

дических лиц: генезис доктрин и подходов // Підприємництво, господарство і право. – 2003. – №1. – С. 37. 7. *Величко О.* Цит. праця. – С. 222. 8. Там само. – С. 222. 9. Там само. – С. 222-223. 10. *Голодницький Э.* Презумпции и фикции в новом ГК. Теория юридических презумпций и фикций [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lawfirm.org.ua/Content/Press/litigation/litigation5.aspx>. 11. *Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/435-15>. 12. Там само. 13. Там само. 14. Там само. 15. Там само. 16. Там само. 17. Там само. 18. Там само. 19. *Ісвіня О.* Застосування презумпцій та фікцій в регулюванні сімейних відносин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://palata.notariat.org.ua/print.php?id=201&tbl=docs>. 20. *Сімейний кодекс України від 10.01.2002 № 2947-III* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2947-14>. 21. Там само. 22. Там само. 23. Там само. 24. *Лотфуллин Р.К.* Юридические фикции в гражданском праве: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – М., 2008. – С. 16. 25. *Сімейний кодекс України від 10.01.2002 № 2947-III* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2947-14>. 26. Там само. 27. *Диденко А.Г.* Фикции и презумпции в гражданском праве [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.kz/203578-fikcii-i-prezumpcii-v-grazhdanskom-prave.html>

УДК 32.019.51

**І. В. БОЙЧУК**

## **ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ЗМІ) НА УЧАСТЬ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ У ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ**

*Досліджується вплив ЗМІ на формування громадської думки та політичний вибір громадян під час виборчих кампаній, розкриваються особливості голосування на виборах під впливом інформації, тиражованої ЗМІ.*

**Ключові слова:** політична участь громадян, вибори, політичні партії, засоби масової інформації, електронна демократія, політична свідомість.

**Бойчук І. В.** Влияние средств массовой информации (СМИ) на участие граждан Украины в избирательных кампаниях

Исследуется влияние СМИ на формирование общественного мнения и политический выбор граждан во время избирательных кампаний, раскрываются особенности голосования на выборах под влиянием информации, тиражируемой СМИ.

**Ключевые слова:** политическое участие граждан, выборы, политические партии, средства массовой информации, электронная демократия, политическое сознание.

**Boychuk I. V.** Influence of mass-media on participation of Ukraine citizens in election campaigns

*In article influence of mass-media on formation of public opinion and a political choice of citizens during election campaigns is investigated, features of voting on report by mass-media is reveal.*

**Key words:** participation, voting, political party, mass-media, e-democracy, political consciousness.

Загальна декларація прав людини (ст. 21) проголошує, що кожна людина має

---

© БОЙЧУК Ігор Васильович – здобувач Інституту держави і права ім. В.М. Корещького НАН України

право брати участь в управлінні власною країною, безпосередньо або через вільно обраних представників, що основою влади уряду повинна бути воля народу, і що ця воля має виявлятися в періодичних та нефальсифікованих виборах, які повинні проводитися при загальному і рівному виборчому праві шляхом таємного голосування або ж через інші рівнозначні форми, що забезпечують свободу голосування<sup>1</sup>. Відповідні положення містяться в Конституції та інших законодавчих актах України<sup>2</sup>. Участь громадян у політиці, зокрема й у виборчих кампаніях, є одним із головних показників якісних характеристик політичної системи, ступеня її демократизму.

З другого боку, незаперечним є вплив ЗМІ на формування громадської думки та політичний вибір громадян. У нестабільних демократіях у суспільну свідомість закладається інформація, вигідна певним політичним силам та їх інвесторам, яка підкріплюється через багаторазове відтворення в ЗМІ.

