



Ю. В. Нестеряк,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри
інформаційної політики та електронного урядування,
Національна академія державного управління
при Президентові України

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ 2014 Р. В УКРАЇНІ

У статті проведено комплексний аналіз результатів моніторингу засобів масової комунікації щодо якісного інформування виборців та рівного доступу кандидатів до засобів масової комунікації під час президентської та парламентської виборчих кампаній 2014 р. в Україні. Обґрунтовано необхідність підвищення рівня забезпечення незалежності, захищеності та безперешкодної діяльності засобів масової комунікації і журналістів під час виборчого процесу, усунення правових, адміністративних і організаційних перешкод для об'єктивного та якісного висвітлення виборчих процесів.

Відповідні зміни в інформаційному законодавстві України мають найперше стосуватися регулювання права власності на ЗМК для державних службовців, народних депутатів та представників політичних об'єднань, а також більш чіткого (якісного та кількісного) визначення законодавцем вимог до загальних засад інформаційного забезпечення виборчого процесу.

Ключові слова: засоби масової комунікації (ЗМК), професійні стандарти, медіа-моніторинг, виборча кампанія, виборче законодавство.

Yu. V. Nesteryak,

Ph.D, Associate Professor, Department of Information Policy and electronic control, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine

A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF THE MEDIA DURING THE ELECTION CAMPAIGN 2014 IN UKRAINE

The article presents a comprehensive analysis of the monitoring results for quality informing of voters and candidates in there equal access to mass media context during the presidential and parliamentary election campaigns in 2014 in Ukraine. The necessity of improving independence, security and unimpeded activity of the mass media and journalists during the electoral process are justified. The author argues the removal of legal, administrative and institutional obstacles to equitable and quality coverage of electoral processes.

Appropriate changes in the information legislation in Ukraine should first relate to control ownership in mass-media sphere with reference to civil servants, members of Parliament and representatives of political associations.

Key words: mass-media, professional standards, media monitoring, election campaign, election legislation.

Ю. В. Нестеряк,

кандидат филологических наук, доцент кафедры информационной политики и электронного управления, Национальная академия государственного управления при Президенте Украины

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОМУНІКАЦІЇ ВО ВРЕМЯ ІЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ 2014 Г. В УКРАИНЕ

В статье осуществлен комплексный анализ результатов мониторингов средств массовой коммуникации на предмет качественного информирования избирателей и равного доступа кандидатов к СМК во время президентской и парламентской избирательных кампаний 2014 г. в Украине. Обоснована необходимость повышения уровня обеспечения независимости, защищенности и беспрепятственной деятельности средств массовой коммуникации и журналистов во время избирательного процесса, устранение правовых, административных и организационных препятствий для объективного и качественного освещения избирательных процессов.

Соответствующие изменения в информационном законодательстве Украины должны прежде всего касаться регулирования права собственности на СМК для государственных служащих, народных депутатов и представителей политических объединений, а также более четкого (качественного и количественного) определения законодателем требований общих принципов информационного обеспечения избирательного процесса.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации (СМК), профессиональные стандарты, медиа-мониторинг, избирательная кампания, избирательное законодательство.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями полягає у необхідності комплексного аналізу результатів моніторингів національного регулятора і громадських організацій щодо якісного інформування виборців та рівного доступу кандидатів до засобів масової комунікації під час виборчих кампаній 2014 р., а також наукового обґрунтування необхідності підвищення рівня забезпечення незалежності, захищеності та безперешкодної діяльності засобів масової комунікації і журналістів під час виборчого процесу, усунення правових, адміністративних і організаційних перешкод для об'єктивного та якісного висвітлення виборчих процесів.

Аналіз останніх публікацій за проблематикою та виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженню діяльності вітчизняних ЗМК під час виборчих кампаній 2014 р. в Україні, пошуку ефективних і своєчасних заходів та більш чіткого (якісного і кількісного) законодавчого визначення вимог до загальних засад інформаційного забезпечення виборчих процесів в Україні приділяють значну увагу вітчизняні науковці, дослідники та експерти І.Бекешкіна [1], В.Іванов [10], Н.Лігачова [5], О.Чекмишев [11] та багато інших. Власні висновки та результати оприлюднила Міжнародна місія зі спостереження за виборами, створена спільними зусиллями Бюро демократичних інститутів та прав людини ОБСЄ (ОБСЄ/БДПЛ), Парламентської асамблеї ОБСЄ (ПА ОБСЄ), Парламентської асамблеї Ради Європи (ПАРЄ), Європейського парламенту (ЄП) та Парламентської асамблеї НАТО (ПА НАТО) [2]. Разом з тим результати і висновки досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців і експертів потребують комплексного наукового аналізу та узагальнення.

