

Н.А. Лиховід,
слухач ХарPI НАДУ

ДОСВІД КРАЇН-ЧЛЕНІВ ЄВРОСОЮЗУ ЩОДО ГРОМАДСЬКОГО МОВЛЕННЯ

Розглянуто ситуацію та проблеми стосовно впровадження в Україні громадського мовлення як фактора забезпечення незалежних засобів масової інформації.

Ключові слова: громадське мовлення, незалежні засоби масової інформації.

Головним будівельним матеріалом для громадської думки є інформація, а основними каналами її формування й вираження – засоби масової інформації (ЗМІ).

ЗМІ в демократичному суспільстві відіграють вирішальну роль на всіх етапах формування громадської думки. Тож сьогодні необхідно відокремити засоби масової інформації, які, безперечно, є ”четвертою владою”, від усіх інших гілок влади. І тут може допомогти досвід тих держав, які на законодавчому рівні регулюють свій інформаційний ринок.

Неухильне забезпечення принципів свободи слова, висловлення поглядів, безперешкодного доступу громадян до інформації, політичного плюралізму, недопущення будь-яких рецидивів політичної цензури та перешкоджання професійній діяльності журналістів – пріоритетні напрями сучасної інформаційної політики держави.

Сьогодні є всі можливості щодо входження суб’єктів інформаційного простору України до світової системи інформаційного обігу та створення конкурентоспроможного національного інформаційного продукту.

Для досягнення цього забезпечується: оптимізація державного управління інформаційною сферою в контексті європейських демократичних стандартів, недопущення концентрації та монополізму національних суб’єктів інформаційного простору, створення громадського (суспільного) мовлення як невід’ємної складової існування громадянського суспільства, реалізація програми реформування засобів масової інформації та створення

відповідної законодавчої бази з урахуванням дотримання прав та соціальних гарантій працівників інформаційної сфери, створення законодавчої бази в частині встановлення відповідальності за намагання здійснення протизаконного контролю, встановлення цензури у ЗМІ, сприяння впровадженню у діяльність засобів масової інформації принципів системи саморегуляції та прозорості редакційної політики; забезпечення ефективного захисту інтелектуальної власності та авторських прав.

За висновками експертів міжнародної правозахисної організації “Репортери без кордонів”, сьогодні Україна посідає 92 місце із 169 за ступенем свободи преси. У рейтингу за 2007 р., розміщеному на офіційному сайті організації, Україна поділяє 92 місце з африканською державою Малаві, повідомляє “Інтерфакс-Україна”. Торік Україна за ступенем свободи преси у світі посіла 105 місце.

Незалежність засобів масової інформації та плюралізм є життєво необхідними для демократії з огляду на їх надзвичайно важливу роль у гарантуванні вільного вираження думок та ідей, а також у сприянні ефективній участі людей у демократичних процесах. Представлення широкому загалу різноманітних поглядів (у контексті демократичних процесів), а також потреба справжніх і жвавих політичних дебатів з питань суспільного інтересу, котрі допомагають людям бути краще або повніше інформованими в контексті їхньої демократичної участі нагадує про вирішальну роль ЗМІ в досягненні цих цілей та у функціонуванні демократичного та дієвого громадянського суспільства.

Стан свободи слова в Україні може розглядатися як проблема стратегічного вибору України, складова інтеграції до європейських та євроатлантичних структур. Адже це вимагає приведення рівня забезпечення свободи слова в Україні до стандартів провідних країн Європи, в яких саме рівень свободи слова є одним із головних критеріїв розвиненості демократії, громадянського суспільства, правової держави.

Саме реформування ЗМІ має на меті створення системи засобів масової інформації, що об'єктивно відображатимуть суспільні події та явища з урахуванням різних точок зору, обмеження адміністративного впливу органів влади на діяльність засобів масової інформації, забезпечення реалізації конституційного права на вільне висловлювання поглядів і переконань, а також створення такого інформаційного продукту, який би задовольняв інформаційні потреби якомога більшої кількості суспільних груп.

Усе це визначає важливість реформування медійного сектора і впровадження європейських стандартів роботи мас-медіа.

Загальні проблеми державної політики України у сфері діяльності засобів масової інформації досліджуються у роботах О. Гриценко, О. Литвиненка, Г. Почепцова, С. Чукут, І. Слісаренка, І. Арістової та ін.

