

І. Малик

Національний університет «Львівська політехніка»

НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДІА-ПРОСТІР В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ПРИЙОМИ БОРОТЬБИ ТА ПРАВИЛА ЗАХИСТУ

© Малик І., 2009

Розглядаються проблеми національного медіа-простору в умовах глобалізації. Проведені паралелі з досвідом роботи європейських країн в інформаційній сфері.

The article is devoted to the problems of national media space in the conditions of globalization. The comparison with experience of the European countries in this field is stated in the article.

На початках становлення та розбудови державності України (1990-ті роки ХХ ст.) основна увага державних мужів приділялась економічній, політичній, дипломатичній сферам суспільства. Саме вони, на думку політиків, повинні були відігравати вирішальну роль у формуванні молоді демократичної держави. Інформаційна сфера суспільства та процеси, що в ній відбувалися, видавалися не першочерговими та не надто важливими. З огляду на це актуальним на сьогоднішній день є дослідження проблем національного медіа-простору в умовах глобалізації та аналіз сучасних форм інформаційного протистояння.

Метою дослідження є аналіз світового досвіду роботи в інформаційному полі та вивчення правил функціонування медіа-простору на сучасному етапі. Для цього необхідно вирішити такі дослідницькі завдання: проаналізувати діяльність європейських країн та США в інформаційній сфері загалом та в медіа-просторі зокрема; вивчити та дослідити законодавчу базу закономірностей функціонування медіа-простору (світовий досвід та Україна); дослідити процес створення Суспільного телерадіомовлення в Україні; прослідкувати дію інформаційних впливів через медіа-простір та встановити правила захисту від них.

Новизною цього дослідження є комплексний аналіз систем функціонування медіа-простору в сучасних умовах глобалізації. Зроблена спроба пошуку рецептів захисту інформаційного суверенітету держави через захист медіа-простору як одного з елементів системи засобів масової комунікації; проведено аналіз проекту створення системи Суспільного телерадіомовлення в Україні.

Дослідженням закономірностей функціонування медіа-простору на сучасному етапі займаються такі російські дослідники, як Р. Борецький, С. Муратова, О. Вартанова, М. Голядкін. В останні роки до означеної проблеми неодноразово звертались і українські вчені-фахівці: В. Бебик, І. Слісаренко, В. Шкляр, Д. Дубов, С. Гнатюк, В. Карпенко, М. Ожеван.

Основний текст. На сучасному історичному етапі розвитку цивілізацій активно йдеться про розвиток, становлення та формування інформаційних суспільств. Ці процеси неможливо відділити від глобалізаційних процесів сучасності. Інформаційна сфера суспільства була та залишається особливо чутливою до зовнішніх впливів в умовах розвитку та становлення демократичних інститутів. Адже залишаються не виробленими необхідні стійкі фільтри: механізми відбору потрібного продукту споживання чи захисту від нього. Полем битви у цьому випадку виступає медіа-простір як один з основних компонентів засобів масової комунікації (ЗМК). Адже за цією «верхівкою айсберга» знаходиться значно важливіша та глобальніша проблема: формування національних інтересів і вироблення відповідно до них стратегії та тактики дій. Безпосереднім помічником та посередником у втіленні в життя запланованого знову ж таки виступатиме медіа-простір як інструмент чи засіб впливу та складова інформаційної сфери суспільства. Чим більше йдеться про формування інформаційної сфери загалом та медіа-простору зокрема в умовах глобалізації, тим актуальнішою стає проблема збереження інформаційного суверенітету, який безпосередньо пов'язаний з державним суверенітетом, а отже, і з існуванням держави як такої. Тобто існування загрози інформаційному суверенітету держави призведе до загрози втрати державності (тут і далі – виділення автора). Поряд з цим абсолютна ізоляція інформаційного та медіа-простору неможлива за умов розвитку демократії, а отже, формування відкритішого суспільства, що підтверджено у Конституції (Глава 1, стаття 3–4, Глава 5, стаття 32–35) [10].