Метою статті є комплексний науковий аналіз результатів моніторингів щодо якісного інформування виборців та рівного доступу кандидатів до засобів масової комунікації під час президентської і парламентської виборчих кампаній 2014 р. в Україні, узагальнення висновків вітчизняних і зарубіжних науковців, дослідників та експертів.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Засоби масової комунікації впродовж виборчих кампаній згідно з чинним законодавством України повідомляють про події, що відбуваються у виборчому процесі, інформують про права виборців, забезпечують свободу політичної дискусії, представляють різноманітні думки та ідеї, забезпечують умови для формування виборцем усвідомленого, поінформованого та вільного вибору. Права та обов'язки ЗМК і журналістів під

час виборів визначені інформаційним та виборчим законодавством України, відповідними постановами Верховної Ради України та Центральної виборчої комісії і застосовуються у всіх випадках, якщо немає умов, визначених спеціальними нормами.

Постановою Верховної Ради України від 13 березня 2014 р. № 875-VII «Про забезпечення безперешкодної діяльності засобів масової інформації у передвиборний період 2014 року» Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення було рекомендовано відмінити графіки перевірок телерадіоорганізацій на період передвиборчої кампанії з виборів Президента України [9, с. 318]. На виконання цієї Постанови голова Національної ради видав наказ про припинення перевірок телерадіоорганізацій на час виборчої кампанії.

Головним інструментом нагляду за дотриманням телерадіоорганізаціями виборчого законодавства стали моніторинги телерадіопрограм, які проводилися Національною радою з 31 березня до 25 травня та із 13 вересня до 26 жовтня 2014 р.; і передбачали цілодобовий аналіз мовлення загальнонаціональних теле- і радіоканалів, українських та іноземних супутникових телеканалів, вибіркового систематичних моніторингів регіональних і місцевих ЗМК. Також до уваги бралися матеріали моніторингів, здійснених громадськими організаціями, до сфери діяльності яких належить спостереження за перебігом виборчого процесу.

У «Звіті про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час виборчої кампанії Президента України 2014 року» Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, зокрема, відзначено рекордну кількість відеороликів соціальної реклами, виготовлених до президентських виборів, із закликом до громадян України виконати свій конституційний обов'язок і прийти на виборчі дільниці 25 травня та зробити вибір на користь одного з кандидатів на пост Президента України [3].

Єдиним спеціальним телевізійним проектом, створеним спеціально для інформаційного забезпечення виборів, був проект «Національні дебати», який транслювався в ефірі Національної телекомпанії України. Особливістю проекту стало те, що участь у них для кандидатів на пост Президента України була безкоштовною. Заявлений формат мав базуватися на принципах рівності можливостей для учасників та заборони передвиборної агітації, тобто на загальних засадах інформаційного забезпечення виборів. «Національні дебати» склалися із 7 перадач, які транслювалися з 9 по 23 травня 2014 р.

Водночас моніторингом Національної ради було зафіксовано, що організація та практична

реалізація теледебатів не повністю відповідала формату, заявленому Національною телекомпанією України та вимогам виборчого законодавства до засад інформаційного забезпечення виборів:

- теледебати транслювалися не тільки в прямому ефірі, як передбачено ч. 7 ст. 62 Закону України «Про вибори Президента України» [7], а також з повтором у запису (6 із 7 передач);

- повторна трансляція теледебатів 20 та 22 травня 2014 р. переривалася на комерційну рекламу, що заборонено ч. 14 ст. 62 цього Закону;

- відсутність чіткої регламентації часу на запитання ведучими та кандидатами створювало умови для виступів кандидатів з перебільшенням регламенту, що суперечить вимогам ч. 9 ст. 62 зазначеного Закону;

- запропонований Національною телекомпанією України формат теледебатів передбачав можливість оцінок та коментарів виступів учасників ведучими дебатів, самовільну зміну структури формату теледебатів (скорочення кількості питань до учасників, позбавлення або скорочення підсумкового слова кандидатів) [3].