Метою даної статті є аналіз тенденцій та проблем впровадження в Україні громадського мовлення як фактора реалізації державної політики щодо забезпечення незалежності українських засобів масової інформації та вивчення досвіду інших країн з цього питання.

У Декларації Ciscorn Regional з регіонального громадського мовлення в Європі зазначено, що громадське мовлення, збалансоване за змістом, є найкращим методом боротьби проти надмірної концентрації засобів масової інформації в одних руках [5].

У більшості провідних країн світу, де принципи демократії з політичних проєктів перетворилися на політичну реальність, поширеною формою системи національного мовлення стало громадське телерадіомовлення. Така форма мовлення визнана одним зі стандартів демократичного розвитку.

Вивчення міжнародного досвіду дозволяє полегшити пошук шляхів вирішення цієї проблеми в Україні. Розглянемо декілька виразних прикладів [6].

Яким чином організовано суспільне мовлення в окремих країнах Євросоюзу, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Організація суспільного (громадського) мовлення в окремих країнах
Євросоюзу

<i>Країна</i>	<i>Організація мовлення</i>
1	2
Болгарія	Суспільне мовлення здійснюється Болгарським національним радіо та Болгарським національним телебаченням. Болгарське національне радіо здійснює мовлення на двох загальнонаціональних каналах мовлення ("Горизонт" і "Христо Ботев"). У структуру суспільного радіомовлення входять 5 регіональних радіоцентрів (регіональне суспільне радіомовлення – Радіо Варна, Радіо Пловдив, Радіо Стара-Загора, Радіо Шумен, Радіо Благоевград), мовлення яких поширюється на відповідні міста та прилеглі території. На загальнонаціональних каналах радіомовлення мовлення здійснюється цілодобово, на регіональних – протягом 18 годин. Болгарське національне телебачення здійснює загальнонаціональне мовлення на Каналі 1 (цілодобово). Супутникове мовлення на територію інших країн здійснює "Болгарія ТБ" (12 годин мовлення на добу). Як і в Болгарському національному радіо, у структурі Болгарського національного телебачення окремо виділяється регіональне суспільне мовлення, яке репрезентують 4 регіональних телецентри (у містах Варна, Пловдив, Благоевград, Русе), кожен з яких здійснює мовлення протягом 3 год. 50 хв. на добу.
Естонія	Суспільне мовлення здійснюється двома окремими компаніями – Естонським телебаченням та Естонським радіо. У 2004 р. відповідно до "Стратегії розвитку національної телерадіокомпанії Естонії на 2005–2008 роки" розпочався процес злиття двох компаній. Естонське телебачення здійснює мовлення на одному загальнонаціональному каналі мовлення, тоді як Естонське радіо – на 4 загальнонаціональних каналах – Vikerradio (основний контент: пізнавальні програми, ток-шоу, випуски новин), Raadio 2 (основний контент – музичні програми, інтерактивні дискусії зі слухачами, власні випуски новин), Klassikaraadio (національна класична музика, джаз, симфонічні концерти, культурні програми), Radio 4 (канал, який забезпечує потреби національних меншин – основний контент – пізнавальні, культурні, музичні програми).
Польща	Суспільне телевізійне мовлення здійснюється акціонерним товариством "Телебачення Польщі" на 5 каналах телебачення: TVP 1 і TVP 2, TVP 3 (мовлення здійснюється через 12 регіональних філій АТ "Телебачення Польщі" в Белостоку, Бидгощі, Гданську, Катовіце, Кракові, Любліні, Лодзі, Познані, Жешуві, Щецині, Вроцлаві і Варшаві), TV Polonia та каналі "Культура" (супутникове мовлення на територію інших держав; доступ до програм каналу в межах Польщі забезпечується кабельними мережами). Суспільне радіомовлення здійснюється акціонерним товариством "Польське радіо" та регіональними компаніями суспільного мовлення. Основний контент каналу TVP 1 – випуски новин, теледебати та документальне кіно (близько третини всього обсягу мовлення). Контент TVP 2 – переважно розважальні та музичні програми (хоча, як і на TVP 1, частка випусків новин, документальних фільмів та політичних дебатів також є високою – близько 20 % ефіру). Контент TVP 3 та TV Polonia – програми класичної музики, телевізійна драма, релігійні програми та новини (на TVP 3 випускам новин відведено близько третини ефірного мовлення), політичні дебати (частка яких на обох каналах вдвічі перевищує