З огляду на сказане зауважимо, що змістовно участь громадян у виборчих кампаніях входить до поняття «політична участь». Останнє американський учений Дж. Нагель визначає як «дії, за допомогою яких рядові члени будь-якої політичної системи впливають або намагаються впливати на результати її діяльності»<sup>3</sup>. Український дослідник П. Шляхтун обмежує сферу політичної участі громадян непрофесійною політичною діяльністю, найпоширенішими формами якої є вибори та референдуми<sup>4</sup>. Кількісні та якісні показники участі громадян у політичному процесі прийнято вважати однією із суттєвих ознак демократичної форми правління. Класик сучасної теорії демократії, американський учений Р. Даль з-поміж можливостей, які надає демократія, на перше місце поставив саме ефективну участь, а вже потім – «рівне голосування; розуміння, що ґрунтується на поінформованості; здійснення контролю за порядком денним»<sup>5</sup>.

Відомо, що люди беруть участь у політичному житті з різною інтенсивністю: одні лише читають газети чи переглядають сайти інтернет-новин, інші ще й ходять на мітинги та передвиборчі зустрічі, а треті ведуть активну політичну роботу. Навіть залучення до того самого виду діяльності може виявлятися по-різному: наприклад, один активіст може лише інколи брати участь у політичних кампаніях на правах виконавця, інший – є їхнім організатором, один виборець може ходити на всі вибори, інший – лише на особливо значущі для нього. Для визначення цих відмінностей існує поняття політичної активності, під яким розуміємо інтенсивність участі суб'єкта в політичному процесі взагалі, а також у межах окремих форм політичної діяльності<sup>6</sup>.

Виборча кампанія 2012 р. засвідчила досить значний вплив окремих громадських об'єднань на політичну активність громадян України. На підтвердження цього наведемо кількісні показники (табл. 1).

Однак, незважаючи на невеликий відсоток «активістів», вони виконують значущу соціальну функцію, адже є не стільки джерелом формування громадської думки щодо певної соціально-політичної проблеми, скільки своєю активною позицією можуть впливати на схвалення чи спротив щодо неї.

Водночас слід зазначити, що рівень політичної та громадської активності населення залишається низьким: у громадсько-політичних заходах бере участь менш ніж 20 % громадян. За останні роки рівень громадсько-політичної участі суттєво знизився. Так, кількість громадян, які брали участь у громадсько-політичних заходах, зменшилась удвічі (з 35,3 % у 2006 р. до 17,6 % у 2011 р.)<sup>7</sup>. Рівень членства в об'єднаннях громадян знизився майже на 4 % і став найнижчим за всі

Характеристика	Кількість
Всього зареєстрованих кандидатів	5207
Кандидатів у партійних списках	2554
Кандидатів у одномандатних виборчих округах, які беруть участь у балотуванні, у тому числі висунутих:	2653
партіями	1502
шляхом самовисування	1151
Уповноважених осіб від партій	4265
Довірених осіб кандидатів	5092
Офіційних спостерігачів від громадських організацій	39428
Офіційних спостерігачів від кандидатів	149316
Офіційних спостерігачів від партій	179827
Акредитованих ЗМІ	174
Працівників, акредитованих ЗМІ	899

*Джерело: Центральна виборча комісія. Офіційний веб-сервер [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2012/wp001>*

роки незалежності. В політичних партіях кількість членів скоротилася втричі (з 4,6 % у 2006 р. до 1,4 % у 2011р.), в громадських організаціях – на 0,2 % (з 0,9 % у 2006 р. до 0,7 % у 2011 р.)<sup>8</sup>. Якщо показники рівня партійності в Україні є близькими до середньоєвропейських, то рівень залученості населення України до діяльності громадських організацій є одним з найнижчих у Європі.

Низький рівень політичної та громадської активності населення України пояснюється тим, що, по-перше, в громадській думці зменшується довіра до політичних партій, а отже, і престиж особистої участі в їх роботі; по-друге, у змаганні за вплив на маси партії програють ЗМІ; по-третє, в Україні, як і в сучасних розвинених суспільствах, зменшується політична і громадянська активність мас.

