

УДК 070:342.727:338.124.4](477)

Жанна Безп'ятчук

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ НА СВОБОДУ СЛОВА В УКРАЇНІ У 2008–2011 РОКАХ

У статті представлено результати опитування журналістів загальноукраїнських і регіональних комерційних медіа щодо їхніх оцінок впливу економічної кризи на свободу слова в Україні у 2008–2011 роках. 55 % респондентів визнали, що скорочення можливостей працевлаштуватися під час кризи на медіа-ринку вплинуло на їхню персональну відданість цінностям свободи слова. Інакше кажучи, «зона компромісів» між редакційними завданнями та професійними стандартами й етичними нормами професії розширилася.

Ключові слова: свобода слова, економічна криза, медіа-ринок, професійні стандарти, журналістська етика.

2008–2011 роки були складним періодом в історії української журналістики: медіа-ринок, як і інші ринки, зазнав економічної кризи, яка проявлялася, зокрема, у закритті засобів масової комунікації, скороченні штатів уцілілих редакцій, нестачі нових медійних проєктів, що призводи-

ло до зростання безробіття серед журналістів. Так, за цей час було закрито онлайн-видання «ПіК України», журнали «Профіль», «Новинар», «Главред», «Газету по-киевски», друковану версію «Телекритики», скорочено штати в комерційних і державних телекомпаніях. Водночас по-

гіршилися показники України у глобальному рейтингу свободи преси: у 2008-му її індекс дорівнював 53, а в 2011-му – вже 59. Зростання індексу свідчить про погіршення ситуації зі свободою слова в Україні. У 2008–2011 роках, відповідно до рейтингу, наша держава залишалася країною з частково вільною пресою. Її сусіди за цим показником – найбідніші африканські країни, а саме: Південний Судан та Гвінея-Бісау [3].

Експерти Світового банку Т. Каррінгтон і М. Нельсон дійшли висновку, що «можливості медіа зазвичай є паралельними до можливостей економіки» [1, с. 229]. Вони наводять приклади Білорусі та Зімбабве. На межі другого і третього тисячоліття обидві країни перебували у стані економічної кризи та рецесії, і в обох із них відбувалися політичні й економічні обмеження свободи слова.

Індекс свободи преси, що його визначає Freedom House [2], враховує не лише законодавчі та політичні умови функціонування медіа в певній країні, а ще й економічні. Для отримання показників за критерієм «економічне оточення» експертів просять оцінити за спеціальною шкалою, чи впливає негативно економічна ситуація на «фінансову спроможність» медійних організацій. Своєю чергою, щоб оцінити останню, потрібно з'ясувати, серед іншого, чи залежать видання економічно від політиків і великого бізнесу, чи ускладнює економічна криза здатність медіа бути фінансово незалежними. Також, розраховуючи індекс свободи преси, звертають увагу на те, чи отримують журналісти хабарі від політиків, бізнесменів та інших суб'єктів за опублікування певних матеріалів. Таке явище відоме в журналістиці як «джинса». Якщо з'ясується, що економічний занепад і стагнація впливають на фінансові можливості мас-медіа, то індекс, за яким визначають свободу слова, автоматично зростає.

Ми спробували з'ясувати думку українських журналістів щодо впливу економічної кризи та рецесії на свободу слова в Україні в 2008–2011 роках. Для цього було проведено опитування, що складалося з десяти глибинних напівструктурованих персональних (особа журналіста відома дослідникові) та десяти анонімних структурованих (журналісти відповідають в електронному режимі, не вказуючи свого ім'я та місця роботи) інтерв'ю. Відповідно до етичних норм дослідження, ми не подаємо імена респондентів та назви ЗМІ, в яких вони працювали упродовж означуваного періоду.

Отже, ми попросили українських журналістів чесно розповісти, наскільки їм вдавалося дотримуватися принципів свободи слова і професійних стандартів у часи економічної кризи, яка охопила медійний ринок у 2008–2011 роках.