<i>Країна</i>	<i>Організація мовлення</i>
1	2
	частку ефіру для теледебатів на перших двох каналах суспільного мовлення). Також, на відміну від перших двох каналів мовлення, TVP 3 та TV Polonia є менш «комерціалізованими» – частка реклами в ефірі на цих каналах майже у 20 разів менша за частку реклами в ефірі TVP 1 та TVP 2.
Франція	Суспільне мовлення здійснюється декількома компаніями – <i>Французьким телебаченням</i> (створено у 2000 р. на підставі Закону про свободу комунікацій; здійснює мовлення на трьох каналах – France 2, France 3, France 5; до складу Французького телебачення входить також Radio France Outremer, яка здійснює суспільне телевізійне та радіомовлення в заморських департаментах Франції), Французьким радіо (мовлення здійснюється через декілька мереж та радіостанцій – Radio France (програми для широкого загалу), Radio Info (новини), France Musique (класична музика), France Cultur (культурні програми), Radio Bleue (програми для громадян похилого віку), музичні радіостанції в окремих містах, приміром, в Парижі), <i>RFI</i> (<i>Французьке радіо</i> – Міжнародне – охоплює покриття території за межами Франції, переважно – країни Африки), ARTE (компанія створена на підставі франко-німецького договору від 2.10.1990 р., має особливу систему управління, яка формується урядами Франції та Німеччини, та фінансується з коштів бюджетів Франції та Німеччини; мовлення здійснюється на каналі France 5 виключно в період між 19-00 та 3-00; основний контент – високоякісні культурні програми, документальне кіно та ток-шоу). У системі суспільного мовлення окреме місце посідає Національний аудіовізуальний інститут (здійснює управління телевізійними та радіо архівами, забезпечує доступ до відповідних архівів науковців, студентів тощо). У 2000-2001 рр. зі складу системи суспільного мовлення вийшли дві компанії – Societe francaise de production (основна спеціалізація – створення високобюджетних програм та обладнання) та Telediffusion de France (основний профіль діяльності – забезпечення передачі телевізійного та радіосигналу).

Практично в усіх країнах ЄС на законодавчому рівні закріплено таку процедуру формування керівних органів управління, яка сприяє посиленню незалежності суспільного мовлення від стороннього, зокрема – політичного – впливу (табл. 2). До таких механізмів, належать, наприклад, паритетний принцип формування рад організацій мовлення з числа представників парламентської більшості та опозиції, включення до складу вищих органів управління не лише політиків, але і незалежних експертів, закріплення повноважень з формування вищого керівного органу суспільного мовлення за національним органом регулювання телебачення і радіомовлення (який у багатьох країнах сам по собі є незалежним), встановлення вичерпного кола підстав дострокового припинення повноважень членів органів управління

суспільним мовленням, затвердження складу вищого органу управління суспільним мовленням кваліфікованою (а не простою) більшістю голосів членів парламенту (Італія), обмеження кількості строків перебування на керівних посадах в організаціях мовлення тощо [5].

Таблиця 2

Особливості формування керівних органів суспільного мовлення в окремих країнах ЄС