Це дає підстави стверджувати, що на нинішньому етапі соціально-політичного розвитку українського суспільства провідна роль у формуванні громадської думки та політичної свідомості громадян належить ЗМІ. Численні соціологічні дослідження показують, що абсолютна більшість населення України пріоритетними джерелами політичної інформації називають телебачення і пресу. Отже, щоб вплинути на політичну свідомість, слід нав'язати через ЗМІ певну інформацію. Водночас інформація, яку безперервно транслюють ЗМІ, здійснює вплив на потреби та інтереси особи, формуючи мотивацію до конкретної політичної поведінки, яка не сприймається громадськістю як нав'язана. Якщо психологічний вплив на населення прийняти за 100%, то вплив ЗМІ на свідомість людей становитиме 20%, а на їхню підсвідомість – 80%<sup>9</sup>.

Наголосимо: повідомлення мас-медіа спрямовані на такий ефект, коли, за словами Ю. Лотмана, вже готова інформація «складається» в голові й не потребує глибокого осмислення, на відміну від першого типу отримання інформації, коли вона є лише стимулюючим чинником для подальшого самостійного пошуку. Тому зростаючий потік повідомлень масової комунікації може відволікати енергію людей від активної участі в пізнанні й перетворенні дійсності й самих себе та привчати до пасивного знання<sup>10</sup>. Сучасні ЗМІ поряд з «насильством над психікою» (показ насильства, катастроф) тиражують «насильство над інтелектом», що ґрунтується на низькоякісних серіалах та шоу, до того ж переважно не вітчизняного виробництва. Масова аудиторія споживає інформацію, а не осмислює її, що призводить до поверхового наслідування «героїв» чи нівелювання людських відносин у «мільних» серіалах та слізних життєвих історіях<sup>11</sup>. А це, у свою чергу, формує таке саме сприйняття політичної інформації, що продукується телебаченням під час виборчих кампаній.

Вибори також перетворюються на масове шоу, розвагу, і відчуття цього посилюється ще й тим, що в демократичних країнах часто немає значення, яка політична партія отримає першість.

Склалася ситуація, коли фраза «Перемагає той, хто володіє інформацією» трансформувалася: «Перемагає той, хто краще нав'язує інформацію». Контролюючи ЗМІ, політик нав'язує власну політичну рекламу й антирекламу, яка ніколи не покаже його справжньої сутності, але тільки те, що потрібно виборцям, тільки ті «факти і коментарі», що сприяють перемозі. Небезпека подібних маніпулювань полягає не тільки у викривленні громадської думки, а й у тому, що підривається довіра громадян до інститутів демократії взагалі.

Слід зауважити, що кількість коштів, витрачених на політичну рекламу 2012 р., стала найбільшою в історії України. Це підтвердили результати моніторингу політичної реклами у ЗМІ, що проводився комітетом «Рівність можливостей». Як повідомляє Олександр Чекмишев, «загальна вартість реклами суб'єктів моніторингу в друкованих ЗМІ Донецька, Ужгорода та Києва сягнула 185 059,90 гривень. До цього слід також додати витрати на приховану рекламу, т. зв. «джинсу». Тому вартість реклами з урахуванням коефіцієнта «політичної джинси» (1,2) – 222 071,88 гривень. На телебаченні цифри ще більші, загальна вартість реклами за звітний період на ТБ Донецька, Ужгорода та Києва становить – 5 008 290,60 гривень, а з урахуванням коефіцієнта «політичної джинси» (1,2) – 6 009 948,72 гривень»<sup>12</sup>.