Задеклароване державою прагнення до євроатлантичної інтеграції зобов'язує дотримуватись обраного курсу та розвивати демократичні інститути. Україна, яка є членом Ради Європи з 1995 р. і тим самим визнає

прийнятті цією організацією резолюції та ухвали, підтримала задекларовані ще у 1981 р. Керівним комітетом з питань ЗМІ дії в галузі політики щодо ЗМІ. Зокрема, були задекларовані такі позиції:

- свобода вираження поглядів та свобода інформації в часи криз (робочі умови медійних працівників під час кризових ситуацій, їхня відповідальність, в тому числі з огляду на приватність та повагу до людської гідності);

- культурне розмаїття та плюралізмом ЗМІ у світлі розвитку концентрації ЗМІ та нових комунікаційних технологій і послуг;

- громадське (публічне) телерадіомовлення в інформаційному суспільстві;

- права людини в інформаційному суспільстві (захист неповнолітніх від шкідливої за змістом інформації, роль та відповідальність різних учасників інформаційного суспільства, сприяння цифровому включенню за допомогою засобів медійної освіти);

- вивчення відповідності законодавства держав-членів в питаннях дифамації, з огляду на практику Європейського суду з прав людини [11].

Проте основою усіх правових документів, які регулюють діяльність ЗМІ серед країн – членів Ради Європи, є стаття 10 Європейської конвенції “Про захист прав людини та основних свобод”. Тут визначається статус ЗМІ як вільний, незалежний та плюралістичний. Пріоритетами в діяльності Ради Європи у сфері засобів масової інформації є:

- зміцнення свободи слова та інформації, а також вільний обмін ідеями та інформацією без огляду на кордони;

- подальший розвиток загальноєвропейських політичних заходів, а також відповідних правових та інших документів;

- підготовка відповідних заходів з тим, щоб законодавство та політика у сфері ЗМІ відповідали рівню технологічних, економічних та регламентаційних змін в області засобів масової інформації [11].

Паралельно з відкритістю суспільства постає проблема його захищеності від зовнішніх впливів. Як розмежувати забезпечення прав людини на інформацію та захист власного інформаційного та медіа-простору? Адже в законі України «Про інформацію», прийнятому ще у 1992 р. (Стаття 2), вказується: «Закон встановлює загальні правові основи одержання, використання, поширення та зберігання інформації, закріплює право особи на інформацію в усіх сферах суспільного і державного життя України, а також систему інформації, її джерела, визначає статус учасників інформаційних відносин, регулює доступ до інформації та забезпечує її охорону, захищає особу та суспільство від неправдивої інформації» [9]. Цікавим у цьому відношенні є досвід сусідніх країн, які завершили трансформаційні процеси та закріпили демократичні інститути. Вони пішли шляхом розмежування доступу до інформації, тобто класифікувати її:

Польща	Закон «Про доступ до суспільної інформації» (2001 р.)	Закон «Про захист класифікованої інформації» (1999 р.)
Болгарія	Закон «Про доступ до суспільної інформації» (2000 р.)	Закон «Про захист класифікованої інформації» (2002 р.)
Румунія	Закон «Про доступ до інформації, що становить суспільний інтерес» (2001 р.)	Закон «Про захист класифікованої інформації» (2002 р.)
Словаччина	Закон «Про вільний доступ до інформації» (2000 р.)	Закон «Про захист класифікованих матеріалів» (2001 р.)
Словенія	Закон «Про доступ до інформації публічного характеру» (2003 р.)	Закон «Про захист класифікованої інформації» (2001 р.); Закон «Про захист персональних даних» (1999 р.)

(Цит. за Сідак В.С., Артемов В.Ю. Забезпечення інформаційної безпеки в країнах НАТО та ЄС. – К.: КНТ, 2007. – 160 с. – С. 9).

Аналізуючи прийняті закони, можна побачити, що в деяких країнах закони, які регламентують та обмежують доступ до інформації, були прийняті швидше, ніж закони, які гарантують вільний доступ до інформації (Польща, Словенія). Це свідчить не про наступ на демократичні цінності та інститути, а про першочерговість захисту національних інтересів, які формуються відповідно до національної безпеки держави.