<i>Країна</i>	<i>Особливості формування керівних органів суспільного мовлення в окремих країнах ЄС</i>
1	2
Болгарія	<p>1. Органи управління: Генеральний директор, Рада.</p> <p>2. Процедура формування: Рада Болгарського національного телебачення (радіо) складається з 5 членів, які призначаються на посади Радою з питань ЗМІ за поданням Генерального директора Болгарського національного телебачення (радіо) строком на 3 роки. Повноваження члена Ради можуть бути припинені достроково за поданням Генерального директора; рішення про дострокове припинення повноважень члена Ради приймає Радою з питань ЗМІ. Одна й та ж сама особа може обиратись на посаду члена Ради не більше двох разів. Генеральний директор призначається на посаду Радою з питань ЗМІ строком на 3 роки. Кандидат на цю посаду повинен мати п'ятирічний досвід роботи у сферах відповідно радіомовлення або телебачення, може бути звільнений з посади достроково з тих самих підстав, що і члени Ради з питань ЗМІ (неможливість виконання обов'язків протягом 6 місяців, порушення вимог щодо несумісності, засудження до відбування покарання у вигляді позбавлення волі, смерть, заява про відставку), а також у разі грубого порушення законодавства.</p>
Естонія	<p>1. Органи управління: Рада з питань телерадіомовлення, Правління, Голова Ради з питань телерадіомовлення.</p> <p>2. Процедура формування: Рада з питань телерадіомовлення є вищим керівним та контрольним органом Естонського Радіо та телебачення, який складається з 9 членів, 5 з яких призначаються парламентом за поданням парламентського Комітету з питань культури з-поміж членів парламенту (з дотриманням принципу пропорційного представництва) на строк повноважень парламенту, 4 – з-поміж спеціалістів у сфері телебачення і радіомовлення строком на 5 років. Підставами дострокового припинення повноважень члена Ради є: звільнення з посади за власним бажанням, смерть; звільнення з посади рішенням парламенту за пропозицією парламентського Комітету з питань культури; набуття законної сили обвинувальним вироком суду; порушення вимог щодо несумісності посади з іншими видами діяльності; постійна неможливість виконання обов'язків. Голова та заступник Голови Ради з питань телерадіомовлення обираються на посади Радою з числа її членів на 4 роки; їх повноваження можуть бути припинені достроково рішенням більшості членів Ради. До Голови Ради і його заступника ставляться ті ж самі вимоги щодо несумісності, що і до інших членів Ради. Правління Естонського телебачення (радіо) здійснює</p>

Країна	Особливості формування керівних органів суспільного мовлення в окремих країнах ЄС
1	2
	<p>безпосереднє управління відповідно Естонським телебаченням та радіо. Склад Правління – 5 членів, які призначаються на посади Радою з питань телерадіомовлення. Строк повноважень визначається контрактом. Підставами дострокового припинення повноважень є: висловлення недовіри 2/3 голосів членів Ради; виникнення підстав для дострокового припинення повноважень, визначених у трудових договорах з членами Правління; набуття законної сили обвинувальним вироком суду.</p>
Польща	<p>1. Керівні органи: Президент Виконавчої ради, Виконавча рада, Наглядова рада, Програмна рада, в 12 регіональних філіях «Телебачення Польщі» – Директори відповідних філій та Програмні ради</p> <p>2. Процедура формування: Наглядова рада складається з 5 – 9 членів, які призначаються на посади Нацрадою з питань телебачення і радіомовлення (за винятком одного члена, який призначається на посаду Міністром фінансів) строком на 3 роки. Виконавча рада складається з 1 – 5 членів, які призначаються на посади Наглядовою радою (2/3 голосів за умови присутності не менше 3/4 членів) строком на 4 роки. Підставами дострокового припинення повноважень члена Виконавчої ради є відкликання його Наглядовою радою у разі вчинення ним серйозних порушень, про що приймається рішення 2/3 голосів членів Наглядової ради за умови присутності на засіданні Ради 3/4 її складу. Програмна рада складається з 15 членів, які призначаються на посади Нарадою за поданнями представлених у парламенті фракцій, а також з числа осіб, які мають досвід роботи і практичні досягнення у галузі культури і мас-медіа. Строк повноважень Програмної ради – 4 роки. Директори регіональних філій «Телебачення Польщі» призначаються на посади Наглядовою радою за поданням Виконавчої ради. У регіонах Програмні ради 12 філій АТ „Телебачення Польщі” є консультативно-дорадчими органами при Директорах філій. Польське законодавство не містить положень, які б запобігали виникненню конфлікту інтересів між діяльністю на керівних посадах в суспільному мовленні та іншими видами діяльності.</p>
Франція	<p>1. Керівні органи: Адміністративна рада</p> <p>2. Процедура формування: Склад Адміністративної ради – 14 членів, які призначаються на посади строком на 5 років. 2 члени Адміністративної Ради призначають відповідно Національна асамблея та Сенат, 5 – Уряд (члени Адміністративної Ради, призначені на посади Урядом, з числа державних службовців), 5 – Вища рада з питань телерадіомовлення (з яких один має представляти неурядові організації, один – Французькі заморські території та департаменти, один – кіноіндустрію), 2 – трудовий колектив організації суспільного мовлення</p>

Запобігання виникненню конфлікту інтересів між службовою діяльністю в організації суспільного мовлення та іншими видами діяльності (зокрема – в комерційних телерадіокомпаніях) є одним із засобів посилення незалежності суспільного мовлення від політичного та економічного впливу третіх осіб.

