

ВИСВІТЛЕННЯ ПИТАНЬ СВОБОДИ СЛОВА У ЖУРНАЛІ «ТЕЛЕКРИТИКА»

У статті висвітлюються питання свободи слова у друкованому засобі масової інформації – журналі «Телекритика». Проводиться аналіз статей авторів, котрі у своїх публікаціях порушували питання свободи слова та цензури.

Ключові слова: засоби масової інформації, свобода слова, замовчування фактів, інформація, цензура.

Актуальність дослідження полягає в тому, що у статті порушується актуальна для всіх ЗМІ, як і для преси так і для телебачення, радіо та Інтернету проблема. Медіакритичне видання «Телекритика» – одне із небагатьох видань, які висвітлюють тему свободи слова та свободи преси, що на сьогоднішній день є досить актуальною та важливою темою.

Об'єкт дослідження – публікації журналу «Телекритика», присвячені темі свободи слова.

Предмет дослідження – свобода слова.

Мета роботи – з'ясувати, як ЗМІ порушує тему свободи слова, зокрема, журнал «Телекритика», як видання, яке створювалося саме для контролю ситуації свободи слова в Україні.

Завдання роботи – на сторінках «Телекритики» простежити особливість висвітлення теми свободи слова в Україні; проаналізувати статті журналу «Телекритика» з вересня по грудень 2010 року.

Свобода слова в нашій державі розглядається як вільне вираження думок та слів, а також як не замовчування інформації. Журнал «Телекритика» був створений з метою висвітлювати правдиву та чесну інформацію про медійне суспільство. Головний редактор журналу Наталія Лігачова. Таке періодичне видання не тільки робить щоденний огляд преси та подає аналітику, а і приділяє багато уваги проблемам інформаційного простору.

Свобода слова – право людини вільно висловлювати свої думки – розглядається прихильниками лібералізму як одна з найважливіших громадянських свобод. Свобода слова охоплює вираження поглядів як в усній, так і в письмовій формі (свобода преси і ЗМІ); в меншій мірі стосується до політичної і соціальної реклами (пропаганди) [8].

Журнал «Телекритика» – це не просто медіа критичне видання, яке критикує, а навпаки, намагається розібратися у правоті, знайти вірне рішення, та надати читачеві вірну та перевірену інформацію.

Так, наприклад, у статті Отара Довженка «Ваша свобода – це ваші проблеми» наголошується на питанні переліку тих тем, які загалом замовчуються більшістю, а також подається ряд порушень стандартів інформаційного мовлення. На питання «яка така свобода слова?» та хто заангажовує український медіапростір автор відповідає так: «До числа ж «заангажованих» вочевидь належить і тимчасова слідча комісія Верховної Ради з розслідування випадків цензури у ЗМІ, тиску на свободу слова в Україні та перешкоджання законній професійній діяльності журналістів, яка періодично інформує главу держави про такі випадки. За час перебування при владі спіkeri Партії регіонів, що зазвичай коментують пов’язані зі свободою слова питання, виробили доволі цілісну захисну риторику. Проблем, на якій вказують журналісти та експерти, вони не заперечують, але наголошують на тому, що йдеться про «окремі випадки», до яких влада жодною мірою не причетна. Існування цензури у будь-якій формі жодною мірою відкидається. Цензура – вигадки опозиції, яка використовує журналістів для дискредитації влади» [2, с. 34-37].

Тож про які такі «окремі випадки» йде мова? Стурбовані становім свободи слова в Україні як працівники медіа, так і суспільство загалом, лише вимагають права на вільну інформацію, яка прописана в Конституції.

Проте є різні точки зору, подані у публікаціях на тему цензури та свободи слова, зокрема не тільки українських політиків, а і закордонних. Вони не бояться виказувати свою стурбованість стосовно стану свободи слова в Україні. Як зауважив заступник держсекретаря США з політичних питань Вільям Бернс: «Ми і далі будемо наполегливі в тому, що заяви української влади повинні перетворюватися в реальні дії, і це не є читання лекцій Америкою». Влада тісно переплітається з медійним простором, вони наче доповнюють одне одного.

Як зазначає Отар Довженко, не всі в українських ЗМІ вірять у те, що в Україні справді є проблеми, пов’язані зі свободою слова: «Інтернет-видання «Обозреватель», що належить голові Держкомпідприємництва Михайлові Бродському, заперечує наявність в Україні проблем зі свободою слова, натомість закликає боротися з практикою розміщення замовних матеріалів – джинси» [2, с. 34-37].

Повертаючись до проблем інформаційного суспільства, де свобода слова виступає, принаймні, на одному з передових місць, слід згадати закордонні твердження про побудову інформаційних концепцій, які теоретично допомагають вирішити низку наболілих питань. «Концепція інформаційного суспільства може послужити об’єднуючим ідейним початком для України. Свобода слова, на рівні з концепцією стійкого розвитку, дає цілісне бачення суспільного прогресу та пропонує конкретні шляхи його досягнення. Для багатьох привабливою ознакою цієї концепції є її неідеологізований характер» [1, с. 24]. Отже, слід зауважити, що впроваджуючи таку кон-

цепційну теорію стосовно нових ідеологічних форм в новому медійному інформаційному суспільстві, питання свободи слова буде не тільки розглядатися інакше, а і позиціюватися на новому рівні.

