

УДК: 316.1

О.О. ЧЕРБАН

КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА МОДЕЛІ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Аналізується закони, що заклали основу функціонування засобів масової інформації та регулюють їхню діяльність. Подається основні засади Кодексу професійної етики українського журналіста. На основі цих базових документів визначаються модель функціонування інститут засобів масової інформації в Україні, яка за більшістю теоретичних параметрів відповідає моделі соціальної відповідальності, що була запропонована Т. Парсонсом. Дається характеристика фактичній діяльності українських медіа, яка де-факто відповідає моделі Е. Германа та Н. Чомського. Запропоновані шляхи покращенню діяльності інституту медіа в Україні.

Ключові слова: засоби масової інформації, закон, кодекс, моделі, концепція.

Чербан А.А. Концепция развития средств массовой информации в Украине и модели их функционирования

Анализируются законы, заложившие основу функционирования средств массовой информации и регулируют их деятельность. Подается основные принципы Кодекса профессиональной этики украинского журналиста. На основе этих базовых документов определяются модель функционирования института средств массовой информации в Украине, по большинству теоретических параметров соответствует модели социальной ответственности, которая была предложена Т. Парсонсом. Дается характеристика фактической деятельности украинских медиа, которая де-факто соответствует модели Э. Германа и Н. Чомски. Предложены пути улучшения деятельности института медиа в Украине.

Ключевые слова: средства массовой информации, закон, кодекс, модели, концепция.

Cherban Alexander. Concept of development of mass media in Ukraine and models of their functioning

The article analyses the laws that laid the foundation for the functioning of the media and the regulation of their activities. The basic principles of the Code of Professional Ethics of the Ukrainian journalist are given. On the basis of these documents, the model of the functioning of the Institute of Mass Media in Ukraine is determined, which, according to most theoretical parameters, corresponds to the model of social responsibility proposed by T. Parsons. A description of the actual activities of the Ukrainian media is given, which de facto corresponds to the model of E. Herman and N. Chomsky. The ways of improving the work of the media institute in Ukraine are proposed.

Keywords: *media, law, code, model, concept.*

Розвиток засобів масової інформації почався з падінням радянського тоталітарного режиму. Якщо за часів СРСР мас медіа функціонували в рамках тоталітарної системи, як засіб пропаганди, то вже в часи становлення незалежної України постало гостро питання про адаптацію засобів масової інформації до нових реалій. Створення незалежного інституту засобів масової інформації є одне з головних завдань під час трансформаційних процесів. Незалежні мас медіа є одним з важливих стовпів демократичної держави на рівні з судовою системою. Свобода слова виступає як головний компонент у вирішенні наболілих питань, за рахунок чого знаходиться консенсус в складних ситуаціях, не дарма чим вищий рівень свободи слова тим кращий рівень життя в державі, як це є в країнах Західної Європи та Сполучених Штатах Америки.

Основу для функціонування засобів масової інформації було закладено ще в Законі «Про пресу та інші засоби масової інформації» від 1 серпня 1990 р. подавав визначення засобів масової інформації, згідно цього закону засоби масової інформації розумілись, як газети, журнали, теле- і радіопрограми, кінодокументалістика, інші періодичні форми публічного розповсюдження масової інформації.

Засоби масової інформації репрезентуються редакціями періодичної преси, теле- і радіомовлення (інформаційними агентствами,

іншими установами, які здійснюють випуск масової інформації), проголошував свободу слова і друку, заборону цензури¹. В законі також прописувалось право засновувати засоби масової інформації. Закон мав наближати стандарти радянської журналістики до європейських зразків.

Основна концепція розвитку засобів масової інформації в Україні була взята з багатьох міжнародних конвенцій та ратифікованих міжнародних документів. Це, зокрема, Загальна декларація прав людини й Міжнародний пакт про громадянські й політичні права. Стосунки між ЗМІ та владою регулюються також великою кількістю українських законів. Законодавче поле в цій сфері почало формуватися із здобуттям Україною незалежності, але його вдосконалення ще триває. Основи діяльності ЗМІ закладені в Конституції України та в законах «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про власність», «Про рекламу», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про доступ до публічної інформації» та в Кодексі професійної етики українського журналіста.

