

УДК 340.1

О.І. КОВАЛЬЧУК, Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого

СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ПАРАДИГМІ «ТРЕТЬОЇ ХВИЛІ»: ПОРІВНЯЛЬНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Ключові слова: суспільне мовлення, інформаційне суспільство, третя хвиля, нові соціальні медіа

Становлення та розвиток громадянського суспільства в Україні потребує застосування його найефективніших інструментів за для забезпечення відкритості та демократичності взаємодії політичної влади і громадян. Звертаючись до позитивних здобутків зарубіжних держав у цій сфері, варто виділити концепцію суспільного мовлення, як ефективного посередника між громадянським суспільством та державою. Тому метою статті є дослідження особливостей суспільного мовлення.

Ідея суспільного телебачення вийшла з терен радіомовлення, коли у 1930-і роки перший генеральний директор BBC Джон Рейт чітко сформулював філософію суспільного мовлення: 1) корпорація повинна існувати на гроші аудиторії, оскільки абонентна плата рятує її від комерційних інтересів (пошуків реклами) і урядових субсидій (тиску влади); 2) корпорація обслуговує всіх і кожного, не догоджаючи більшості, оскільки більшість ніколи не висловиться за серйозні передачі; 3) корпорація постійно вдосконалює свій продукт, пропонуючи змішану програму, щоб інформувати, просвіщати та розважати на різних рівнях; 4) корпорація повинна стати потужною монополією, здатною протистояти будь-якому тиску комерційних і політичних інтересів [1, с.41]. Як було зазначено, спочатку програми BBC виходили тільки на радіочастотах, а з 1932 року розпочались спроби проведення регулярних телевізійних передач. У 1939 році із початком Другої світової війни

діяльність BBC була припинена та відновлена тільки із припиненням воєнних дій. В цілому ж період з кінця 40-х по 70-і роки XX ст. можна назвати розквітом суспільного мовлення, коли воно поширилося практично на всі західноєвропейські країни: Північну і Південну Америку, ряд азіатських країн та Австралію.

Так, у післявоєнній ФРН суспільне телебачення сформувалося у 1950 роках і одержало назву суспільно-правового. У Франції телебачення створювалося на тлі гострої політичної боротьби у ході «травневої революції» 1968 року і може бути прикладом державно-суспільного мовлення. Післявоєнна Японія, вивчивши ситуацію у світі та досвід закордонного телебачення, дійшла висновку, що кращою формою зі всіх існуючих є суспільно-державна. Американська модель суспільного мовлення – це культурно-просвітницьке мовлення, у той час як у Європі суспільними телерадіокомпаніями іменуються створені державою структури, досить автономні від уряду [2, с.93]. Тобто, сама концепція суспільного мовлення, залежно від національної специфіки, була започаткована у різних формах – від «чистого» суспільного мовлення, яке споконвічно діє в умовах конкуренції з комерційними (BBC у Англії) до суспільно-державного (France Television у Франції) або публічно-правового (ARD і ZDF у Німеччині) або культурно-просвітницького (PBS у США) [3, с.332].

Необхідно відзначити, що у законодавстві зарубіжних країн на сьогоднішній день єдиного офіційного визначення поняття «суспільне мовлення» не існує. Адже кожна країна вкладає у нього свій оригінальний набір принципів та характеристик. Так, на думку І.В. Григор'євої, з юридичної точки зору, прийнятий у міжнародних організаціях і професійному середовищі, переклад тлумачення терміну «public service broadcasting» як «служби суспільного мовлення», представляється неточним. Більше прийнятним є термін «публічний», що означає «загальнодоступний». Друге значення слова «публічний» – зв'язок з інститутами державної влади. Мова йде про допустимість

участі держави у діяльності ЗМІ тільки у специфічній юридичній формі, тобто у формі публічної служби, що накладає на державу максимальні обмеження. Тобто під словом «суспільний» розуміється не належність до громадських організацій або протиставлення державі, а доступність всім членам суспільства та служіння суспільству в цілому [4]. Н.С. Орешкіна вважає, що під суспільним телебаченням варто розуміти некомерційний інститут, який перебуває у суспільній або державній власності, відповідальний за виконання ряду суспільних функцій, покладених на нього державою або іншим інститутом регулювання діяльності телевізійного мовлення у країні, за допомогою мовлення на одному або декількох телевізійних каналах [5, с.11].