За даними медіаагентств, станом на початок жовтня 2012 р. політики вклали в рекламу близько 500 млн грн, а до закінчення виборів ця цифра подвоїлась, а то й потроїлась. Ще влітку політики та експерти озвучили прогнози щодо вартості виборчої кампанії у мажоритарному окрузі: сума коливалася від \$700 тис. до \$5 млн. У жовтні в Комітеті виборців України заявили, що в середньому на кожен округ Партія регіонів планує витратити близько 30 млн грн (близько \$3,75 млн). Водночас, за даними ЗМІ, «технічні» партії, ознаки яких мають близько 40 партій, продають свої квоти в окружках по всій країні. Вартість такої операції сягає мільйона доларів<sup>13</sup>.

Так, Ольга Айвазовська звертає увагу на непрозорість походження виборчих фондів кандидатів. За її словами: «Всі без винятку кандидати витратили в декілька разів більше коштів, ніж задекларували прибутків за 2011 рік. Крім того, жоден із них не організовував широкомасштабних кампаній збору коштів з насе-

лення на кампанію, тому походження фінансів є вкрай непрозорим і корупціогенним в політичній перспективі для народних депутатів. На жаль, фінансування кампаній всіх кандидатів і партій залишається у тіньовому секторі економіки». Експерти зазначали, що фінансовий ресурс відігравав чи не визначальну роль в успіху на виборчих перегонах<sup>14</sup>.

«Практика засвідчує, – підкреслює В. Кафарський, – що сподівання на перемогу на виборах завдяки активній агітації на телебаченні, радіо та підкупу виборців (журналістів) і місцевих телерадіокомпаній не виправдані... Це зумовлено переважно не стільки підвищенням рівня політичної культури виборців, скільки звуженням електорату, який піддається впливу ЗМІ»<sup>15</sup>.

Аби громадяни України не перетворилися на ресурс тієї чи іншої політичної сили й не втратили власну політичну суб'єктність, вони мають критично ставитись до рівня власної політичної компетентності, що сприятиме засвоєнню громадянами діалогових форм політичної участі. Йдеться про постійний діалог влади з громадянами, реагування на їхні пропозиції та запити, стимулюючи в такий спосіб інтерес до політики й активні форми політичної участі. Голосування саме по собі не здійснює вирішального впливу на якість демократії і не розширює межі участі громадян у політичному процесі, таку функцію виконує їх участь у міжвиборчий період. Професор Оксфордського університету С. Коулман підкреслив: «Саме участь громадян у державному управлінні вносить дещо значиме у демократію»<sup>16</sup>.

Досвід розвинених демократичних країн засвідчує про трансформацію політичної участі громадян, яка відбувається під впливом мережових технологій. На зміну теледемократії, що давала змогу бути безпосереднім учасником політичних теледебатів, прийшла концепція електронної республіки Ю. Габермаса, основна ідея якої зводилася до розуміння нового для світу явища – кіберпростору, який здатен забезпечити громадянам вільне обговорення актуальних проблем суспільно-політичного й економічного розвитку і навіть здійснити революційні перетворення в системі державного управління та реалізації владних повноважень<sup>17</sup>. Враховуючи це, а також поступове формування інформаційного суспільства, актуальними для України є перспективи становлення електронної демократії, електронного урядування та пов'язані з ними зміни у характері, формах, якості участі громадян у політичних процесах.

Зауважимо, що е-демократія розуміється зазвичай як використання нових інформаційних технологій для захисту та розвитку основних демократичних цінностей, передусім участі громадян у процесах ухвалення рішень органами влади, тобто залучення до політичного процесу. Ця участь повинна бути організована у такий спосіб, щоб громадяни відчували власну залученість до політики та результативність витрачених зусиль. Поширене тлумачення е-демократії як використання інформаційно-комунікативних технологій та інформаційної структури (далі – ІКТ) для розвитку й посилення демократичних інститутів і розширення участі громадян у суспільній та політичній діяльності. Можливості ІКТ використовуються в межах від інформування про різних претендентів на виборні посади та партії до участі в електронних форумах, електронному голосуванні та електронних виборах. Д. Фукс та М. Каае вважають, що термін «е-демократія» слід відносити до технологічного аспекту в тому розумінні, що сучасна демократія змінилася або може змінюватися шляхом мережевого впливу громадян, організацій та інститутів через електронну комунікативну систему<sup>17</sup>.