У багатьох членів Євросоюзу законодавство не передбачає будь-яких обмежень щодо сумісності посади члена керівного органу організації суспільного мовлення з іншими видами діяльності. Зазвичай у цих країнах проблема конфлікту інтересів вирішується або шляхом саморегулювання або ж з урахуванням відповідних традицій. Натомість більшість країн Східної Європи врахувала відповідні рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи 1996 р. [8] та закріпила у своєму законодавстві широкий перелік вимог щодо несумісності посад в органах управління суспільним мовленням з іншими видами діяльності. Найбільш "жорсткі" вимоги до членів керівних органів суспільного мовлення закріплено законодавством Словенії, Угорщини та Чехії.

З метою зменшення політичної залежності суспільного мовлення від парламенту і уряду, які формують і впроваджують бюджетну політику, в багатьох країнах, які практикують державне фінансування суспільного мовлення, на законодавчому рівні впроваджено низку механізмів, спрямованих на гарантування фінансової незалежності суспільного мовлення. Так, у Латвії на рівні закону передбачено, що бюджет радіо та телебачення на наступний рік не може бути меншим за бюджет попереднього року; відповідальним за складання проектів бюджетів суспільного мовлення є не Міністерство фінансів Латвії, а ради відповідних компаній суспільного мовлення та Національна рада з питань радіомовлення і телебачення. Варто також відзначити, що в багатьох країнах Євросоюзу практикується середньострокове планування видатків на забезпечення функціонування суспільного мовлення – організації суспільного мовлення визначають стратегію власної діяльності на декілька років, механізми її реалізації та обсяги щорічного фінансування, які є обов'язковими для врахування парламентом в процесі опрацювання законопроектів про державний бюджет на наступний рік. У більшості країн ЄС, в яких застосовується модель бюджетного фінансування суспільного мовлення видатки на фінансування

суспільного мовлення визначаються окремим рядком державного бюджету (табл. 3).

Таблиця 3

Структура бюджетів суспільних мовників в країнах ЄС

<i>Країна</i>	<i>Структура і джерела доходів</i>
1	2
Болгарія	<p>Структура бюджету: дані відсутні.</p> <p>Джерела фінансування: 1) кошти державного фонду підтримки ЗМІ (Фонд "Радіо та телебачення"); 2) кошти Державного бюджету; 3) надходження від реклами та спонсорської підтримки виробництва програм; 4) доходи від інших видів господарської діяльності; 5) благодійні пожертвування. Кошти Державного бюджету, що виділяються суспільному мовленню, мають цільовий характер – за рахунок цих коштів може бути профінансовано лише створення та розповсюдження загальнонаціональних та регіональних програм та капітальні витрати. Надходження від розміщення реклами на каналах суспільного мовлення є невисокими з огляду на те, що для суспільних мовників встановлено нижчі, ніж для приватних мовників, квоти на рекламу: загальна тривалість реклами на суспільному телебаченні не може перевищувати 15 хвилин на добу та 4 хвилини на годину, на суспільному радіомовленні – 6 хвилини на годину без обмежень добової квоти.</p>
Польща	<p>Структура бюджету: абонентська плата – 31,9 %, реклама – 56,3 %, інші джерела – 11,8 %. Низький розмір надходжень від абонентської плати пояснюється насамперед тим, що її сплачують лише близько 50 % домогосподарств. Втрати від неплатежів певною мірою компенсує високий розмір абонентської плати – майже 50 євро (за співвідношенням абонентської плати до середнього доходу Польща посідає 4 місце в Європі).</p> <p>Джерела фінансування: 1) абонентська плата, пеня за несвоєчасну сплату абонентської плати, штрафи за використання незареєстрованих телевізійних та радіоприймачів; 2) реклама і спонсорство; 3) доходи від використання об'єктів інтелектуальної власності; 4) кошти Державного бюджету; 5) інші джерела.</p>
Франція	<p>Структура бюджету: 1) абонентська плата – від 100 % на ARTE France та INA до 72 % на France Televisions, 2) доходи від реклами – 20,6 %, 3) інші доходи – 20,8 % (станом на 1 січня 2006 року)</p> <p>Джерела фінансування: 1) абонентська плата; 2) доходи від власної господарської діяльності (у тому числі від реклами і спонсорської підтримки виробництва програм.)</p>
Естонія	<p>Структура бюджету: Радіо – 1) кошти Державного бюджету – 94 %, 2) доходи від надання послуг – 4,7%, 3) доходи з інших джерел – 1,3 % (станом на 31.12.2005 р.); Естонське телебачення – 1) кошти Державного бюджету – 93 % (з яких близько 15 % – надходження від абонентської плати), 2) доходи від надання послуг та доходи з інших джерел – 7 % (доходи від організації публічних заходів, безповоротна фінансова допомога тощо) (станом на 2004 р.).</p> <p>Джерела фінансування: 1) кошти Державного бюджету; 2) благодійні пожертвування та кошти, які надаються на фінансування спеціальних проектів; 3) доходи, отримані від організації публічних заходів; 4) доходи, отримані від виробництва та розповсюдження фонограм. Реклама на радіо та телебаченні заборонена; ст. 29-1 Закону "Про телебачення і радіомовлення" також забороняє виробництво і розповсюдження програм суспільного мовлення за рахунок спонсорської підтримки. Щорічний обсяг бюджетного фінансування суспільного мовлення в Естонії визначається планами розвитку радіо та телебачення, які затверджуються парламентом строком на 3 роки.</p>

