

Т. О. Чепурняк,
канд. філол. наук

УДК 007: 659.3 (477)

Суспільне мовлення та процес його запровадження в Україні

У статті висвітлено особливості суспільного мовлення (завдання, ознаки), його значення для українського народу. Автором відзначено, що такий тип мовлення забезпечує відображення всіх точок зору, які побутують у суспільстві, гарантує неупереджене якісне інформування населення про події й явища дійсності, оскільки не залежить від впливу економічного чи політичного характеру. Він діє в інтересах суспільства, пропонуючи фільми та якісний спектр програм, включаючи освітні, культурологічні, дитячі. Суспільство на томість фінансує та контролює його програмну політику.

Простежено специфіку використання вітчизняними фахівцями медіагалузі термінів на позначення цього типу мовлення і виявлено, що найчастіше послуговуються терміном «суспільне мовлення». Детально досліджено процес запровадження суспільного мовлення в Україні через огляд законів, законопроектів. Частково окреслено медійні заходи, що сприяють створенню і популяризації суспільного мовлення.

Ключові слова: суспільне мовлення, закон, запровадження, термін, завдання.

Вступ. станім часом у медійному просторі неодноразово почали порушувати питання створення впливової та успішної системи суспільного мовлення, яка б виявилася конкурентоспроможною щодо комерційних ЗМІ. Хоч варто відзначити: дискусії з приводу шляхів його запровадження не припиняються вже багато років. На відміну від України суспільне мовлення в Європі розглядається як загальноприйняте явище, адже саме тут сформувалися його стандарти, а також у США, Канаді, в деяких країнах Азії.

Приватні телерадіоорганізації повністю залежні від власника, часто є транслятором його політичних переконань, державні ж відстоюють інтереси влади, використовуються нею як засоби пропаганди та маніпулювання думкою громадськості. Об'єктивне, неупереджене та плюралістичне викладення інформації спроможна реалізувати абсолютно інша модель, в якій простежується зворотний зв'язок із суспільством та налагоджується взаємовигідний соціокультурний діалог, що сприяє змінам. На думку С. Здіюрука і С. Гнатюка, «в ідеалі суспільне телерадіомовлення повинно слугувати інтересам переважної більшості громадян і насамперед задовольняти потребу соціуму у власному віртуальному форумі, загально-суспільному комунікативно-інформаційному майданчику» [1, с. 78]. Наразі в умовах, які склалися в Україні, воно здатне консолідувати населення, оскільки спрямоване на всі його групи, незалежно від майнового, вікового, релігійного статусу, регіону проживання, належності до статі, беручи до уваги потреби меншин і будучи виразником ментальності та культури нації. Тому важливо усвідомити місію суспільного мовлення та важливість його запровадження в Україні найближчим часом, що і визначає актуальність теми дослідження.

Вивченню суспільного мовлення присвячена низка праць і публікацій. Різні його аспекти

досліджувала його І. Кирич: уніфікувала використання терміна «громадське мовлення» [2], висвітлила проблемні питання законотворення в цій сфері (1997–2011 рр.) та запропонувала свої варіанти їх вирішення [3], розкрила суть функціонування такого типу мовлення в сучасних медіасистемах, дійшовши висновку, що ефективна його діяльність залежить від політичної, економічної та соціальної ситуації у країні [4]. Вивченням організації суспільного мовлення, проблем та перспектив його створення в Україні займалися Г. Бецко [5], О. Большакова [6], С. Здіюрук і С. Гнатюк [1], В. Іванов [6; 7], І. Клименко та Р. Павленко [8], Н. Лиховід [9], О. Приходько [10], О. Хаб'юк [11], Т. Шевченко [7], які у своїх розвідках зверталися до міжнародного досвіду, послуговуючись стандартами Ради Європи, висуваючи свої пропозиції щодо впровадження цього типу мовлення. Заслужують на увагу також змістовні статті О. Войтка, опубліковані на сайті «Європейська обсерваторія журналістики», в яких дослідник порівнював основні положення урядового та опозиційного законопроектів щодо створення розглядуваного типу медіа [12], з'ясував ризики нового закону про суспільне мовлення через аналіз «найбільш контроверсійних положень документу» [13], висвітлив діяльність під час Революції гідності інтернет-медіа, проектів, які заявляли про роботу за принципами суспільного мовлення [14]. Незважаючи на постійний інтерес, який викликає до себе цей тип мовлення, деякі аспекти порушеної проблеми потребують детальнішого розгляду, враховуючи зміни на законодавчому рівні.

Отже, *мета* статті – висвітлити сутність суспільного мовлення та простежити шляхи його запровадження в Україні.

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати такі *завдання*:



- розкрити завдання суспільного мовлення, визначити його ознаки;
- простежити специфіку використання термінів вітчизняними фахівцями медіагалузі на позначення цього типу мовлення;
- розглянути і проаналізувати процес запровадження суспільного мовлення в Україні;
- окреслити заходи медіа, які спрямовані на популяризацію ідеї суспільного мовлення, на його запровадження в Україні.