Ці зміни у демократичному процесі повинні забезпечити ухвалення більш ефективних політичних рішень та підвищити демократичну легітимність у частині схвалення й підтримки громадянами демократичного режиму.

Для е-демократії особливого значення набувають такі форми політичної участі громадян, як онлайн-вийти до процесів ухвалення політичних рішень на загальнонаціональному, регіональному та місцевому рівнях, онлайн-ві консультації з суспільно-політичних проблем, онлайн-во голосування, онлайн-ві зустрічі, мітинги, дебати, протести, написання петицій. Наприклад, парламент Шотландії впровадив систему подання електронних петицій, яка передбачає їх обговорення в інтернет-чатах до того, як вони будуть офіційно направлені до парламенту. Зазначимо, що суть і характер петицій найбільш повно відображають особливості конвенційної політичної участі громадян у міжвиборчий період. Зокрема, вони можуть містити вимогу щодо розгляду парламентом тієї чи іншої суспільно значущої проблеми або зміни існуючого чи прийняття нового законодавства. На офіційному веб-сайті Шотландського парламенту чітко окреслено наслідки розгляду петицій – зміна законодавства; перетворення петиції на частину більш широкого парламентського обговорення; ініціювання парламентського обговорення з проблеми, порушеної у петиції; спонукання органів виконавчої влади до певних дій; виступати як факти в процесі законотворчої діяльності парламенту; спричинення зміни регуляторних актів<sup>19</sup>.

Оцінюючи потенціал е-демократії в Україні та перспективи реалізації ідеї е-урядування, слід звернути увагу на те, що український уряд, забезпечений електронним інтерфейсом, суттєво відрізняється від е-уряду, який не тільки спирається на інші принципи роботи, а й реально працює для громадян. Аналіз сайтів Урядового порталу дає підстави Н. Ротар дійти висновку, що більшість інформації, призначеної для громадян, має надто формальний характер та не передбачає зворотної реакції влади на запити і звернення громадян. З цього приводу всесвітньо відомий консультант з е-урядування та е-демократії С. Коулман зазначає: «Немає ніякого сенсу запускати консультацію, питати людей про те, що вони думають, якщо ніхто не збирається їм відповідати. Така поведінка є просто образою»<sup>20</sup>.

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що, по-перше, вибори до соціальних інститутів передбачають певний рівень політичної свідомості громадянина, особисту громадянську відповідальність за стан справ у країні; по-друге, попри достатньо високу активність на виборах громадяни обмежуються позначкою в бюлетені за того чи іншого кандидата або політичну партію й не контролюють їхньої діяльності у представницьких органах влади, залишаючись у ролі пасивних спостерігачів. ЗМІ в ході виборчих кампаній тиражують кліше «прийди на вибори», «проголосуй за того чи іншого кандидата», у міжвиборчий період об'єктивної політичної інформації зменшується або замінюється кримінальною хронікою, низькопробними шоу та серіалами, що відволікає людей від активної участі в політичному житті країни, нівелює механізм впливу ЗМІ на політичну свідомість, поглиблює соціальну апатію та відчужує людину від влади. Склалася ситуація, коли постійна діалогова політична участь не потрібна ані владі, ані ЗМІ, які у своїй переважній більшості обслуговують її інтереси. На наше переконання, потрібне розроблення та запровадження механізму контролю повнокровних громадянських інститутів за змістовним наповненням теле-, радіо- й друкованої про-

дукції.