<i>Країна</i>	<i>Структура і джерела доходів</i>
<i>1</i>	<i>2</i>
Німеччина	Джерела фінансування: 1) абонентська плата; 2) доходи від реклами і спонсорства; 3) власні доходи, у тому числі – від виробництва та розповсюдження програм. Телеторгівля заборонена взагалі, реклама і спонсорство – обмежені. Трансляція програм, створених за підтримки спонсорів дозволяється після 20-00, трансляція реклами дозволяється лише на провідних каналах ARD та ZDF, відповідно – Першому каналі та ZDF з понеділка по суботу; загальна тривалість не може перевищувати 20 хвилин на день. Основним джерелом фінансування є абонентська плата. Забезпечення фінансових потреб суспільного мовлення покладається на спеціально створену Комісію з оцінки фінансових потреб суспільних мовників (орган, сформований урядами земель з 16 незалежних експертів, кожен з яких представляє одну федеральну землю, та 5 представників рахункових палат земель; строк повноважень членів Комісії – 5 років). Кожні два роки ARD і ZDF подають на розгляд Комісії пропозиції щодо перегляду обсягу фінансування, Комісія – проводить їх оцінку на предмет обґрунтованості, і за результатами розгляду може подати пропозиції стосовно підвищення розміру абонентської плати на наступні 2 роки. Відповідні пропозиції мають бути підтримані урядами всіх земель і ландтагами, після чого затверджуються на федеральному рівні.
Чехія	Структура бюджету: 1) абонентська плата – 58,6 %, 2) доходи від реклами – 20,6 %, 3) інші доходи – 20,8 % (станом на 1 січня 2006 р.) Джерела фінансування: 1) абонентська плата; 2) доходи від власної господарської діяльності (від реклами і спонсорської підтримки)

З метою забезпечення різноманітності контенту та контролю за виконанням покладених на суспільне мовлення цілей і завдань, у низці країн ЄС на законодавчому рівні закріплено механізми представництва у вищих органах управління суспільним мовленням інтересів різних соціальних.

Такий підхід сприяє не лише підвищенню рівня незалежності суспільного мовлення, але і виконанню суспільним мовленням завдань з надання ”універсальних послуг [9]”.

Із вищевикладеного можна зробити такі висновки.

– Політика ЄС стосовно суспільного мовлення здійснюється у двох основних напрямках – створення спільного для всього Євросоюзу ринку виробництва і розповсюдження програм мовлення та забезпечення конкурентних умов на ринку для всіх мовників, незалежно від механізмів фінансування їхньої діяльності. Натомість Рада Європи приділяє основну увагу забезпеченню незалежності суспільного мовлення від впливу з боку держави;

– основоположні стандарти забезпечення незалежності суспільного мовлення визначено у Рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи №10(96) щодо гарантій незалежності суспільного мовлення, які, як показує проведений аналіз, знайшли відображення у законодавстві багатьох нових членів ЄС.