Із 23 кандидатів на пост Президента України не скористалися своїм правом на оприлюднення передвиборчої агітації в ефірі Національної телекомпанії України 5 кандидатів. Не скористалися своїм правом на оприлюднення передвиборчої агітації в ефірі Національної радіокомпанії України 12 кандидатів. Недоцільність використання коштів Державного бюджету України та ефірного часу для оприлюднення передвиборчої агітації половини всіх кандидатів, які брали участь у виборчих перегонках, може стати темою обговорення про необхідність більш жорсткого нормативного регулювання витрат державних коштів під час виборчих кампаній.

Президентська виборча кампанія 2014 р. також відзначалася невисокою активністю регіональних і місцевих телерадіоорганізацій усіх форм власності у передвиборчій агітаційній кампанії, незначною кількістю політичної агітації за кошти державного бюджету, а також невеликими обсягами виходу в ефірі політичної реклами та передвиборчої агітації загалом, що пояснюється прагненням учасників виборчих перегонів розміщувати матеріали головним чином на загальнонаціональних телерадіоканалах [3].

Так, місцевим ефіром скористалося менше половини кандидатів на пост Президента України. Передвиборчу агітацію поширювали здебільшого телерадіоорганізації (здебільшого дві-три компанії), які зосереджені в обласних центрах і мають найбільшу територію охоплення (покриття). Політичної реклами й агітації кандидатів на пост

глави держави в ефірі телекомпаній інших міст, віддалених від центру, практично не було. Висвітлення перебігу виборів зводилося значною мірою до розміщення сюжетів у випусках новинах (інформаційний привід – приїзд кандидатів в те чи інше місто України). Головною особливістю мовлення місцевих і регіональних телерадіокомпаній у період з 25 лютого по 25 травня 2014 р. слід відзначити відсутність в ефірі так званого «чорного піару», замовних матеріалів у випусках новин та інших програмах.

Згідно зі «Звітом про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час проведення виборчої кампанії народних депутатів у 2014 році» кампанія з виборів народних депутатів відбувалася в надзвичайних умовах, спричинених військовою агресією проти України [4, с. 3]. Тому висвітлення перебігу виборчих перегонів мало свої особливості як для телерадіоорганізацій, так і для Національної ради, яка на доручення Президента України вживала комплексних заходів для впровадження спеціального інформаційного програмування для сходу України, разом з іншими державними органами провела масштабну роботу для відновлення технічних засобів мовлення розповсюдження сигналу на звільнених від озброєних формувань територіях. Це дало змогу донести необхідну інформацію про вибори до тих регіонів, які найбільше потерпають від впливу російської пропаганди.

Оскільки частина українських виборців через анексію Криму та фактичну війну на східних українських територіях не мали змоги брати участь у волевиявленні, Національна рада звернулася до керівників телерадіоорганізацій з проханням розмістити ролики соціального спрямування, у яких роз'яснювалися способи для забезпечення їхнього права голосу.

Проект «Національні дебати» Національної телекомпанії України було створено спеціально для інформаційного забезпечення виборів. Участь у ньому для представників партій-суб'єктів виборчого процесу була безкоштовною. Заявлений формат передвиборчих дебатів базувався на принципах рівності можливостей для учасників та забороні передвиборчої агітації, тобто на загальних засадах інформаційного забезпечення виборів. З 29 партій у дебатах взяли участь 28, крім Комуністичної партії України [4, с. 8]. Таким чином, українські глядачі змогли ознайомитися з передвиборчими програмами партій та позицією щодо головних напрямів державотворення в Україні. «Національні дебати» транслювалися в ефірі з 13 до 23 жовтня 2014 р., і стали найбільш збалансованим проектом вітчизняного телебачення.

Також до категорії спеціального інформаційного забезпечення виборів можна віднести спільний проект «Радіо «Свобода» та Національної телекомпанії України «Схеми: корупція в деталях», який транслювався з 18 вересня 2014 р., оскільки в ньому надавалася докладна інформація про зареєстрованих кандидатів у депутати та суб'єктів їх висунення.