Кореспонденти, оглядачі й редактори українських комерційних друкованих та онлайн-медіа (як національних, так і регіональних) відповідали на запитання про те, чи відомі їм випадки, коли медіа-менеджери використовували кризову ситуацію на ринку як аргумент для представлення того чи іншого політика в певному світлі; чи потрібно, нехтуючи сумлінням, вдаватися до «джинси»; чи варто виконувати отримане завдання, особливо не розмірковуючи над його змістом і наслідками. Нерідко через відмову від виконання певних завдань, що порушують етичні норми професії, журналістів звільняють «за власним бажанням» чи скорочують «у зв'язку із кризою». Унаслідок обмежених можливостей працевлаштуватися за фахом на охопленому кризою медіа-ринку їх очікує тривале безробіття.

Ми також розпитували медійників про їхні власні табу у професії, які вони нізащо не порушили б, навіть якби довелося надовго залишитися без роботи чи опинитися на нижчих щаблях професійної ієрархії. Крім того, їм пропонували подумати, чи сприяла криза поширенню такого насправді популярного в медіа явища, як самоцензура, та чи спрацьовував ефект конвергенції між авторитарними тенденціями режиму президента Віктора Януковича і, власне, економічною кризою, інакше кажучи, чи не стало це «подвійним ударом по свободі слова».

Звісно, ми не оминули увагою і такої ситуації, коли власники медіа через фінансові проблеми почали скорочувати штат редакцій, унаслідок чого робоче навантаження на тих журналістів, які лишилися працювати, зростало інколи у кілька разів. А свобода слова має не лише аксіологічну природу, а й суто інструментальну – для дотримання її стандартів потрібно мати належні умови, зокрема достатньо часу, щоб підготувати матеріал. Стан самого журналіста для повноцінної та вільної праці також має бути відповідним. Можна припустити, що кризовий період здатний вплинути на професійні якості, адже даються взнаки регулярні перенавантаження.

Почнемо з того, що в анонімних інтерв'ю про «джинсу» як проблему, котру посилила економічна криза, журналісти говорили охочіше, ніж в особистому й відкритому спілкуванні. Анонімно чотири медійники зізналися в тому, що їм пропонували писати «джинсу» в період 2008–2011 років; у відкритих інтерв'ю – двоє.

Один із респондентів так описав механізм «джинсизації» друкованих медіа у кризові часи: «Як на мене, криза призвела лише до зростання кількості “джинси”, що існувала в українських мас-медіа і до того. Інвестори та їхні представники вимагали від редакцій, щоб ті заробляли гроші самотужки. При цьому нічого не інвесту-

вали в систему розповсюдження, у рекламні кампанії. Чи буде, приміром, компанія “Мерседес” розміщувати рекламу в медіа? Ні, тому що, по-перше, надворі криза, а по-друге, саме медіа безперспективне. Який же вихід? “Джинса” з політиком, який навіть у кризові часи має гроші і платить за задоволення бачити своє обличчя на обкладинці». При цьому двоє з опитаних наголосили, що «джинса» зовсім не пов’язана з кризою: видання або друкує її, або ні.

На запитання про те, чи змушували їх чинити супроти власного сумління в часи кризи, нагадуючи, що роботу просто так не знайти, журналісти відповідали по-різному: «Такі випадки зі мною не траплялися. Якщо ви досвідчений журналіст, то знайдете можливість виконати вимоги й при цьому зберегти честь професії... Один чи два рази, коли не можна було погодитися з тим, як мої статті відредагували, довелося підписатися псевдонімом. Але конкретних випадків, коли керівники казали б: “Навколо лютує криза – треба слухатися нас” не пригадую», – розповів журналіст видання, яке під час кризи закрилося. Отже, вихід, який знаходять медійники, – не звільнитися, а підписувати публікації псевдонімом.