Вітчизняний законодавець, розуміючи важливість даного питання, з метою всебічного задоволення потреб суспільства у оперативній об'єктивній інформації, забезпечення плюралістичного характеру мовлення, закріпив у ст.1 Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» від 18.07.1997 р. (далі – Закон) поняття суспільного телерадіомовлення як телерадіоорганізації зі статусом єдиної загальнонаціональної неподільної і неприбуткової системи масової комунікації, яка є об'єктом права власності Українського народу і діє згідно з єдиною програмною концепцією [6]. Як бачимо, термінологічна конструкція, представлена у Законі, відповідає як загальним засадам організації суспільного телебачення, окресленим ще Джоном Рейтом, так і науковому розумінню у якості загальнонаціонального механізму реалізації громадянських інформаційних потреб.

Варто відзначити, що цим Законом встановлюється також основні принципи формування наглядових та керівних органів суспільного мовлення, ліцензування його діяльності, а також джерела фінансування. До них Закон відносить абонентську плату, державне замовлення, проведення кампаній зі збирання коштів, видання спеціалізованих газет і журна-

лів, поширення власних аудіо- і відеозаписів, продажу власної теле- і радіо продукції (ст.7). Крім того, у перехідних положеннях міститься, що у період створення та у перший рік функціонування суспільне телерадіомовлення фінансується з державного бюджету [6]. Невдовзі, 21.11.1997 р., Верховна Рада України прийняла Постанову «Про створення телерадіоорганізації суспільного мовлення України», яка включала у себе також «Програмну концепцію Суспільного телерадіомовлення». У ній висувається низка принципових положень – «заборона на монополізацію керівництва», «фінансова незалежність... від певних суб'єктів державної влади, підприємств, установ і об'єднань громадян», «пріоритет в одержанні найбільше технічно досконалих і економічно стійких національних каналів та мереж» [7].

В Україні за цей час було створено декілька проектів суспільного мовлення. У грудні 2006 року Національна комісія з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі при Президентові України затвердила принципи впровадження стандартів суспільного мовлення в Україні. Відповідно до цього рішення система суспільного мовлення повинна бути створена на основі державного телебачення (НТКУ), тобто, передбачається фактична ліквідація державного мовлення та його заміна на суспільне. Передбачається також формування колегіального органу управління на каналі суспільного мовлення, у створенні якого буде приймати участь Президент України, Верховна Рада України та громадські організації. При цьому вказується, що механізм фінансування суспільного мовлення повинен гарантувати його незалежність [8, с.79]. На сьогоднішній день ці проекти не були реалізовані. Натомість, 3.07.2013 р., Верховна Рада України прийняла за основу проект Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» [9]. Даний законопроект містить положення щодо створення Національної суспільної телерадіокомпанії України (далі – НСТУ), котра має

бути юридичною особою публічного права. Передбачається, що Суспільне телебачення і Суспільне радіо мають стати її структурними підрозділами, кожен із яких здійснюватиме мовлення на двох загальнонаціональних теле- та радіоканалах: суспільно-політичному та культурно-освітньому. Своєю чергою, у проєкті не йдеться про створення НСТУ на базі нинішніх державних мовників [10].