– у переважній більшості країн ЄС організації суспільного мовлення мають особливий статус. Питання про структуру системи суспільного мовлення в різних країнах ЄС вирішується по-різному – в одних випадках суспільне телевізійне та радіомовлення здійснює одна компанія, в інших – декілька (найчастіше – одна компанія телебачення і одна компанія радіомовлення). Неоднозначно вирішується і питання про горизонтальну структуру системи суспільного мовлення – в одних країнах регіональні суспільні мовники інтегровані в єдину компанію, але в ряді країн регіональні станції мовлення є окремими компаніями. Вибір тієї чи іншої моделі організації суспільного мовлення найчастіше диктується економічними вигодами, отриманими від злиття компаній;

– практично в усіх країнах ЄС на законодавчому рівні закріплено таку процедуру формування керівних органів управління, яка сприяє посиленню незалежності суспільного мовлення від стороннього, зокрема – політичного – впливу. Більшість країн Східної Європи врахувала рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи 1996 р. та закріпила у своєму законодавстві широкий перелік вимог щодо несумісності посад в органах управління суспільним мовленням з іншими видами діяльності;

– основним і традиційним джерелом фінансування суспільного мовлення в країнах ЄС, яке значною мірою забезпечує фінансову автономію суспільного мовлення від держави, є надходження від абонентської плати.

Інститут суспільного мовлення – один із найбільш ефективних механізмів забезпечення свободи слова, невід’ємний атрибут демократичного суспільства.

Основними цілями цього суспільного інституту є забезпечення свободи слова, обмеження прямого впливу держави на діяльність ЗМІ, забезпечення доступу різних суспільних груп до каналів масової комунікації та представлення їхніх інтересів в інформаційному просторі в умовах ринкової економіки та комерціалізації ЗМІ.

Тема громадського мовлення в Україні – об’єктивна реальність з точки зору природних процесів розвитку ЗМІ, гармонізації взаємин між засобами масової інформації та суспільством.

В Україні назріла необхідність створення суспільно-громадських засобів масової інформації, які б залежали тільки від громади і були об’єктивними у висвітленні проблем державотворення.

Список використаних джерел:

1. Закон України “Про інформацію” від 2 жовтня 1992 р. //Українське законодавство : Засоби масової інформації. – К. : IREX Про Медіа, 2002. – С. 55.
2. Закон України “Про телебачення та радіомовлення” від 21 грудня 1993 р. // Там само. – С. 95.
3. Закон України “Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України” від 18 липня 1997 р. // Там само. – С. 288.
4. Свобода висловлювань в Україні – 2003. Огляд повідомлень про конфлікти в інформаційній сфері України у 2003 році : у 2 т. – Т. 1. / Харківська правозахисна група ; [О. Б. Агеев]. – Х. : Фоліо, 2004. – 312 с.
5. *Бецко Г.* Роль громадського мовлення у демократичних суспільствах / *Г. Бецко.* – Режим доступу : <http://mediareform.com.ua/>
6. *Яковець А. В.* Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / *А. В. Яковець.* – К. : Вид. дім “Київо-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.
7. Правове регулювання суспільного мовлення: стандарти ЄС, Ради Європи та досвід країн-членів Євросоюзу, Підготовлено Інститутом прикладних правових досліджень “Право” в рамках проекту “Розробка пропозицій щодо адаптації інформаційного права України до вимога права ЄС”, Київ – 2007. – Режим доступу : <http://telekritika.kiev.ua/>
8. Рекомендація Rec(2007) Комітету Міністрів Ради Європи державам–членам щодо плюралізму засобів масової інформації та розмаїття медіа контенту (Ухвалено Комітетом Міністрів Ради Європи 31 січня 2007 р. на 985–ому засіданні заступників міністрів). – Режим доступу : <http://telekritika.kiev.ua/>.
9. Правове регулювання суспільного мовлення: стандарти ЄС, Ради Європи та досвід країн-членів Євросоюзу. Підготовлено Інститутом прикладних правових досліджень “Право” в рамках проекту “Розробка пропозицій щодо адаптації інформаційного права України до вимога права ЄС”, Київ – 2007. – Режим доступу : <http://telekritika.kiev.ua/>.

Likhovid N.A. European Community experience of public broadcasting systems.

This article intends to analyze the problems and to determine the tasks of public

broadcasting system as a factor of national policy to provide independent mass-media Ukraine.

Key words: public broadcasting system, independent mass-media.

Лиховид Н.А. Опыт стран-членов Евросоюза по внедрению общественного вещания.

Рассмотрены вопросы проблемы внедрения в Украине общественного вещания как фактора, который обеспечивает независимость средств массовой информации.

Ключевые слова: общественное вещание, независимые средства массовой информации.