Згідно ст. 6 Закону України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 р. право на інформацію забезпечується: обов'язком органів державної влади, а також органів місцевого і регіонального самоврядування інформувати про свою діяльність та прийняті рішення; створенням у державних органах спеціальних інформаційних служб або систем, що забезпечували б у встановленому порядку доступ до інформації; вільним доступом суб'єктів інформаційних відносин до статистичних даних, архівних, бібліотечних і музейних фондів; обмеження цього доступу зумовлюють лише специфікою цінностей та особливими умовами їх схоронності, що визначаються законодавством та здійсненням державного контролю за порушенням законодавства про інформацію².

Згідно зі статтею 26. Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» журналісту надаються широкі права, зокрема на вільне одержання, використання, поширення (публікацію) та зберігання інформації; відвідувати державні органи влади, органи місцевого і регіонального самоврядування, а також підприємства, установи і організації та бути прийнятим їх посадовими особами; відкрито здійснювати записи, в тому числі із застосуванням будь-яких технічних засобів, за винятком випадків, передбачених законом; переваги на одержання відкритої за режимом доступу інформації; на безкоштовне задоволення запиту щодо доступу до офіційних документів; по пред'явленні редакційного посвідчення чи іншого документа, що засвідчує його належність до друкованого засобу масової інформації, перебувати в районі стихійного лиха, катастроф, в місцях аварій, масових безпорядків, на мітингах і демонстраціях, на територіях, де оголошено надзвичайний стан; відмовлятися від публікації матеріалу за власним підписом, якщо його зміст після редакційної правки суперечить особистим переконанням автора. Окрім того журналістів зобов'язують: подавати для публікації об'єктивну і достовірну інформацію; відмовлятися від доручення редактора (головного редактора) чи редакції, якщо воно не може бути виконано без порушення Закону; виконувати обов'язки учасника інформаційних відносин; утримуватися від поширення в комерційних цілях інформаційних матеріалів, які містять рекламні відомості про реквізити виробника продукції чи послуг (його адресу, контактний телефон, банківський рахунок), комерційні ознаки товару чи послуг тощо. Журналіст не може користуватися правами та свободами журналіста для: закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання расової, національної, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини; пропаганди винятковості, переваги або неповноцінності громадян за їх релігійними, національними, расовими, соціальними та іншими ознаками; поширення недоброчесної або прихованої реклами³.

На основі Загальної декларації прав людини, Всесвітньої Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста МФЖ, Конституцією та чинного законодавством України було прийнято Кодекс професійної етики українського журналіста. В Кодексі визначаються основні морально-етичні орієнтири, серед них: журналіст відповідальний перед читачем, слухачем та глядачем; журналіст не може вдаватися до протизаконних, некоректних способів одержання інформації, використовувати своє службове становище в особистих цілях. Як тяжкий злочин мають сприймаються факти одержання ним за будь-яких обставин платні (хабаря) за поширення брехливої або утаювання достовірної інформації. Журналіст поважає осіб, які надають йому інформацію, не розголошує її джерел; Журналіст повинен уникати у своїх публікаціях та передачах образ з приводу національних, расових, етичних та релігійних поглядів і почуттів людей, протидіяти екстремізму та обмеженню громадянських прав за будь-якими ознаками. Він утримується від натяків або коментарів, що стосуються фізичних недоліків чи хвороб людини, зобов'язаний уникати вживання образливих висловів, ненормативної лексики; журналіст у своїх повідомленнях не втручається у судові справи, поки ведеться слідство, уникає характеристик людей, записаних у злочині, але вина яких не встановлена вироком суду, що набрав законної сили; журналіст несе не лише юридичну, а й моральну відповідальність перед суспільством за правильність повідомлень і справедливість суджень, поширених за власним підписом, під псевдонімом чи анонімно, але з його відома та згоди; журналіст у практичній діяльності не піддається тискові владних структур, особливо в тих випадках, коли йому нав'язують чужу чи хибну думку, орієнтують на фальсифікацію фактів.

