

Контроль над СМИ в Грузии как основной способ удержания власти (2020 г.)

Научный руководитель – Комлева Валентина Вячеславовна

Абазов Димитри

Аспирант

Российский университет дружбы народов, Факультет гуманитарных и социальных наук,
Москва, Россия

E-mail: dimitriabazov@gmail.com

Важность сохранения и эффективного контроля над СМИ всегда оставалась в повестке любой политической власти и системы. В своей работе Кристофер Уокер и Роберт Ортунг [1] отмечают, что за исключением крайне строгих режимов, современные авторитарные режимы не стремятся полностью подчинить себе СМИ. Их цель — эффективный контроль над средствами массовой информации. Для достижения этой цели наряду с различными ограничительными механизмами используются государственные СМИ. Информационное пространство фактически контролируется как явно государственными, так и связанными с режимом СМИ, которые косвенно финансово зависят от него, обеспечивая доминирование правительственной риторики в информационном пространстве.

В исследовании Кордунеану-Хучи и Гамильтона [2] авторы объясняют, почему недемократические режимы (за исключением крайних случаев) не прилагают усилий для полного контроля над средствами массовой информации. Согласно исследованию, основным фактором, определяющим действия или бездействие государственных цензоров, является расчет затрат и выгод. Среди них — политическая «цена», то есть ущерб, который наносят попытки цензуры на местном уровне — с точки зрения электоральных процедур, и на глобальном уровне — с точки зрения легитимности. Помимо этого, существенными факторами являются масштаб и значимость самого средства массовой информации, в отношении которого предполагается введение цензуры. Платформы, охватывающие большую аудиторию, с большей вероятностью подвергаются жестким формам цензуры, чем медиа, доступные более узкому сегменту рынка. Авторы исследования отмечают, что цензоры, основываясь на расчете затрат и выгод, пытаются найти баланс и точно определить, представляет ли работа конкретного СМИ большую угрозу действующему режиму.

Невзирая на динамичное развитие интернет-пространства и возрастающую популярность социальных сетей, телевидение остаётся значимым объектом внимания правительств различных стран. В странах, находящихся на переходном этапе развития, существуют государственные телеканалы, основной задачей которых является продвижение политической программы действующего правительства. Более того, в подобных режимах общественные вещатели подвергаются той или иной степени цензуры, несмотря на гарантии их независимости, закреплённые законодательством.

Для достижения эффективного контроля над СМИ важную роль играют финансовые манипуляции. В частности, правительства переходных режимов (в особенности страны постсоветского пространства) прибегают к различным финансовым уловкам, чтобы усилить правительственные СМИ и ослабить критически настроенные СМИ. Например, это избирательная закупка рекламы государством, когда все бюджетные средства, выделяемые на рекламу, идут в лояльные правительству СМИ. Избирательные подходы распространяются на списание финансовых долгов избранным СМИ и даже на их субсидирование [3]. Подобные примеры можно найти во многих странах мира, и Грузия не является исключением.

Согласно проведенному исследованию, во время парламентских выборов 2020 года правящая партия в основном "рекламировалась" через проправительственные СМИ (Имеди, Рустави 2, Пост ТВ). Оппозиция же - в оппозиционных телеканалах (Мтавари Архи, ТВ Пирвели, Формула). На парламентских выборах 2020 года правящая партия «Грузинская мечта» разместила 54% своей платной политической рекламы на «Имеди Холдинг» и 28% на «Рустави 2». Кроме того, правящая партия разместила на государственном телеканале «Пост ТВ» политическую рекламу стоимостью 259 тыс. лари. «Национальное движение» потратило 88% своего рекламного бюджета на «Мтавари архи» и 10% на «ТВ Пирвели» [4].

По данным опроса общественного мнения, проведенного в 2021 году, для 53% населения Грузии телевидение оставалось важнейшим источником информации о текущих событиях в стране. Далее следуют социальные сети (21%) и интернет без социальных сетей (18%) [5]. Соответственно, главным объектом эффективного контроля над СМИ в Грузии во время парламентских выборов 2020 года оставалось телевидение. Стоит отметить и тот факт, что ни один из основных грузинских телеканалов (освещающих новости и политику) не является прибыльным. Их доходы от вещания не превышают их расходы, что делает их еще более уязвимыми для внешнего контроля [6].

Параллельно с этим в последнее десятилетие с приходом во власть «Грузинской мечты» был принят ряд законодательных актов, которые в значительной степени затронули телерадиовещателей и ослабили их редакционную независимость и финансовую устойчивость (финансовая устойчивость грузинских СМИ с момента обретения независимости находится в подвешенном состоянии и во многом зависит от властных элит и их «предпочтений»). В частности, были ужесточены правила размещения коммерческой рекламы в вещательных компаниях; реклама азартных игр, одного из важнейших источников дохода телеканалов, была запрещена и т.д.

В Грузии с момента обретения независимости идет попытка эффективного контроля над СМИ. Это подразумевает не полное подчинение СМИ, а скорее их избирательный контроль. Для этого очень часто прибегают к захвату рынка СМИ, когда основная часть частных СМИ находится в руках элит, «дружественных» правящей власти. В таком случае на рынке присутствуют относительно небольшие независимые/критические медиа, существование которых создает впечатление плюрализма СМИ в стране. В действительности в информационном пространстве доминировала и продолжает доминировать правительственная риторика. Для сохранения такой ситуации «Грузинская мечта», как и предыдущие власти (контролировавшие СМИ во многом силовыми методами) прибегала к различным финансовым уловкам для поощрения избранных ими СМИ (это наглядно проявилось в ходе Парламентских выборов 2020гг). В достижении эффективного контроля над СМИ решающую роль играют проправительственные СМИ. Их цель - постоянно убеждать лояльные режиму элиты в стабильности действующего правительства, одновременно с этим вселяя страх перемен, пассивность и нигилизм в более широкую аудиторию и оставляя значительную часть граждан вне политики.

Источники и литература

- 1) Walker, C., Orttung, R. W. Breaking the News: The Role of State-Run Media // Journal of Democracy. 2014, Vol. 25. p. 71- 85.
- 2) Corduneanu-Huci, C., Hamilton, A. Selective Control: The Political Economy of Censorship // Political Communication, 2022, Vol. 39, No. 4. p. 517–538.
- 3) Dragomir, M. Control the money, control the media: How government uses funding to keep media in line // Journalism, 2017, Vol. 19. No. 8. p. 1131-1148.

- 4) In which televisions have parties placed political advertisements during the 2016-2020 elections. Transparency International. 2021. URL: <https://transparency.ge/en/post/which-televisions-have-parties-placed-political-advertisements-during-2016-2020-elections>
- 5) Caucasus Barometer 2021 Georgia. INFSOU1: Main sources of information for receiving news about Georgia's current events?. URL: <https://caucasusbarometer.org/en/cb2021ge/INFSOU1/>
- 6) Annual TV Advertising Market Report – 2022. Transparency International. 2023. URL: <https://transparency.ge/en/post/annual-tv-advertising-market-report-2022>