Варто зауважити, що до поки в Україні здійснюється тільки становлення системи суспільного телебачення, сучасні дослідники масових комунікацій відзначають початок процесу диференціації телебачення, включаючи збільшення числа спеціалізованих телеканалів і зростання тематичного різноманіття програм, що відповідає різноманітності смаків і перевагам телеглядачів. Як вказує Г.П. Бакулев, ці зміни пророкував Е. Тоффлер у книзі «Третя хвиля». На відміну від характерних для «другої хвилі» процесів масовізації, стандартизації та централізації, на «третьої хвилі», яка руйнує основи цивілізації «другої хвилі», розвиваються зворотні процеси, включаючи демасовізацію суспільної свідомості [11, с.132].

Так, Е. Тоффлер відзначає, що із середини 50-х років промислове виробництво отримало нові риси. У безлічі сфер технології зросло розмаїття типів техніки, зразків товарів, видів послуг. Усе більшого дроблення одержує спеціалізація праці. Розширюються організаційні форми управління. На думку Е. Тоффлера, означене призвело до надзвичайної дрібності показників, що й обумовило появу інформатики. Американський дослідник прагне описати суспільство майбутнього як повернення до доіндустріальної цивілізації на новій технологічній базі. Розглядаючи історію людства як безперервний хвильовий рух, Е. Тоффлер аналізує специфіку майбутнього світу, економічним кістяком котрого стануть, на його думку, електроніка та комп'ютери, космічне виробництво, використання глибин океану та біоіндустрія [12]. Це і є «третья хвиля», яка завершує аграрну («перша хвиля») та промислову («друга хвиля») революції.

У цьому сенсі Е. Тоффлер констатує, що в індустріальному суспільстві у засобах масової інформації, у тому числі і телебаченні, – всюди можна виявити основні засади фабричного виробництва. Адже всі вони штампують однаково повідомлення для мільйонів мізків, так само як фабрика виготовляє той самий товар, щоб він використовувався у мільйонів будинків. Стандартизовані, масово вироблені «факти», близнюки стандартизованих, масово виготовлених продуктів, надходять від нечисленних фабрик зі створення образів та символів до мільйонів споживачів. Без цієї великої та потужної системи інформації, яка передається різними каналами, індустріальна цивілізація не змогла б оформитися та надійно функціонувати. Як пише дослідник, «згодом засоби масової інформації самі перетворилися на величезний гучномовець. Їх енергія передавалась регіональними, етнічними, племінними каналами, стандартизуючи образи, які існують у суспільстві» [12].

Натомість, як стверджує Е. Тоффлер, «третья хвиля» розпочала зовсім нову епоху не масових засобів інформації. Поряд з новою технологією з'являється нова інфосфера, яка буде мати далекоглядні наслідки у всіх сферах життя, включаючи нашу свідомість. Усе суспільство рухається у бік розмаїття, привнесеного «третьою хвилею», нові засоби інформації відбивають і прискорюють цей процес. У майбутньому телебачення дасть початок «індівідео» – мовленню у вузькому діапазоні, яке передає візуальні образи, адресовані одній людині [12]. На сьогодні означені прогнози проявились у контексті використання можливостей мережі Інтернет, поява якої дала змогу стерти інформаційні бар'єри та кордони у спілкуванні, обміні та доступі до інформації. Інформація є доступною, як ніколи, та сприяє поглибленню інтеграційних процесів у сфері інформаційного обміну.

Отже, інформаційна парадигма світу «третьої хвилі» – це поняття, за яким можна побачити якісно нову теоретичну модель соціуму, більшість членів якого займаються створен-

ням, поширенням, збиранням, зберіганням, обробкою, переданням чи обміном інформації. У цьому контексті у сфері суспільного телебачення повинні розпочатись визначальні трансформації, пов'язані із переходом від загального обслуговування аудіовізуальною інформацією всього суспільства одночасно до цифрового посередництва між конкретним індивідом та інформацією про події та цінності громадянського суспільства.