Етичний кодекс українського журналіста наголошує на тому, що свобода слова та висловлювань є невід'ємною складовою діяльності журналіста; служіння інтересам влади, а не суспільства, є порушенням етики журналіста; журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини; повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком

журналіста; точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів; ніхто не може бути дискримінований через свою стать, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання; журналіст має бути особливо обережним при висвітленні питань, пов'язаних із дітьми⁴. Все вище перераховане дає можливість стверджувати, що концепція інститут засобів масової інформації в Україні тяжіє до моделі соціальної відповідальності преси Теодора Пітерсона.

Р. Петерсон запропонував теорію соціальної відповідальності, що прийшла на зміну лібертаріанській теорії. Представники лібертаріанської теорії стверджували, що газети нічого не винні публіці, представники теорії соціальної відповідальності наголошували на зворотньому. Так, як інститут ЗМІ є частиною політичної системи і відіграє важливі функції в суспільстві, то представники засобів масової інформації мають нести відповідальність за свої діє, що пов'язані з отриманням та поширенням інформації. Основні постулати теорії соціальної відповідальності можна звести до декількох пунктів. По-перше, обслуговування політичних систем за рахунок надання інформації, по-друге просвітницька робота з публікою, по-третє забезпечення прав особистості, по-четверте обслуговування економічної системи за рахунок створення платформи для продавців і покупців, поварів і послуг через надання реклами, по-п'яте надання розваг та підтримка власної фінансової стійкості, без якої не можливе нормальне функціонування медіа. Для вдосконалення діяльності медіа на практиці, так як часто деякі пункти не виконувались, було запропоновано три пункти: створення некомерційних організацій, які могли б допомагати ЗМІ виконувати їхні функції, створення центрів для вивчення публікацій критичних матеріалів в області масової комунікації та створення незалежної організації яка б давала щорічну оцінку діяльності засобів масової інформації⁵. Сама ця модель розвитку взята за основу в демократичних державах, так як журналістам надаються широкі права для збору та по-

ширення інформації, забороняється цензура, не допускається тиск на працівників медіа від головного редактора так від власників засобів масової інформації, журналіст несе юридичну та моральну відповідальність за подачу за відомо не правдивої інформації, звертається увага на високу професійність працівників ЗМІ. Де-юре українські засоби масової інформації діють згідно теорії Р. Пітерсона, як уже зазначалось в українському законодавстві та в Кодексі професійної етики, але де-факто вітчизняні ЗМІ працюють згідно пропагандистської моделі Е. Германа та Н. Чомського. Головні структурні фактори цієї моделі виходять з того, що панівні медіа є намертво вмонтовані в ринкову систему Вони є бізнесом, що приносить прибуток, ними володіють дуже заможні люди (чи компанії); їхніми засновниками у переважній більшості випадків є рекламодавці, які представляють з себе структури, що приносять прибуток, і прагнуть того, щоб їхня реклама з'являлася у середовищі, що сприяє продажам. Також медіа залежать від уряду та великого бізнесу як інформаційних джерел, а їхня взаємна результативна діяльність разом з політичними поглядами і часто перехресними інтересами встановлюють певний рівень солідарності між урядом, центральними ЗМІ та корпоративними бізнесовими структурами. Уряд і великий бізнес, що не має стосунку до медіа, також мають гарні позиції (і достатні статки) для того, аби здійснювати тиск на медіа через погрози припинення купівлі у них реклами чи відкликання ліцензії, чи позови зі звинуваченням у наклепі та інші прямі і непрямі способи нападу⁶. Українськими медіа компаніями володіють бізнесмени що мають свої інтереси в політиці або самі є політиками. Власником телеканалу «1+1» є Ігор Коломойський та Ігор Суркіс, телеканал «Інтер» у власності С. Львовичкіна та Д. Фірташ, «СТБ», «Новий канал» та «ICTV» належать Віктору та Олені Пінчук, «ТРК Україна» Р. Ахметову, «112» канал належить А. Подципцову, що був радником В. Захарченка, «5 канал» пов'язаний з П. Порошенком, «Телеканал 24» належить дружині мера Львова Катерині Кіт-Садовій⁷. Як видно з перерахованого інститут медіа в Україні є лише складовою великого бізнесу, і використовується задля просування власних