Загалом національний регулятор виокремлює дев'ять головних типів передач, у яких висвітлювався перебіг виборчого процесу:

- 1) спеціальні передачі;
- 2) випуски новин і підсумкові випуски новин;
- 3) інформаційно-аналітичні передачі;
- 4) політичні ток-шоу;
- 5) соціальні передачі;
- 6) розважальні програми і передачі;
- 7) передачі журналістських розслідувань;
- 8) резонансні події, кримінальна хроніка;
- 9) інше (огляд преси, документальні фільми, міжпрограмні вставки тощо) [4, с. 10].

Під час проведення моніторингу мовлення в період із 13 вересня по 26 жовтня 2014 р. Національна рада зафіксувала недотримання низки вимог виборчого законодавства. За цими фактами Національна рада звернулася до мовників та наголосила на необхідності дотримання норм законодавства у висвітленні перебігу виборчого процесу. Інформація була також надіслана до Центральної виборчої комісії.

Передумовою існування прихованої агітації є нехтування журналістськими стандартами: об'єктивністю, актуальністю, повнотою, точністю інформації; розміщення анонімних сюжетів без інформації про автора сюжету чи кореспондента; відсутність альтернативної думки з порушеного питання, експертної оцінки тощо [4, с. 15].

Найчастіше такі інформаційні повідомлення не мають вираженого суспільного значення, не підтверджені суттєвими інформаційними приводами і мають єдину мету – донести позитивну чи негативну інформацію про суб'єкта виборчого процесу.

В ефірі місцевих та регіональних телерадіоорганізацій під час висвітлення позачергових виборів до Верховної Ради України так само, як і на загальнонаціональних, зафіксовано використання замовних матеріалів.

Під час виборчого процесу регуляторний орган сповіщав Центральну виборчу комісію про виявлені факти порушень окремими телерадіоорганізаціями. Чи було вжито відповідних заходів до компаній-порушників Центральна виборча комісія регуляторний орган не повідомляла. Проте коли до ЦВК надходили скарги щодо порушення ви-

борчого законодавства у діяльності телерадіоорганізацій, то вона пересилала їх для розгляду до Національної ради. Регуляторний орган, у свою чергу, був уповноважений лише звернутися до відповідної телерадіоорганізації з вимогою припинити порушення. Однак не всі телерадіоорганізації брали до уваги ці приписи. Розмитість законодавчих норм та відсутність механізмів координації дій між двома державними органами дають змогу телерадіоорганізаціям уникати відповідальності за допущені порушення під час виборів.

У звіті Національної ради окремо наголошено, що «у регуляторного органу немає достатніх важелів впливу та механізмів застосування санкцій у разі порушень телерадіоорганізаціями виборчого законодавства. Реагування телекомпаній на звернення регулятора щодо усунення порушень було незадовільним і не забезпечувало необхідного дотримання демократичних стандартів» [4, с. 13].

Про необхідність внесення змін до регуляторних актів, які б давали право єдиному державному органу відстежувати і повноцінно забезпечувати дотримання вимог законодавства телерадіоорганізаціями, розглядати скарги, пов'язані з діяльністю ЗМІ, та застосовувати санкції у разі можливих порушень упродовж періоду передвиборчої агітації, наголошували міжнародні медіа-експерти та представники спостережних місій.

Важливим фактором позитивного впливу на забезпечення якісного інформування виборців та свободу вітчизняних засобів масової комунікації під час виборчих кампаній, на нашу думку, стала реалізація моніторингових висвітлень у ЗМК виборчих кампаній Президента України та депутатів Верховної Ради України 2014 р., як незалежна громадська ініціатива у царині свободи інформації та вираження поглядів, підтримана Радою Європи, Європейським Союзом, Національним фондом підтримки демократії (США) та іншими міжнародними організаціями.

Здійснений з 1 березня по 25 травня 2014 р. моніторинг восьми загальнонаціональних та 46 регіональних телеканалів, чотирьох радіостанцій, шести загальнонаціональних та 57 регіональних газет, чотирьох загальнонаціональних та 49 регіональних інтернет-видань на предмет рівності доступу кандидатів до ЗМК, достатності інформації для свідомого вибору та свободи вітчизняних ЗМК під час президентської виборчої кампанії засвідчив, що події в Криму та на Сході країни суттєво впливали на висвітлення позачергових президентських виборів [11, с. 4–7].