Означений напрямок розвитку визначається і на міжнародному політико-правовому рівні. Як відзначається в Окінавській хартії глобального інформаційного суспільства, прийнятої лідерами країн «вісімки» 22.06.2000 р. (далі – Хартія), «інформаційно-комунікаційні технології є одним з найбільш важливих факторів, які впливають на формування суспільства XXI століття, оскільки їхній революційний вплив стосується способу життя людей, їхньої освіти і роботи, а також системи зв'язків між державою та громадянським суспільством. Інформаційно-комунікаційні технології швидко стають життєво важливим стимулом розвитку світової економіки. Вони також дають змогу приватним особам, фірмам та спільнотам, які займаються господарською діяльністю, більш ефективно і творчо вирішувати економічні та соціальні проблеми. Нові інформаційно-комунікаційні технології визначають зміст соціальної трансформації, що полягає у нових можливостях людини і суспільства використовувати знання та ідеї. Інформаційне суспільство, як ми його уявляємо, дає змогу людям ширше використовувати свій потенціал та реалізовувати свої прагнення» [13].

Окрім того, у змісті Хартії конкретно визначено основні цілі, які ставить перед собою людство для побудови глобального інформаційного суспільства. Зокрема, вказано про необхідність служіння інформаційно-комунікаційних технологій досягненню взаємодоповнюючих цілей забезпечення стійкого економічного розвитку, підвищення суспільного благополуччя, стимулюванню соціальної згоди та повної реалізації їх потенціалу у галузі укріплення демократії,

транспарентного та відповідального управління, прав людини, розвитку культурної багатоманітності та укріплення міжнародного миру і стабільності [13]. У Хартії також зазначається, що досягнення окреслених у ній цілей потребуватиме розробки ефективних національних та міжнародних стратегій.

На виконання означеного напрямку світового розвитку у 2000 році Україна підписала Меморандум про взаєморозуміння між Генеральним Директоратом з питань Інформаційного суспільства Європейської Комісії і Державним комітетом зв'язку та інформатизації України щодо розвитку Інформаційного суспільства. Головною метою підписаного документа стало налагодження взаєморозуміння та розширення співробітництва між Україною та Європейським Союзом у сфері інформаційного суспільства з метою пришвидшення надання послуг в Україні. Меморандум взаєморозуміння дозволяє покращити співробітництво у галузі стратегії, співробітництво у розробці спільного законодавства та створення умов для ринкової економіки у сфері послуг Інформаційного суспільства [14].

Звісна річ, Україні, для своєчасного входження до світової інформаційної спільноти, потрібно віднайти сучасне бачення суспільного мовлення у сенсі наведених тенденцій парадигми «третьої хвилі», для якої характерна поява «нових соціальних медіа».

Термін «нові медіа» походить від латинського *medium* – щось середнє, серединне, таке, що займає проміжне положення, середину, центр. У різних мовах слово *medium* означає «засіб», «посередник», «середовище» тощо. Так, Маршал Маклюен часто замість «медіа» використовував поняття «засіб комунікації» [15, с.13], а Пітирим Сорокін – термін «провідник» [16, с.33]. Більшість сучасних науковців погоджуються з думкою, що медіа – це сукупність технологічних засобів і прийомів, які слугують передачі інформаційного повідомлення в тому чи іншому вигляді конкретному користувачеві [17]. Отже, медіа – це засоби здійснення комунікації між різними

групами, індивідами і (або) доставки будь-яких змістовних продуктів аудиторії.