США – країна, яка має чи не найбільший досвід побудови демократії і боротьби із злочинами в інформаційній сфері. Протягом останніх десятиліть тут було прийнято низку законів, спрямованих на захист

інформації, боротьбу з кіберзлочинністю, економічним шпигунством тощо. Серед них можна виділити: закон «Про свободу інформації» (1967 р.), закон «Про право на фінансову таємницю» (1978 р.), закон «Про доступ до інформації про діяльність ЦРУ» (1984 р.), закон «Про комп'ютерні зловживання і шахрайство» (1986 р.), закон «Про ділові секрети» (1979 р. зміни – 1984 р.), закон «Про економічне шпигунство» (1996 р.) [4, с. 151–162].

Інформаційна сфера демократичного суспільства передбачає функціонування в його межах медіа-простору як комунікатора-посередника між джерелом інформації та особою (громадянином), котрий бажає цю інформацію отримати. Тобто преса, радіо, телебачення повинні забезпечити об'єктивне, неупереджене, правдиве викладення інформації споживачу. Щоб виробляти такий продукт, сучасні медіа повинні бути незалежними. Чи можливий такий стан речей? Адже ЗМІ можуть бути залежні не лише від «єдиної лінії партії» чи від єдиної ідеології. У демократичному суспільстві вони також залежні – від власників, рекламодавців, читачів, кон'юнктури. Тож на цьому рівні виникає перша проблема: неминуха суб'єктивність висвітлення інформації. Адже у будь-якому разі інформація буде подаватись з тією чи іншою часткою тенденційності, залежно від того, кому вона вигідна сьогодні. Друга проблема, яка виникає на цьому етапі: в який спосіб в демократичному суспільстві держава може забезпечити та контролювати через «залежні» ЗМІ висвітлення, реалізацію, втілення в життя національних інтересів, національної безпеки?

Відлуння глобалізації торкнулося інформаційної сфери українського суспільства загалом та медіа-простору зокрема доволі давно. Адже інформація – це продукт, який не визнає кордонів (а, особливо, на фоні сучасних новітніх технологій). Навіть у часи існування СРСР усі бажані, котрі хотіли почути «Радіо «Свобода»» чи «Голос Америки» могли це зробити, незважаючи на усі перешкоди радянських спецслужб. За часів незалежності комерціалізація медіа-простору розпочалася в Україні стихійно, на тлі відсутності належної законодавчо-правової бази, політичної, економічної та соціальної стабільності. Така ситуація зумовила формування негативних тенденцій у становленні національної системи медіа-простору. За даними Держкомтелерадіо, у 2005 р. український телерадіоэфір був заповнений продуктом неукраїнського походження на 80 %, а частотна територія України була набагато меншою, аніж географічна (аж до 100–150 км вглибину) [12]. Яскравим прикладом українського каналу, який не виробляв власного продукту, а лише транслював запозичений (подекуди навіть без перекладу чи субтитрів – канал ТЕТ). Українська мова (на 2005 р.) переважала лише в мовленні УТ-1 та у державних обласних телерадіокомпаній, які мали незначну аудиторію. На той період частка української мови в обсязі місцевого телемовлення державних телерадіоорганізацій становила 87,7 %, російської – 11,6 %. Але у східних та південних регіонах обласні телерадіокомпанії зберігали високу частку мовлення російською мовою: так, в Севастополі частка місцевих російськомовних програм становила 72,3 %, в Криму – 53,8 %, на Донеччині – 32,2 %, Луганщині – 30 %, Одещині – 28,6 % [2; 3].