1. *Загальна декларація прав людини* (резолуція Генеральної Асамблеї 217 А (III) від 10 грудня 1948 року // Донеллі Д. Права людини у міжнародній політиці / Пер. з англ. – Л.: Кальварія, 2004. – С. 221-226. 2. *Конституція України* // ВВР України. – 1996. – № 30. – Ст. 141, зі змінами, внесеними згідно із Законом від 08.12.2004 р. // ВВР України. – 2005. – № 2. – Ст. 44. 3. *Гончаров Д.В.* Теорія політичного участя. – М.: Юристь, 1997. – С. 6. 4. *Шляхтун П.П.* Політологія (Теорія та історія політичної науки): Підруч. для студ. вузів. – К.: Либідь, 2002. – С. 417. 5. *Даль Р.* О демократии / Пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 41. 6. *Бортніков В.І.* Політична участь і демократія: українські реалії: Монографія. – Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. – С. 55. 7. *Резнік О.* Динаміка громадсько-політичних практик і протестних настроїв в Україні // Українське суспільство. Двадцять років незалежності. Соціологічний моніторинг: У 2 т. – Т. 1: Аналітичні матеріали / За ред. В. Ворони, М. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2011. – С. 219. 8. *Українське суспільство. Двадцять років незалежності. Соціологічний моніторинг: У 2 т. – Т. 2: Таблиці і графіки* / За ред. Є.І. Головахи, М.О. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2011. – С. 22. 9. *Ткачук В.* Інформаційний вплив на політичну свідомість в умовах глобалізації // Social-science: Український науковий журнал: Університет «Україна», Всеукраїнська асоціація політичних наук (ВАПН). – С. 224 [Електронний ресурс]6. – Режим доступу: [http://www.social-science.com.ua/journal\\_content/411/political\\_psychology](http://www.social-science.com.ua/journal_content/411/political_psychology) 10. *Макаров М.М.* Массовая коммуникация в современном мире. – М., 2000. – С. 144-145. 11. *Сіленко А.* Інфокомунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства // Політичний менеджмент. – 2004. – №5 (8). – С. 40-55. 12. *Виборча кампанія 2012 була найдорожчою* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?viborcha\\_kampaniya2012\\_bula\\_naydorozhchoyu\\_eksperti&objectId=1271757](http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?viborcha_kampaniya2012_bula_naydorozhchoyu_eksperti&objectId=1271757) 13. *Вибори-2012 у цифрах: 87 партій, 5 тисяч кандидатів і більше 350 тисяч спостерігачів* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/62885> 14. *Виборча кампанія 2012 була найдорожчою* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?viborcha\\_kampaniya2012\\_bula\\_naydorozhchoyu\\_eksperti&objectId=1271757](http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?viborcha_kampaniya2012_bula_naydorozhchoyu_eksperti&objectId=1271757) 15. *Кафарський В.І.* Конституційно-правові засади фінансування політичних партій: Монографія. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – С. 99-100. 16. *Ротар Н.Ю.* Політична участь громадян України у системних трансформаціях перехідного періоду. – Чернівці: Рута, 2007. – С. 402. 17. *Grossman L.K.* The electronic republic. Reshaping democracy in the information age. – N. Y.: Viking (20<sup>th</sup> Century Fund), 1995. – С. 92. 18. *Дрожжин В.И.* Электронное правительство // Совершенствование государственного управления на основе его реорганизации и информатизации. Мировой опыт. – М.: Эко-Трендз, 2002. – С. 12. 19. *Ротар Н.Ю.* Цит. праця. – С. 403-404. 20. Там само. – С. 409.

УДК 321.7:355.02

**В. І. БІЛОШИЦЬКИЙ**

## **ДЕМОКРАТИЧНИЙ ЦИВІЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ ЯК МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦИВІЛЬНО-ВІЙСЬКОВИХ ВІДНОСИН**

*Розглянуто змістовні ознаки демократичного цивільного контролю над Воєнною організацією та правоохоронними органами держави (мета, спрямованість, принципи,*

---

© **БІЛОШИЦЬКИЙ Володимир Іванович** – здобувач Центру перспективних соціальних досліджень Міністерства соціальної політики України та НАН України