Журналіст однієї зі щоденних газет України, яка, зрештою, закрилася у період кризи, розповів нам, що її власник регулярно використовував економічні аргументи як причину того, чому потрібно бути лояльними до уряду Віктора Януковича. Це підтверджує гіпотезу про те, що прихід до влади Партії регіонів та економічна криза можуть резонувати, коли йдеться про їхній вплив на свободу слова в Україні. Врешті-решт, редактор, який описав нам, як власник виховував лояльність до влади, пішов із щоденної журналістики: «...Терпимість до цензури обернено пропорційна наявності можливостей і вмінь заробляти гроші в іншій сфері, де цензури немає: у спеціалізованих медіа, рекламі, маркетингу, соціальних проектах, медіа-консалтингу. Нинішня сфера роботи – комерційні контент-проекти – відображає мої погляди на речі». Відтік спеціалістів із медіа-сфери респондент вважав неунікним за тих умов, що склалися в 2008–2011 роках і тривають донині.

Не лише цей журналіст спокійно розмірковував про те, що криза на медійному ринку спонукає задуматися про зміну професії. Якщо треба обирати між тим, ставати слухняним виконавцем чи змінювати фах, дехто готовий радше зробити друге. Двоє журналістів, котрих було опитано персонально, самі про це говорили, відповідаючи на запитання, які дії своїх колег вони змогли б сприйняти толерантно в часи тотально-го безробіття. Один журналіст зауважив, що через тиск цензури спробував би змінити роботу,

але при цьому постарався б залишитися у професії.

Журналіст-новинар із досвідом роботи в різних онлайн-виданнях у 2008–2011 роках, одне з яких, політично збалансоване й незалежне, закрилося через неприбутковість, зазначив, що в ідеалі економічні негаразди повинні сприяти структуризації медіа-ринку та виживанню лише найпотужніших ЗМК, які мають довіру великих аудиторій. Утім, в українських реаліях за відсутності великих медіа-імперій із тривалою історією виживали далеко не завжди ті, хто був вартий довіри й дотримувався класичних професійних стандартів журналістики: «Вільні медіа, чиї власники – бізнесмени середньої ланки, гинули, тобто закривалися, тому що на малий і середній бізнес тиснуть. Власники не можуть утримувати неприбуткові видання в часи криз. У результаті відбувається скорочення хоч невеликих, але не-підконтрольних владі вільних ресурсів, що тільки зменшує свободу слова в Україні».

На його переконання, проти обмежень свободи слова протестувати варто тоді, коли можна змодельовати розвиток імовірного конфлікту: «В українських реаліях, коли щонайменше 50 % журналістів, за даними опитування Незалежної медіа-профспілки за жовтень–листопад 2011 року, оформлені на роботі неналежним чином і мають мізерну зарплату, розраховувати на спротив редакційній політиці не є можливим». Проблеми з оформленням журналістів на роботу – це окрема велика тема. Вони існували й до кризи, а під час неї лише посилювалися – з’явилися додаткові причини для оптимізації податків.

Третина журналістів погодилася з тим, що економічна криза й авторитарні тенденції в 2008–2011 роках «завдали подвійного удару по свободі слова». Приблизно одна п’ята опитаних переконана, що економічна криза не обмежує свободи слова, ще для третини оцінити окремо вплив економічної кризи або просто важко, або це взагалі не актуально чи не найкраща постановка запитання й формулювання проблеми. Ось типова відповідь журналіста одного з провідних ділових видань України: «Логічніше говорити про обмеження свободи слова в контексті не економічної кризи, а політичної ситуації, яка склалася в Україні після приходу на президентську посаду Віктора Януковича. Обмеження свободи стосується насамперед державних ЗМІ, а також журналістів, які висвітлюють політичну тематику. Я готую матеріали на економічну, а також частково соціальну (освіта) тематику, тому на собі не відчула обмеження свободи слова». При цьому ті медійники, які володіють нішевим, експертним чи ексклюзивним знанням, значно впевненіше почувалися в часи економічної кризи. Знання фактів, трендів, проблем у бізнесі, роз-

галужені контакти – усе це не знецінилося у 2008–2011 роках.