Незважаючи на прийняття та підписання в. о. Президента України Закону «Про Суспільне теле-

бачення і радіомовлення України» [8] вже в процесі виборів поява суспільного мовника справила позитивний вплив на характер виборчої кампанії загалом, зокрема, завдяки появі на незалежній інформаційній платформі повноцінних «Національних дебатів» між кандидатами виборчих перегонів. Ще одним позитивним фактором стала очевидна відсутність списку заборонених до ефіру експертів та політиків. У цьому сенсі редакційна політика загальнонаціональних телеканалів стала більш плюралістичною та нейтральною, порівняно з висвітленням попередніх виборчих кампаній.

Радіостанції переважно розповідали про підготовку до виборів, але ігнорували необхідність висвітлення діяльності кандидатів. Національне радіо, незважаючи на пасивність висвітлення виборів, надавало п'ятнадцять хвилин ефіру в позановинний час усім кандидатам.

Друковані ЗМК чи не вперше аналізували не лише електоральний потенціал кандидатів, а й їхні особистості, біографії та виборчі програми. Однак бракувало безпосередньої участі самих кандидатів у виборчій дискусії, яка велася в основному в експертних коментарях.

Стисла в часі виборча кампанія висвітлювалася провідними інтернет-виданнями в основному крізь призму позицій кандидатів до подій у Криму та на Сході країни. Жодне інтернет-видання не аналізувало передвиборчі програми кандидатів. Висвітлення діяльності влади не асоціюється з кандидатами у президенти. Висвітлення виборчої кампанії в регіональних ЗМК було переважно нейтральним, хоча традиційно простежувалися певні регіональні симпатії до окремих кандидатів.

Головні висновки за результатами моніторингу висвітлення президентської виборчої кампанії 2014 р.:

- у кандидатів не було перепон доступу до засобів масової комунікації;
- замовних матеріалів та випадків застосування маніпуляцій було набагато менше, ніж під час попередніх виборчих кампаній;
- попри те, що інформація про діяльність керівників країни значно переважала виборчий контент, представники центральної влади жодного разу не виступили в ролі агітаторів за якогось кандидата;
- незважаючи на симпатії медіа до окремих кандидатів, виборці отримали достатні обсяги інформації про кандидатів, необхідні для свідомого вибору, зокрема, завдяки розширенню кола експертів та організації загальнонаціональних дебатів [11, с. 8].

Моніторинг восьми загальнонаціональних та 45 регіональних телеканалів, шести центральних та 76 регіональних газет, чотирьох загальнонаці-

ональних та 68 регіональних інтернет-сайтів, а також трьох загальнонаціональних радіокомпаній на предмет збалансованого висвітлення у ЗМК позачергових виборів до Верховної Ради України здійснено з 15 вересня по 23 жовтня 2014 р. у рамках синергованих проєктів із медіа-моніторингу, просвіти виборців, підвищення стандартів і якості комунікації для розвитку демократії та зміцнення інформаційного суспільства в Україні за підтримки Ради Європи, Європейського Союзу, Національного фонду підтримки демократії (NED) та посольства США [6]. Основна мета проєкту – інформування громадськості про проведення медіа-моніторингу під час передвиборчої кампанії та ініціювання дискусії щодо об'єктивності та якості висвітлення виборчих перегонів у вітчизняних мас-медіа.

На відміну від попередніх парламентських виборів, основні загальнонаціональні телевізійні канали продовжували плюралістичну політику і не забороняли будь-яким політикам чи експертам представляти свої позиції. Водночас експертами моніторингу було помічено відчутне збільшення кількості позитивних і негативних матеріалів, спрямованих на дискредитацію чи агітацію за кандидатів (залежно від їхніх відносин з власниками телеканалів) [6]. Як і під час парламентської виборчої кампанії 2012 р., відзначено появу оплачених матеріалів (так званої «джинси»), представлених у вигляді новин.

Газети розпочали освіту виборців з метою пояснення їм специфіки виборчого процесу. Серед позитивних тенденцій, наприклад, газета «Сьогодні» аналізувала доступні програми партій та кандидатів на мажоритарних округах. «Дзеркало тижня» провело розслідування щодо окремих представників «Блоку Порошенка». «Комментарии» аналізували списки всіх партій на предмет наявності лобістів у різних сферах та відповідності списків програмним заявам партій. Більшість видань не маркували відомих експертів, радників та громадських діячів як кандидатів у депутати від партій. Проте в останній період моніторингу отождолення посадовців із партіями, від яких вони балотуються, почали з'являтися активніше. Інтернет-видання надавали виборцям широкий спектр політичних поглядів, але, як і газети, явно виказували свої політичні уподобання. Видання не аналізували виборчі програми, а просто реактивно подавали новини про дії кандидатів та урядовців. Великі обсяги оплачених матеріалів продовжували продукувати регіональні ЗМК.