Досліджуючи тему свободи слова, необхідно згадати закони, які чітко прописані в Конституції та мають велике значення та дотримання. В Україні таким регулюючим законом та одним із перших правових актів став Закон «Про інформацію» (жовтень 1992), який визнав інформацію товаром і об'єктом права власності. В ньому було визначено поняття конфіденційної інформації, інформації про особу, запроваджено інститут інформаційних запитів та встановлено обмеження на поширення інформації стосовно пропаганди війни, закликів до розпалювання національної релігійної ворожнечі, розповсюдження порнографії [6].

У статті Наталії Петрової «Свободи немає там, де нема законів? (Правове середовище для медіа в Україні: здобутки та проблеми)» порушується питання про обмеженість творчості працівників медіа, концентрується увага на тому, що велика кількість законів що до правил обігу інформації і регулювання свободи висловлювань може розглядатися в якості фактора обмеження цієї свободи. Великий акцент автор робить на тому, що саме від добре організованої незалежної правової системи залежить майбутнє української свободи слова, а також від боротьби та приборкання діяльності зловмисників з обмеження прав і свобод індивіда.

Свобода вираження поглядів та обігу інформації була гарантована Конституцією із застереженнями, необхідними для демократії. Конституцією передбачено, що обмеження свободи вираження та вільного обігу інформації можуть мати місце у випадках поширення інформації, що містить загрозу для інтересів національної безпеки, територіальної цілісності, заклики до повалення конституційного ладу або до розпалювання національної, релігійної чи расової ворожнечі, а також коли порушуються права інших осіб або підривається авторитет право-суддя» (стаття 34 Конституції України).

Для сучасної журналістики особливим змістом наповнюється положення про вільне безперешкодне дотримання своїх переконань, свободу шукати, одержувати й поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами незалежно від державних кордонів [5, с. 120]. Саме такими твердженнями та правилами і регулюється журнал «Телекритика», як повноцінне критичне інформаційно-аналітичне видання. Позиція Н. Лігачової полягає в інформуванні громадськості та поданню чесної, перевіреної інформації.

Аналізуючи статті, слід звернути увагу на матеріал Отара Довженка «Час перекидати каміння», де автор головні тенденції подій на телевізійному ринку та у телепросторі за останні пів року, а також звертає увагу на епохальні кадрові перевороти на телебаченні, одною з причин яких є свобода слова. «Журналісти готуються відстоювати свої права за допомогою профспілки «Медіафронт», осередок якої очолила Ольга Червакова. Поки що Національна телекомпанія, чия новітня програмна політика разоче відрізняється від усього, що в цивілізованому світі називають «суспільним мовленням», не поспішає готоватися до зміни статусу. З виконанням рішень теперішньої влади взагалі не варто поспішати, аж надто легко вона часом їх змінює» [3, с. 23-25].

Також хочеться зупинитися на статті, автором якої є Світлана Остапа – «Від Гонгадзе до Климентьєва». У статті згадується про тих журналістів, для яких свобода слова та думки коштували ім смерті. Аналізуються вчинені насильницькі дії що до журналістів, обмеження їх прав та перешкодження професійної діяльності. «Складається враження, що правоохранці і судді навмисно прагнуть «причесати» статистику, аби світ не дізнався, як часто в Україна порушуються права журналістів. Збільшення кількості нападів на журналістів спонукало Верховну Раду 2010 року створити тимчасову слідчу Комісію з питань розслідування випадків цензури у засобах масової інформації, тиску на свободу слова та перешкоджання законній професійній діяльності журналістів, яку очолила народний депутат Ірина Геращенко. Однак можливості цієї комісії дуже обмежені, як і Комітету Верховної Ради з питань свободи слова та інформації, який намагається реагувати на випадки порушення прав журналістів, добиватися покарання винних і відновлення постраждалих у їхніх правах» [4, с. 71].

Надзвичайно складно утриматися від партійних впливів в наглядових органах. Навіть якщо усунути партії з цих органів, то не можна при цьому усунути партійного впливу. З одного боку, не обов'язково бути політиком, щоб мати певні партійні вподобання або пов'язане з ним уявлення про цінності [7, с. 215]. Саме тиски та перешкодження з боку влади найбільше впливають на регулювання свободи слова в українському медіапросторі.

Журнал «Телекритика» багато уваги приділяє темам свободи слова. Аналітичні матеріали, написані журналістами та кореспондентами видання, базуються на достовірних, не один раз перевірених фактах. Автори медіакритичних матеріалів посилаються на чинне законодавство, подають різноманітні точки зору політиків та експертів.