інтересів бізнес еліти та політиків і є досить сильно залежним від великого бізнесу та від українського уряду, це й факт можна простежити, якщо звернутись до дослідження авторитетного інтернет ресурсу «Media Sapiens». Протягом тижня з 22 по 29 травня на восьми каналах вийшло 50 сумнівних сюжетів: 39 ангажованих матеріалів, сім паркетних новин, чотири промо-сюжети власних проектів медіакомпаній. Майже порівну таких повідомлень було на «Інтері» — вісімнадцять та каналі «Україна» — сімнадцять. Однакова кількість — по шість — вийшла в ефірах ICTV та «1+1», ще три матеріали показали на СТБ. Найбільше представлені були сюжети в інтересах Ріната Ахметова: шість сюжетів про його благодійність та два про компанію ДТЕК вийшли на каналі «Україна». По чотири матеріали піарили Сергія Капліна на «Інтері» та «Опозиційний блок» (три — на «Інтері», один на каналі «Україна»). Три паркетних сюжети звітували про роботу генпрокурора Юрія Луценка: на ICTV, «Україні» та СТБ. Двічі паркетні заяви прем'єра Володимира Гройсмана поширив ICTV, стільки ж матеріалів без зрозумілої новинної складової вийшли за участі Марини Порошенко на каналі «Україна». Двічі піарили «Наш край» на ICTV, «Народний фронт» на каналі «Україна». По одному сюжету вийшло в інтересах партії «Відродження» («1+1»), Олександра Єфремова та УПЦ МП («Інтер»), а також Олега Ляшка, Петра Порошенка та Вадима Рабиновича (канал «Україна»). Критика стосувалася представників «Народного фронту» — вісім матеріалів на «Інтері», Олега Ляшка — два сюжети на «Інтері», міністра інфраструктури Володимира Омеляна та угод із Ryanair — два сюжети на «1+1» та МОЗ — один матеріал на «Інтері»⁸.

Для вдосконалення функціонування інституту засобів масової інформації в Україні можуть бути запропоновані такі кроки:

1. Вдосконалення нормативно-правової бази, яка б більш детально регулювала взаємодію власників з однієї сторони та самих медіа з іншої сторони;
2. Створення моніторингових комісій при Державному комітеті телебачення та радіо зв'язку України;

3. Міжнародний аудит, який би давав професійну оцінку діяльності засобів масової інформації ;

4. Співпраця з міжнародними організаціями, що сприяють покращенню функціонування засобів масової інформації на кшталт Комітету із захисту журналістів та Міжнародна підтримка медіа;

5. Участь в міжнародних проектах та грантах, що організуються для засобів масових інформації, на кшталт тих, що організовує посольство США в Україні та Агенція міжнародного розвитку США.

Інститут засобів масової інформації в Україні перебуває на етапі становлення, якщо українське законодавство та нормативно-правові акти заклали фундамент для розбудови четвертої гілки влади то методи роботи самих працівників медіа та відношення власників медіа ресурсів потребують нового підходу. Новий підхід має базуватись на концепції, що відповідає теорії соціальної відповідальності, яка прийнята за основу в провідних демократичних країнах.