Найяскравіший приклад маніпуляції під час кризи пов'язаний із закриттям столичної міської «Газети по-києвски». Це видання свого часу перебувало на третьому місці в рейтингу щоденних газет в Україні. Конфлікт із його власником Ігорем Коломойським, як розповіли респонденти, почався після політичної публікації – статті про діяльність президента України Віктора Януковича. Одразу після її виходу власник заблокував усі рахунки, а пізніше звільнив головного редактора та закриття видання, мотивуючи це економічними причинами, а не критичним матеріалом. Саме починаючи з 2010 року Коломойський регулярно використовував економічні важелі: затримував зарплати, блокував платежі після виходу деяких публікацій.

Шестеро із двадцяти опитаних журналістів були готові говорити про самоцензуру як проблему. Один із них визнав, що в його виданні це – щоденна практика. Зв'язок самоцензури з економічною кризою більшості журналістів не видався чимось самоочевидним.

Що ж стосується впливу робочого навантаження на свободу слова, то лише один з опитаних журналістів визнав, що внаслідок скорочення можливостей донести інформацію чи нестачі часу, потрібного для забезпечення збалансованості матеріалу, у кризові часи страждає свобода слова: «У віціліх виданнях зменшилися кількість сторінок і частота виходу. Це негативно позначається на поінформованості, а як ре-

зультат – і на розвитку громадянського суспільства». Решта його колег зауважили, що скорочення штатів у редакціях не мало наслідків для свободи слова.

Це опитування є лише спробою простежити, на перший погляд, неочевидні й непрямолінійні зв'язки між явищами та проблемами. Об'єктивувати його валідність доволі важко. Але той факт, що 55 % опитаних визнали, що обмеження можливостей працевлаштуватися під час кризи на медіа-ринку вплинуло на їхню персональну відданість свободі слова, свідчить про існування кореляцій. Також 13 із 20 опитаних журналістів погодилися, що авторитарні практики політичного режиму Віктора Януковича, з одного боку, та економічна криза, з іншого, завдали подвійного удару по свободі слова в Україні в 2010–2011 роках. І ця тенденція триває. А отже, на випадок криз у медійної системи має бути певний імунітет, щоб свобода слова не ставала суто комерційним товаром, позбавленим аксіологічного виміру. Цей імунітет, своєю чергою, залежить від ступеня плюралізму й інституційної розвиненості ЗМК, від наявності великих і відносно незалежних медіа-холдингів. Тоді журналісти мають ширший вибір для працевлаштування. Вартий уваги приклад медіа-системи, що сформувалася в Польщі. Її ідейний плюралізм, інституційне розмаїття, політична і фінансова самостійність, наявність потужних медіа-організацій («Rzeczpospolita» та «Gazeta Wyborcza») забезпечують свободу слова від негативного впливу економічної кризи.

Список літератури

1. Carrington T. Media in Transition : The Hegemony of Economics / T. Carrington, M. Nelson // The Right to Tell : The Role of Mass Media in Economic Development / ed. by M. Anam. – Washington, D. C. : World Bank Publications, 2002. – P. 225–249.
2. Freedom House. Freedom of the Press 2012. Methodology [E-resource]. – Access mode: <http://www.freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP%20Methodology%202012.pdf>. – Title from the screen.
3. Freedom House. Global Press Freedom Rankings 2011 [E-resource]. – Access mode: http://www.freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP%202011%20Tables%20and%20Graphs_0.pdf. – Title from the screen.

Zhanna Bezpiatchuk

THE IMPACT OF THE ECONOMIC CRISIS ON FREEDOM OF SPEECH IN UKRAINE IN 2008–2011

The given article focuses on the impact that the economic crisis of 2008–2011 had on the freedom of speech in Ukraine. The assessment of this impact is based on the findings of the qualitative interviews with journalists of nation-wide and regional commercial print media. These interviews were intended to capture the journalists' evaluation of the crisis' effects on their works and, first of all, on their exercise of freedom of speech. 55 % of respondents confirmed that shrinking of employment opportunities during the crisis affected their professional commitments to values of freedom of speech. To put it differently, they were more inclined to compromise the professional standards if media owner or editors required or might have required from them to fulfill tasks breaking with the ethical code of profession.

Keywords: freedom of speech, economic crisis, media market, professional standards, journalism ethics.

Матеріал надійшов 08.06.2012