Аналізуючи публікації журналу «Телекритика» за період вересень – грудень 2010 року, слід зауважити, що видання приділяє увагу особистій безпеці журналіста, та акцентує думку на свободі вираження власних поглядів. Статті журналістів «Телекритики» стимулюють інші періодичні засоби масової інформації до правильної, сумілінної роботи у інформаційній галузі.

Список використаних джерел

- Гриценко О. М., Шкляр В. І. Основи теорії міжнародної журналістики / Гриценко О. М., Шкляр В. І. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2002. – С. 24.
- Довженко О. Ваша свобода – це ваші проблеми / О. Довженко // Телекритика. №9-10 (75) вересень-жовтень 2010.

-
3. Довженко О. Час перекладати каміння / О. Довженко // Телекритика. №9-10 (75) верес.-жовт. 2010.
 4. Остапа С. Від Гонгадзе до Климентьєва / С. Остапа // Телекритика. №11-12 (76) листопад-грудень 2010.
 5. Паримський І. С. Національна преса. Сучасні проблеми теорії. Монографія ін-ту жур-тики КНУ ім. Тараса Шевченка / Паримський І. С. – К., 2007 – С. 120.
 6. Петрова Н. Свободи немас там, де нема законів / Н. Петрова // Телекритика. №11-12 (76) листопад-грудень 2010.
 7. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Пер. з нім. А. Орган. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – С. 215.
 8. <http://uk.wikipedia.org>.

In the article the questions of freedom of speech light up in the printing medium of communication – magazine «Telecriticism». The analysis of the articles of authors, which in the publications affected the question of freedom of speech and censorship, is conducted.

Key words: mass media, freedom of speech, saying nothing of facts, information, censorship.

УДК 32.019.5 : 654.19

Н. М. Фурманкевич

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

МАТЕРІАЛИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

У статті розглянуто медіа-тексти, як такі, що формують громадську думку. Досліджено механізми, які завдяки комунікації та спілкуванню перетворюють пасивну громадськість на активну.

Ключові слова: медіа-тексти, засоби масової комунікації, засоби масової інформації, повідомлення, громадська думка.

У ЗМІ ніколи не з'являється «просто інформація» – усе це вплив на свідомість і творення певного образу. Незалежно від того, чи це людина, чи це подія. «Розповсюдження інформації за допомогою масової комунікації є засобом ідеологічного, політичного, економічного впливу на свідомість і діяльність людей. Змістом повідомлень масової комунікації охоплюється весь спектр психологічного впливу в діапазоні від інформування й навчання до переконання й навіювання» [1, с. 101].

Саме завдяки впливові людина приймає рішення, сприймає інформацію та робить відповідні висновки. Відбувається формування громадської думки, на базі якої суспільство вдається до певних заходів.

Громадськість – це ключове й багатопланове поняття комунікативістики, адже для керування нею створюються нові комунікативні технології. У загальноприйнятому плані під громадськістю розуміється будь-яка група людей, що так чи інакше пов’язана з життєздатністю суспільства. Вчені визначають поняття «аудиторія» як синонімом громадськості, але вони пов’язані не лише змістовим значенням, а й багатьма іншими факторами. Повністю порівняти їх можна лише розглядаючи як пасивних одержувачів інформації. Усі пропагандистські та рекламні кампанії, зокрема ті, що проводяться через ЗМІ, спрямовані на те, щоб активізувати пасивну публіку і перетворити її на таку, що живо реагує на будь-які соціально-політичні події та зрушення. Для іміджмейкерів, пропагандистів, рекламистів та журналістів необхідна саме така дієва громадськість.

Відомий американський філософ, представник прагматизму Дж. Дьюї розумів громадськість як активне соціальне утворення, що в певний момент об’єднує всіх тих, хто стикається зі спільною проблемою і може шукати шляхи її розв’язання [2, с. 197]. Група громадськості формується на основі визнання певного зла, яке може завдати шкоди спільному інтересу певного кола людей. Однак, «без спілкування між собою угрупування людей може залишитися позбавленою форми тінню, таким, що похаліво шукає себе, зосереджуючись на фантомах, а не на суті. Грунтуючись на цих міркуваннях, інший американський дослідник Дж. Груніг звернув увагу на механізми, які завдяки комунікації та спілкуванню перетворюють пасивну громадськість на активну, готуючи ґрунт для роботи комунікативних методів. Одними з таких факторів він називає:

1. Усвідомлення обмежень, тобто в якій мірі люди відчувають себе утиснутими під дією зовнішніх чинників та шукають шляхів виходу з конкретної проблемної ситуації, що склалася. Якщо люди вважають, що здатні щось змінити або вплинути на проблемну ситуацію, вони шукатимуть додаткову інформацію для того, щоб скласти план дій.
2. Усвідомлення проблеми, тобто якою мірою люди відчувають зміни в ситуації і тим самим усвідомлюють потребу в інформації.
3. Рівень включеності, тобто якою мірою люди бачать себе втягнутими в проблему та відчувають її вплив на собі. Іншими словами, чим більше вони бачать себе пов’язаними із ситуацією, тим ще більше вони будуть спілкуватися та шукати нової інформації з цього приводу» [4, с. 65-66].