Подібні ж тенденції зберігалися на ринку вітчизняних друківаних ЗМК. За даними Держкомтелерадіо, у 2005 році за кількістю назв газет, що видавалися, україномовні газети становили 51 %, російськомовні – 40 %, проте сьогодні ситуація погіршилася. Сьогодні у разовому наклад газет, що виходять в Україні, на україномовні припадає 31 %, а на російськомовні – 64 %. Величезними (як для України) накладами виходять українські версії російських газет – «Комсомольская правда в Украине», «Известия в Украине», «Аргументы и факты в Украине» тощо. Річний тираж цих видань у загальній кількості друківаних медіа в Україні з 1995 по 2004 рр. зріс від 18 до 64 %. За цей самий період відсоток журналів та іншої періодики українською мовою впав з 70 до 28 %.

Що ж до власності комерційних каналів, то доволі характерним та показовим є дослідження Української Гельсінської спілки під назвою «Три покоління власників медіа-простору України», де прослідковано (як за офіційними, так і за неофіційними даними) належність провідних українських телеканалів. Надзвичайно цікавою є історія зміни власників провідного закритого акціонерного товариства «Новий канал» [8]¹.

¹ Дослідження було здійснено Володимиром Яворським, Вячеславом Якубенком та Максимом Щербатюком. Дослідження враховує інформацію станом на різний час, проте більшість інформації отримано у травні–червні 2006 року. Дослідження здійснювалося у рамках Фонду стратегічних справ УГСПЛ, який фінансово підтримується Міжнародним Фондом „Відродження” // <http://helsinki.org.ua/files/docs/1155651580.doc>.

Назва медіа-організації	Засновники першого покоління	Засновники другого покоління	Засновники третього покоління
Закрите акціонерне товариство „Новий канал”	Підприємство з іноземними інвестиціями „ІННОТЕХ” – 1 %	Londonderry Trading, Inc (Лондондеррі Трейдінг, Інк), Віргінські о-ви (Брит.) – 24.975 % St.Andrews Worldwide Ltd. (Ст. Андрюз Ворлдвайд Лімітед), Віргінські о-ви (Брит.) – 24.975 % Waterford Marketing ltd (Ватерфорд Маркетинг Лтд), Віргінські о-ви (Брит.) – 24.975 % Bantry Affiliates Limited (Бантрі Аффілієтс лімітед), Віргінські о-ви (Брит.) – 14.975 % Приватне підприємство "СТАРЛАЙТ" – 10 % 2	-
	ЗАТ „НК-ХОЛДІНГ” – 99 %		-

Подібна ситуація склалася навколо акціонерного товариства закритого типу «Українська незалежна ТВ-корпорація» (телеканал «Інтер»); телекомпанії у формі товариства з обмеженою відповідальністю «Студія 1+1»; товариства з обмеженою відповідальністю Міжнародна комерційна телерадіокомпанія (ICTV); закритого акціонерного товариства «Міжнародний медіа-центр-СТБ»; Товариства з обмеженою відповідальністю «Телерадіокомпанія «Експрес-інформ» – «5 канал»; закритого акціонерного товариства телерадіокомпанія «Україна» і тощо.

Вирішенню сформульованих проблем могло б сприяти створення громадського телебачення та радіомовлення, про яке активно йшлося після Помаранчевих подій 2004 р. Адже в ідеалі таке телерадіомовлення повинно слугувати потребам суспільства та стати майданчиком для суспільних дискусій. Для того, щоб громадське ТБ виконувало такі суспільні функції, воно повинно мати такі характеристики:

- незалежність від політичних та бізнес-груп суспільства;
- здійснення мовлення на усю територію країни;
- забезпечення зворотного зв'язку з глядачами-«замовниками»;
- участь «замовників» інформаційного продукту у фінансуванні громадського ТБ (повинен спрацювати принцип: «Якщо я сплачую внески, то маю моральне право вимагати»);
- політика каналу повинна бути спрямована на підвищення освітнього та культурного рівня громадян;
- і найосновніше – забезпечення високого рейтингу каналу (одне з найважчих завдань з огляду на фінансову сторону проекту).

Проте наскільки б важким не видавалося виконання цього проекту, все ж воно є можливим. У цьому відношенні цікавим та корисним може стати досвід країн, які вже завершили процес становлення громадського ТБ та навіть вивели успішну фінансову формулу функціонування проекту.