Основні висновки за результатами моніторингу висвітлення парламентської виборчої кампанії 2014 р.:

- у цілому засоби масової комунікації забезпечували виборців різноманітною інформацією про

вибори та різних політичних суб'єктів – учасників виборчих перегонів;

- більшість ЗМК зосередилася на висвітленні діяльності влади (у тому числі – у негативній тональності), чимало представників якої були кандидатами в депутати;

- частина ЗМК достатньо відкрито демонстрували свої політичні симпатії щодо окремих політичних суб'єктів;

- мала місце тенденція, коли представлення політичних суб'єктів у новинах зумовлено не інформаційними причинами, а завдяки замовним матеріалам;

- зафіксовано відчутне збільшення кількості позитивних і негативних матеріалів, спрямованих на дискредитацію чи рекламування кандидатів (залежно від їхніх відносин із власниками ЗМК) [6].

Результати медіа-моніторингу засвідчили, що загалом вибори 2014 р. в медійному дзеркалі мають більш демократичний і збалансований характер, з перевагою нейтрального представлення й одночасним мінімумом негативу чи однозначного позитиву, порівняно з усіма попередніми президентськими та парламентськими виборчими кампаніями.

Про брак незалежності медіа від політичних і корпоративних інтересів, що обмежує неупередженість висвітлення як на національному, так і на регіональному рівнях; про обмежений рекламний ринок та низькі професійні стандарти журналістики, що посилюють практику висвітлення проплачених сюжетів у новинах (так звана «джинса»); і, водночас, про позитивний внесок організацій громадянського суспільства, що здійснювали моніторинг національних та регіональних ЗМК, ідеться й у «Заяві про попередні висновки та результати» Міжнародної місії зі спостереження за виборами [2].

Для ефективнішого здійснення нагляду за дотриманням визначеного законодавством порядку мовлення під час виборчих кампаній і референдумів національний регулятор пропонує розширити його повноваження через внесення змін до чинного законодавства, доповнивши його положенням про те, що контроль за дотриманням вимог виборчих законів в частині участі телерадіоорганізацій здійснює Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення [3]. Під час здійснення такого контролю можуть використовуватися матеріали моніторингу, надані громадськими організаціями, до статутної діяльності яких належать питання виборчого процесу та спостереження за ним, зареєстрованими в установленому законом порядку. Також законодавство має надати регулятору право вживати заходів реагування.

Висновки. Засобам масової комунікації довелося висвітлювати вибори 2014 р. в умовах без-

прецедентної інформаційної війни з боку Росії та брутальної антиукраїнської пропаганди; захоплень сепаратистами студій регіональних телекомпаній, передавачів ефірного мовлення, вимкнень загальноукраїнських телеканалів. Події на Південному Сході країни вплинули на висвітлення виборів, посунувши тему виборчих кампаній на другий план. При цьому кандидати представляли не стільки тези своїх програм, скільки висловлювали своє ставлення та пропозиції щодо вирішення кризи.

Зважаючи на згадані специфічні обставини ведення кампаній, провідні вітчизняні ЗМК, зокрема центральні телеканали, намагалися надавати виборцям більше зрозумілої інформації, необхідної для свідомого вибору, ніж це було у 2010 та 2012 р., зокрема, за рахунок розширення кола експертів, яких вони запрошували.

Водночас медіа-експертами не зафіксовано застосування адмінресурсу, що, на нашу думку, також зумовлено подіями в країні та недоцільністю в таких умовах намагатися привласнити позитивні новини. Отже, представники різних політичних сил в уряді радше не намагалися пов'язувати свою діяльність із політичною партією, оскільки нерегульованість ситуації в країні могла слугувати антипаром для них. Відчутно менше, порівняно з попередніми кампаніями, зафіксовано прикладів маніпуляцій та застосування медіа-ефектів.

Найбільше зловживання – багато повідомлень, що мають ознаки замовних. Одна з характерних ознак – дрібний, суспільно неважливий інформаційний привід та беззмстовні коментарі. Окремі мас-медіа відверто демонстрували свої симпатії щодо тих чи інших політичних гравців. Це пов'язано з тим, що редакційна політика вітчизняних ЗМК, як і раніше, визначається інтересами власників, а не інтересами читачів і глядачів.