Таким чином, традиційне суспільне мовлення, як показали результати дослідження, на сучасному етапі розвитку людства не може ефективно впоратись зі своїми завданнями з забезпечення населення об'єктивною інформацією. Тому суспільне мовлення в інформаційній парадигмі світу «третьої хвилі» має трансформуватись на цифровій основі та можливостях мережі Інтернет. У цьому сенсі означені перебудови мають відбуватись виключно на правовій основі. Звідси, доцільним є розробка Закону України «Про суспільні електронні медіа», що буди дуже актуальним до інформаційних потреб сучасного суспільства. Це буде сприяти активізації громадської думки, розвитку демократії та політичного плюралізму та виходу суспільного мовлення на якісно новий рівень повноцінного засобу масової інформації в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Голядкин Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения / Н.А. Голядкин. – М. : Аспект-Пресс, 2011. – 192 с.
2. Борецкий Р. А. Беседы об истории телевидения / Р. А. Борецкий. – М. : МГУ, 2011. – 180 с.
3. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Вартанова. – М. : МГУ, 2009. – 335 с.
4. Григорьева И. В. Адаптация службы общественного вещания в новомедийной среде / И. В. Григорьева // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2010. – № 14. – С. 34–44.
5. Орешкина Н. Е. Общественное телевидение в информационном обществе: британская модель : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук / Н. Е. Орешкина. – М., 2005. – 21 с.
6. Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» : від 18.07.1997 р. // ВВР України. 1997, – № 45. – Ст. 284.
7. Постанова Верховна Рада України «Про створення телерадіоорганізації Суспільного мовлення України» : від 21.11.1997 р., № 667/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/667/97-%D0%B2%D1%80>.
8. Здіорук С. І. Суспільне мовлення: український варіант / С. І. Здіорук, С. Л. Гнатюк // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 4 (9). – С. 77–84.
9. Постанова Верховної Ради України «Про прийняття за основу проекту Закону України про Суспільне телебачення і радіомовлення України» : від 3.07.2013 р., № 384-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/384-18>.
10. Проект Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» : від 12.12.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=1076&skl=8.
11. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 176 с.
12. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. – Москва : АСТ, 2004. – 781 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://usic.at/upload/ba089e58759a7c7fb8a542b0d1cc71f7150698a6/toffler%20-%203rd%20wave.pdf>.
13. Окинавская хартия глобального информационного общества : от 22.07.2000 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/998_163.
14. Меморандум про взаєморозуміння між Генеральним Директоратом з питань Інформаційного суспільства Європейської Комісії та Державним комітетом зв'язку та інформатизації України щодо розвитку Інформаційного суспільства // Офіційний вісник України. – 2003. – № 47. – Ст. 2492.
15. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. – М. : КАНОНПресс, 2003. – 464 с.

16. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академ. проект, 2005. – 448 с.
17. Маштаков А. Что такое «new media»? / А. Маштаков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://blog.mashtakov.com/2008/10/new_cmedia.html.

Ковальчук О. І. Суспільне мовлення в інформаційній парадигмі «третьої хвилі»: порівняльно-правовий аспект / О. І. Ковальчук // Форум права. – 2014. – № 1. – С. 248–253 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP_index.htm_2014_1_44.pdf

Здійснено тлумачення поняття «суспільне мовлення». Розглянуто трансформаційні процеси у сфері засобів масової інформації у контексті парадигми світу «третьої хвилі». Проаналізовано місце суспільного мовлення та зміну його ролі у інформаційному суспільстві. Зроблено висновок про появу нових суспільних електронних медіа. Обґрунтовується необхідність і виноситься пропозиція щодо розробки і прийняття нового закону України «Про суспільні електронні медіа».

Ковальчук О.І. Общественное вещание в информационной парадигме «третьей волны»: сравнительно-правовой аспект

Осуществлено толкование понятия «общественное вещание». Рассмотрены трансформационные процессы в сфере средств массовой информации в парадигме мира «третьей волны». Проанализировано место общественного вещания и изменение его роли в информационном обществе. Сделан вывод о появлении новых общественных электронных медиа. Обоснована необходимость принятия Закона Украины «Об общественных электронных медиа».

Kovalchuk O.I. Public Broadcasting in the Information Paradigm «Third Wave»: A Comparative Legal Aspect

The article is devoted to the interpretation of the term «public broadcasting». It's considered the transformation processes in the media world because of the «third wave» paradigm. The place of public broadcasting and changing of its role in the information society are noticed. The author made a conclusion about the emergence of new public electronic media. The author proposed an adoption of the Law of Ukraine «On public electronic media».

Форум ПП