кодекс журналіста залишився напівзабутим терміном пострадянських журналістських структур на зразок спілок журналістів; відтак стандарти значної кількості інформаційних служб виглядають як мінімум контрастно порівняно з європейськими,
- інтереси індустрії в цілому ніколи не стали важливими настільки, щоб спричинитись до створення професійних об'єднань журналістів,
- слугування інтересам аудиторії не змогло взяти верх над потребою (а часом і відвертим бажанням) відпрацьовувати інтереси "господаря"; відтак домінуючими темами, що їх висвітлює значна кількість мас медіа, є теми, що мають дуже умовне значення як для пересічного читача/глядача/слухача, так і суспільства в цілому.

Висновок один — якісний системний прорив у залученні українських ЗМІ до процесу впровадження та забезпечення домінування в українському суспільстві базових європейських цінностей потребує самоаналізу. Для того, щоб медіа стали повноцінним медіатором у суспільному діалозі поінформованих еліт, гарантом прозорості суспільних процесів та ініціатором досягнення консенсусу, вони повинні осмислено підійти до суттєвих недоліків, що стоять на заваді їх прогресу.

Рецепти відомі:

- самоорганізація медіа з метою визначення "правил гри" — формування дієвого етичного кодексу журналіста, приведення стандартів роботи журналіста у відповідність до європейських; відстоювання інтересів медіа-індустрії в цілому тощо,
- сприяння підвищенню фахового рівня працівників українських мас-медіа,
- залучення мас-медіа до висвітлення ключових проблем, які має вирішити суспільство, та дискусій з приводу нагальних тем, що стосуються суспільства в цілому (питання європейської інтеграції зокрема);
- всебічна співпраця із міжнародними ЗМІ (зокрема, тими, що мають українські служби) та неурядовими організаціями, що працюють у сфері мас-медіа.

Є всі підстави вважати, що визріла внутрішня потреба у певного роду "самоочищенні". Ще не сформульована до кінця, вона ще не охопила достатньо широких кіл учасників медіа-простору. Однак ця потреба має можливість вирости у повномасштабну журналістську ініціативу. Чи так станеться? Відповідь за журналістами.

Правило четверте і останнє: правило беззаперечного верховенства свободи слова.

Відверта розмова на цю тему — найперспективніша і найважливіша з розмов про роль мас-медіа в формуванні демократичного суспільства в Україні в цілому, і у сприянні реалізації її європейського вибору зокрема.

Українські мас медіа мають безліч недоліків. Те, що діється на шпальтах газет і в ефірі теле-

та радіокомпаній, нагадує об'єктивне висвітлення подій настільки ж віддалено, як Україна — Європу. Системна нездатність власників мас-медіа сприймати свої акції в ЗМІ як фінансові, а не політичні інвестиції, все ще виглядає безнадійно незмінною. Прагнення більшості журналістів України дотримуватись європейських канонів репортерського ремесла все ще звучить як цинічна іронія. Вимога незалежності державних ЗМІ в Україні і надалі віддає безглуздя.

І все ж трапилось щось безповоротне. Впродовж шести місяців суспільство відчуло, що так далі жити не можна, а медіа не змогли не винести це відчуття на рівень нового для України феномену — беззаперечного права на інформацію. Хай необ'єктивну і незбалансовану, та все ж не приховану чи проігноровану. "Бацिला" свободи слова поки що не переросла у свободу ЗМІ. Але вона спровокувала ланцюгову реакцію, яка, підтримувана паростками журналістської солідарності, породила нові надцінності свободи слова — цінності, співзвучні європейським. Позбутися яких тепер буде як мінімум не просто. Може статися, що й неможливо.

Як пише один з безперечно найфаховіших журналістів України, якого важко запідозрити у рожевому юначому песимізмі: "Свободу непросто прищепити, але від свободи вкрай важко вилікуватися. Журналістське ество чинитиме опір. Якщо спротив буде придушено (а це більш ніж ймовірно), однаково залишиться явне або приховане прагнення скористатися будь-якою нагодою аби повернути втрачене. Є шанс, що суспільство дасть таку нагоду..." ("Дзеркало тижня", N 15 (329), 14-20 квітня).

Чи отримує таку нагоду український медіа-простір? Мабуть, що так.

Чи медіа будуть готові до такого шансу — шансу зіграти ключову роль у перетворенні України на європейську державу, державу з прозорими правилами гри? Покаже час.