Моніторинги національного регулятора діяльності телерадіоорганізацій України під час виборчих процесів укотре засвідчили необхідність більш чіткого (якісного та кількісного) визначення законодавцем вимог щодо загальних засад інформаційного забезпечення виборчого процесу. Без наявності чітких критеріїв «неупередженості», «збалансованості», «повноти» та інших понять оцінка висвітлення виборчого процесу перетворюється в оцінку методик, за допомогою яких вимірюється інформаційна діяльність телерадіоорганізацій.

Відсутність законодавчого визначення поняття «джинса» чи «матеріали на замовлення» та відповідальності за їх поширення унеможливило застосування відповідного реагування на подібні дії телерадіоорганізацій з боку Національної ради чи будь-якого іншого державного органу. І якщо

поширення негативної або недостовірної інформації зазвичай стає предметом судових позовів від суб'єктів виборчого процесу до телерадіокомпаній, то механізмів впливу на поширення позитивної інформації (можливо, оплаченої з інших джерел, ніж виборчі фонди кандидатів), яка містить очевидні ознаки «джинси», не вироблено.

Водночас засоби масової комунікації під час виборчих кампаній, на наше переконання, мають бути активнішими у створенні нових форматів матеріалів, пов'язаних з виборами та їх загальним висвітленням, з тим, щоб краще сприяти обміну думками, проведенню публічних дебатів, журналістських розслідувань та експертних коментарів, пропонувати громадськості максимально широкий спектр інформації для найбільш повного аналізу якісного рівня кандидатів.

На основі аналізу результатів моніторингів, звітів, офіційних заяв та рекомендацій вітчизня-

них і міжнародних спостережних організацій можна прогнозувати потенційні законодавчі зміни виборчої системи напередодні місцевих виборів восени 2015 р., а також конституційні зміни щодо децентралізації системи місцевого самоврядування, які можуть внести суттєві корективи у формування місцевої влади в Україні.

Зміни в інформаційному законодавстві України можуть стати темою **подальших наукових досліджень**, які, на наш погляд, мають найперше стосуватися регулювання права власності на ЗМК для державних службовців, народних депутатів та представників політичних об'єднань; а також підвищення рівня забезпечення незалежності, захищеності та безперешкодної діяльності засобів масової комунікації та журналістів під час виборчого процесу, усунення правових, адміністративних і організаційних перешкод для об'єктивного та якісного висвітлення виборчих процесів.

Список використаних джерел

1. Бекешкіна пояснила, чому у «Свободи» дані екзит-полу були вищими за результати виборів [Електронний ресурс] / Вибори та ЗМІ. – Режим доступу : <http://vybory.mediasapiens.ua/2014/10/28/>
2. Заява про попередні висновки та результати [Електронний ресурс] / Міжнародна місія зі спостереження за виборами. – Режим доступу : <http://www.osce.org/uk/odihr/elections/ukraine/126045?download=true>
3. Звіт про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час виборчої кампанії Президента України 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : nrada.gov.ua/userfiles/file/2014/.../zvit.doc
4. Звіт про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час проведення виборчої кампанії народних депутатів у 2014 році / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. – К., 2014. – 28 с.
5. Лігачова Н. Вибори показали, що ні ЗМІ, ні політики не гідні Майдану [Електронний ресурс] / Наталія Лігачова // Вибори та ЗМІ. – Режим доступу : <http://vybory.mediasapiens.ua/2014/10/27/nataliya-lyhacheva-vybory-pokazaly-scho-ni-zmi-ni-polityky-ne-hidni-majdanu/>
6. Парламентські вибори 2014 – Україна [Електронний ресурс] : Попередній звіт за результатами моніторингу. – Режим доступу : http://prostir-monitor.org/foto/mtree/2014/10/Ukr_October-report_24_10.pdf
7. Про вибори Президента України / Верховна Рада України [Електронний ресурс] : Закон України від 5 берез. 1999 р. № 474-XIV. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/474-14>
8. Про Суспільне телебачення і радіомовлення України Верховна Рада України [Електронний ресурс] : Закон