Частка різних джерел фінансування у структурі доходів громадських телерадіокомпаній деяких розвинених країн (2000 р.) [1]3:

Країна	Джерела фінансування (%)			
	абонентська платня	державні субсидії	реклама, спонсорство	інші
Австралія	0	98	2	0
Велика Британія	97	0	0	3
Німеччина	82	0	9	9
Нідерланди	69	0	23	8
Іспанія	0	25	64	11
Італія	59	0	37	4
Канада	0	75	22	3
США	0	47	51	2
Фінляндія	76	0	24	0
Франція	50	50	0	0
Швеція	98	0	1	1
Японія	100	0	0	0

² Дані Державної установи "Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України" станом на 13 січня 2005 року.

³ Складено за: Законодавство и практика средств массовой информации // Октябрь. – 2000. – № 74. – С. 15.

Закон «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» прийнято ще 18 липня 1997 року. Проте впровадження його в життя затягнулося у часі. 9 січня 2009 р. на офіційному сайті Держкомтелерадіо з'явився проект концепції створення суспільного телебачення та радіомовлення, в якому вперше детально розписана нормативно-правова база проекту, засади діяльності, розроблена оцінка потенціалу НТКУ (на основі якої планується створення Суспільного телебачення), сформована структура майбутнього проекту та запропоновано три варіанти створення такого ТБ. Також у цьому документі задекларовані цілі утворення Суспільного мовлення та завдання проекту:

- забезпечення свободи слова;
- обмеження прямого впливу держави та фінансово-промислових груп на діяльність системи Суспільного телебачення і радіомовлення;
- забезпечення доступу різних суспільних груп до каналів масової комунікації та представлення їхніх інтересів в інформаційному просторі в умовах ринкової економіки та комерціалізації засобів масової інформації;
- гарантія неупередженого якісного інформування населення України про події та явища дійсності;
- повне задоволення культурних та освітніх потреб телеглядачів та радіослухачів шляхом виробництва та розповсюдження програм, створених на високому професійному творчому та технічному рівні, повернення телебаченню освітніх та розвиваючих функцій, надання трибуни для висловлювання своїх поглядів усім основним соціальним групам (не тільки за політичною, а й за релігійною, культурною, національною, професійною ознаками);
- сприяння збереженню та розвитку української нації, її мови та культури, а також мов та культур народів, що проживають на території України;
- сприяння формуванню позитивного міжнародного іміджу України.

Окрім того, розроблено матеріально-технічне забезпечення проекту, адже стабільне функціонування суспільних каналів потребує значних коштів.

Визначення джерел фінансування проекту залишається основним питанням, оскільки воно повинно гарантувати високу якість виконання (від цього залежатимуть рейтинги каналів, а отже, виконання чи невиконання поставлених завдань). Найоптимальнішою залишається пропозиція введення абонентської плати, проте вона, ймовірно, не покриватиме усіх витрат. Така модель у «чистому вигляді» діє лише у двох компаніях світу – ВВС (Велика Британія) та NHK (Японія). Переважна більшість організацій суспільного мовлення використовує гібридні моделі фінансування, які складаються з абонентської плати, добровільних пожертвувань фізичних та юридичних осіб, доходів, отриманих від рекламної діяльності, та бюджетних коштів.

Розрахунок потреб матеріально-технічного забезпечення системи суспільного мовлення та визначення джерел фінансування [6]

Назва каналу	Прогнозні видатки (млн. грн.)					
	на 5 років	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Перший канал ТБ	1665	225	285	325	380	450
Другий канал ТБ	891	118	142	172	209	250
Третій канал ТБ	91	6	12	21	24	28
Четвертий канал ТБ	119	16	19	23	28	33
Радіомовлення (п'ять каналів)	1200	152	194	236	281	337
РАЗОМ	3966	517	652	777	922	1098

Для повнішого забезпечення невідворотності демократичних процесів В. Карпенко, опираючись на досвід інших дослідників медіа-простору України, пропонує такі основні моделі [5, с. 259 – 260]:

- існування мас-медіа за рахунок власного прибутку (що могло б гарантувати їх незалежність від будь-яких впливів та утисків ззовні);
- власником ЗМІ не повинна бути особа, яка має інші бізнес-інтереси (для того, щоб забезпечити ЗМІ від «роботи» на власника);
- зробити процес ліцензування діяльності медіа більш простим та прозорим;

– державні мас-медіа перетворити на громадські (суспільні);
– заборона друку державних чиновників (як авторів) у державних виданнях – лише уЗМІ, які працюють на медіа-ринку.

Перші реальні спроби захисту від зовнішніх інформаційних впливів за посередництвом мас-медіа були зроблені у 2008 р., коли на засіданні РНБО було розглянуто питання про загрози інформаційній безпеці України. Ще на початку року лунали зауваження з президентського Секретаріату про незахищеність українського медіа-простору від інформаційних атак ззовні, які, на думку Президента, надходять з Росії [7]. В зв'язку з цим Нацрада з питань телерадіомовлення прийняла рішення не транслювати з 1 листопада 2008 р. неадаптовані іноземні телеканали в українському медіа-просторі (це насамперед такі канали, як «ОРТ», «РТР-Планета», «Рен-ТВ»). «Інкримінується» вищезазначеним каналам, зокрема, трансляція реклами алкоголю та тютюну у заборонений українським законодавством час (до 23 год). Таке відключення може стати економічно вигідним для українських загальнонаціональних каналів, адже кількість їх глядачів зростатиме. Проте навколо відключення російських каналів піднявся великий ажіотаж. Подекуди політики називали це рішення виключно політичним та говорили про обмеження прав громадян на отримання інформації. Тому НТКУ пішла на поступки та призупинила дію свого розпорядження на півроку (дали термін для «адаптації» до 1 травня 2009 р.).

Висновки. Інформаційний та медіа-простір України проходить етап становлення та розвитку. Важливими віхами формування медіа-простору за зразком демократичних країн можуть стати прийняття відповідної законодавчої бази та впровадження в життя системи Суспільного телерадіомовлення, що могло б гарантувати порівняно незалежну структуру подачі інформаційного продукту. Проте якісне функціонування медіа-простору в демократичних державах – дороге задоволення (як і сама демократія). Адже демократія у медіа – це насамперед відкритість, а отже, існує елемент незахищеності та вразливості. Забезпечення балансу між відкритістю медіа-простору та його захистом від різноманітних впливів – завдання держави, котра повинна формувати та відстоювати національні інтереси

1. Вартанова О. *Державне регулювання медіа-простору: світовий досвід для України (на прикладі аудіовізуальних засобів масової комунікації)* // <http://www.niss.gov.ua/Monitor/March/07.htm>. 2. Гнатюк С.Л. *Національні медіа як чинник формування сучасної української ідентичності та консолідації суспільства* // <http://www.niss.gov.ua/Monitor/April/11.htm>. 3. Гнатюк С.Л. *Проблеми мовно-культурного балансу у медіа-просторі сучасної України* <http://www.lrc.org.ua/projects/mova-ua-gnatyuk.html>. 4. Гуз А.М. *Історія захисту інформації в Україні та провідних країнах світу*. – К.: КНТ, 2007. – 260 с. 5. Карпенко В. *Інформаційна політика та безпека*. – К.: Нора-Друк, 2006. – 320 с. 6. *Концепція створення системи суспільного телебачення і радіомовлення України* // http://comin.kmu.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=33893&cat_id=33892. 7. Онішків Ю. «Чистка» медіа-простору http://www.reklamaster.com/articles/show/media_articles/year/2008/id/10632/index.html. 8. *Три покоління власників медіа-простору України* // <http://helsinki.org.ua/files/docs/1155651580.doc>. 9. http://www.libr.dp.ua/misc/law_04.html. 10. <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=888-09>. 11. http://www.coe.kiev.ua/general/800/800_7.htm. 12. http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=61533.