1. *Про пресу та інші засоби масової інформації*: Закон Союзу Радянських Соціалістичних Республік від 1 серпня 1990 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v1552400-90> 2. *Про інформацію*: Закон України від 2 жовтня 1992 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> 3. *Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні*: Закон України від 16 листопада 1992 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2782-12> 4. *Національна спілка журналістів України*. Кодекс професійної етики українського журналіста прийнятий на X з'їзді національної спілки журналістів України (квітень 2002 р.). URL: http://old.nsj.u.org/tabmenu/kodeks_etiki 5. *Четыри теории прессы* / Ф. С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. Москва: Вагриус, 1998. 136 с. 6. *Хомський Н.* Ретроспективний погляд на пропагандистку модель / пер. А. Савенка // Commons Спільне. 17. 04.2009 р. URL: <http://commons.com.ua/uk/retrospektivnij-oglyad-propagandis/> 7. *Ліскович М., Сауляк С.* Кому належать українські телеканали // Укрінформа. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-infografika/1997592-vlasniki-ukrainskih-telekanaliv-hto-voni-infografika.html> 8. *Красовська З.* Канали «забули» про річницю обрання Порошенка. Моніторинг теленовин за 22-28 травня 2017 року // Media Sapiens. URL:

http://www.osvita.mediasapiens.ua/monitoring/daily_news/kanali_zabuli_pro_richnitsyu_obrannya_poroshenka_monitoring_telenovin_za_2228_travnya_2017_roku/

Cherban Alexander. Concept of development of mass media in Ukraine and models of their functioning

Freedom of speech and the free dissemination of information create conditions for the establishment and development of a democratic society. It has long been recognized that the media is the "fourth power" and their power is no less than legislative or judicial. The power of the media, like any other government, should have a certain framework that would make it impossible to abuse this power, distorting the freedom of speech. In this article the concept of the development of mass media and the model of their functioning are investigated.

At the time of Ukraine's independence, there was a large network of printed publications that were inherited from the Soviet legacy, new TV channels and radio stations were set up for which the legislative field was to be created in accordance with the principles and ideals of the democratic system. During this time, a council of laws and decrees that brought Ukrainian legislation in the field of mass media closer to European principles was adopted. According to the current Ukrainian legislation, every citizen of Ukraine has the right to freely collect and disseminate information, and to prohibit censorship. The media is becoming a platform for different points of view. In addition to the laws, another important document was adopted that influenced the activity of the mass media - the Code of professional ethics of the Ukrainian journalist, which emphasized the service of public interests and high professionalism. According to these basic documents a functional model of social responsibility of the mass media was laid down. The model of social responsibility emphasizes that mass media is not only a source of information, but also an agent of socialization, and, of course, bears the responsibility for the information provided. But in practice this model has not been realized yet. According to the analysis of the activities of leading central TV channels, and their final beneficiaries, the model of the functioning of the mass media in Ukraine is closer to the model of E. Herman and N. Chomsky. The basic postulate of this model is that the media is firmly embedded in the market system, media is a profit-making business, and is owned by very wealthy people who use it for their own interests.

The author proposed steps to improve the existing model of functioning of the domestic mass media.

Keywords: media, law, code, model, concept.

УДК 37.504.03

М.І. ХИЛЬКО

ЕКОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА – НОВА ПАРАДИГМА КУЛЬТУРИ

Досліджується сутність, тенеца, основні виміри і світоглядний сенс екологічної культури як суспільного феномену і водночас нової сучасної парадигми культури.

Ключові слова: природа, культура, екологічна культура, екологічна криза, архетип, парадигма.

Хилько Н.И. Экологическая культура – новая парадигма культуры

Исследуется сущность, генезис, основные измерения и мировоззренческий сенс экологической культуры как общественного феномена и одновременно новой современной парадигмы культуры.

Ключевые слова: природа, культура, экологическая культура, экологический кризис, архетип, парадигма.

Khylko Mykola. Ecological culture - a new paradigm of culture

The essence, genesis, basic dimensions and world outlook of ecological culture as a public phenomenon and at the same time a new modern paradigm of culture are explored.

Keywords: nature, culture, ecological culture, ecological crisis, archetype, paradigm.