References

1. Bekeshkina poyasnyla, chomu u «Svobody» dani ekzyt-polu byly vyshchymy za rezul'taty vyboriv / Vybory ta ZMI [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://vybory.mediasapiens.ua/2014/10/28/> [Elections and the Media].
2. Zayava pro poperedni vysnovky ta rezul'taty / Mizhnarodna misiya zi sposterezhennya za vyboramy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ostse.org/uk/odihr/eletstions/ukraine/126045?download=true> [The statement on the preliminary conclusions and results / The mission of International of Election Monitoring].
3. Zvit pro dotrymannya teleradioorhanizatsiyamy vyznachenoho zakonodavstvom poryadku movlennya pid chas vyborchoyi kampaniyi Prezydenta Ukrayiny 2014 roku [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: nrada.gov.ua/userfiles/file/2014/.../zvit.dots [Report of the compliance with legislation defined broadcasters broadcasting during the presidential campaign in Ukraine in 2014].
4. Zvit pro dotrymannya teleradioorhanizatsiyamy vyznachenoho zakonodavstvom poryadku movlennya pid chas provedennya vyborchoyi kampaniyi narodnykh deputativ u 2014 rotsi / Natsional'na rada Ukrayiny z pytan' telebachennya i radiomovlennya. – K., 2014. – 28 s. [Report on the compliance with legislation defined broadcasters broadcasting during the election campaign National Deputies in 2014].
5. Lihachova N. Vybory pokazaly, shcho ni ZMI, ni polityky ne hidni Maydanu / Nataliya Lihachova // Vybory ta ZMI [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://vybory.mediasapiens.ua/2014/10/27/nataliya-lyhacheva-vybory-pokazaly-scho-ni-zmi-ni-polityky-ne-hidni-majdanu/> [The elections showed that neither the press nor the politicians do not deserve of Maidan].
6. Parlament-s'ki vybory 2014 – Ukrayina / Poperedniy zvit za rezul'tatamy monitorynhu [Elektronnyy resurs]. –

- від 17 квіт. 2014 р. № 1227-VII. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1227-18>
9. Про забезпечення безперешкодної діяльності засобів масової інформації у передвиборний період 2014 року : Постанова Верховної Ради України // Відом. Верхов. Ради України. – 2014. – № 14. – С. 318.
 10. Теленовини демонструють рекордно низькі стандарти. Моніторинг АУП [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/monitoring-archive/2006-04-11/6833?theme_page=10&
 11. Чекмишев О. Фінальний звіт за результатами моніторингу президентської кампанії в загальнонаціональних та регіональних медіа / Олександр Чекмишев // Моніторинг якісного інформування та рівного доступу. – К., 2014. – 44 с.
- Rezhym dostupu: http://prostir-monitor.org/foto/mtree/2014/10/Ukr_Otstober-report_24_10.pdf [Parliamentary elections 2014 - Ukraine / Preliminary Report on the results of monitoring].
 7. Pro vybory Prezydenta Ukrainy / Verkhovna Rada Ukrainy : Zakon vid 05.03.1999 # 474-XIV [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/474-14> [Presidential Election Ukraine / Verkhovna Rada of Ukraine: The Law of Ukraine].
 8. Pro Suspil'ne telebachennya i radiomovlennya Ukrainy Verkhovna Rada Ukrainy : Zakon vid 17.04.2014 # 1227-VII [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1227-18> [On Public Television and Radio Broadcasting of Ukraine].
 9. Pro zabezpechennya bezpereshkodnoyi diyal'nosti zasobiv masovoyi informatsiyi u peredybornyy period 2014 roku // Postanova Verkhovnoyi Rady Ukrainy. – Vidomosti Verkhovnoyi Rady (VVR), # 14. – К., 2014. – С. 318 [About providing unimpeded activity of the mass media in the pre-election period in 2014].
 10. Telenovyny demonstruyut' rekordno nyz'ki standarty. Monitorynh AUP / Telekrytyka [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.telekritika.ua/monitoring-archive/2006-04-11/6833?theme_page=10& [TV news demonstrate the record low standards].
 11. Chekmyshev O. Final'nyy zvit za rezul'tatamy monitorynhu prezident-s'koyi kampaniyi v zahal'nonatsional'nykh ta rehional'nykh media / Oleksandr Chekmyshev // Monitorynh yakisnoho informuvannya ta rivnoho dostupu. – К., 2014. – 44 s. [Final report on the monitoring of the presidential campaign in national and regional media].