Методи дослідження. За допомогою описового методу висвітлено завдання суспільного мовлення. Аналіз та узагальнення використано при визначенні ознак, розгляді термінів на його позначення. Історичним методом послуговуємося, щоб простежити історію запровадження суспільного мовлення в Україні.

Результати й обговорення. Суспільне мовлення визнане одним зі стандартів демократичного розвитку, оскільки підтримує такі цінності суспільства, як дотримання прав людини, поваги до інших культур і політичного плюралізму. Суспільство є ключовим у такій схемі, адже мовники орієнтуються на його інтереси, а воно у відповідь виконує свої зобов'язання: контролює та фінансує їхню діяльність. Це не нове явище, оскільки значного поширення набуло в Європі ще після Другої світової війни, хоча саме Велика Британія вважається його родоначальницею (BBC заснована на початку 20-х рр. ХХ ст.) [7, с. 258]. Немає єдиного, узгодженого визначення суспільного мовлення. Приміром, шведська дослідниця Т. Сівертсен опрацювала понад 30 визначень і дійшла висновку, що концепція суспільного мовлення є «еластичною», а причину неможливості однозначно визначити такий тип мовлення вбачала у змішуванні понять, оскільки термін «суспільне мовлення» різні фахівці використовують на позначення національної системи загалом, інституцій мовлення чи мовника з низкою програм зокрема [5].

З дефініцією суспільного мовлення не змогла визначитися і незалежна наглядова комісія, завданням якої було окреслити майбутні принципи фінансування BBC. Щоб передати сутність цього типу мовлення, використовували слова «інформація», «освіта», «розширення обріїв», «неупередженість», «незалежність», «врахування інтересів меншин» та «обмеження комерційної мотивації» [10, с. 168]. Такий асоціативний ряд певним чином охопив принципи діяльності суспільного мовлення. Дослідники здебільшого його розглядають як некомерційну систему телерадіомовлення, яка діє в інтересах суспільства (і за рахунок його фінансування), має на меті задовольняти потреби всіх громадян, включаючи і меншини, надавати деякі види освітніх послуг та ін. [1, с. 78; 6, с. 22; 7, с. 245; 8]. Місія ж суспільного мовлення була доволі поверхово визначена в Декларації Європейського симпозиуму Міжнародного інституту преси з проблем

ЗМІ (захід відбувся у Відні 22–24 вересня 1993 р.). «Суспільні мовні організації» повинні інформувати населення про події минулого, сучасного, майбутнього, використовуватися як сфера обговорення та вираження людських цінностей, сприяти забезпеченню об'єктивної роботи журналістів, мати можливість підвищувати якість своєї професійної діяльності завдяки доступу до найновіших технологій [7, с. 17].

У резолюції 4-ї Європейської конференції міністрів з питань політики в галузі ЗМІ 1994 р., враховуючи важливість суспільного мовлення, яке є основним фактором плюралістичної комунікації, конкретизовано завдання мовників цього сектора: за допомогою своїх програм сприяти інтеграції всіх груп, виключати будь-яку дискримінацію за культурними, релігійними, статевими чи соціальними ознаками, слугувати форумом для суспільних дискусій, неупереджено подавати новини, коментарі, створювати програми, які б відповідали високим стандартам як моралі, так і якості, сприяли поширенню національної спадщини, а також відображали різні філософські ідеї та релігійні погляди з метою зміцнення взаєморозуміння та зв'язків між представниками багатьох етносів та культур [7, с. 19–20]. Зроблено акцент на створенні аудіовізуальних робіт високої якості та продукуванні, презентації глядачам і слухачам програм, які не перебувають у сфері зацікавлення представників комерційного сектора. За тематикою вони є освітніми, культурологічними та дитячими, часто комерційно не вигідні, тому приватні мовники створюють програми здебільшого розважального спрямування. Це значною мірою впливає на рейтинг суспільного мовлення. На думку дослідника В. Іванова, він буде менший, ніж у комерційного, що зумовлено специфікою підходів: «комунікатор тут не «спускається» до рівня аудиторії, а «підтягує» її до свого рівня» [7, с. 248]. Це реалізується водночас завдяки незалежності від політичних партій чи економічного впливу.

З-поміж усіх функцій суспільного мовлення Г. Бецко [5] визначає лише три домінуючих: інформування, просвіта і зацікавлення аудиторії. Однак вони не слугують чітким орієнтиром для визначення цього типу мовлення. В умовах глобалізації воно є важливим інструментом культурного виховання аудиторії, підтримки національної ідентичності. Отже, служби суспільного мовлення мають бути джерелом незаангажованої інформації та підтримувати соціальний прогрес, інтерес громадськості до демократичних процесів, міжкультурне порозуміння. Беручи до уваги завдання цього мовлення, можемо визначити його ознаки: доступність для всієї аудиторії (стовідсоткове технічне покриття); незалежність від бізнесових та політичних груп (головне – служіння народу); різноманітність контенту та зорієнтованість на якомога ширшу аудиторію, враховуючи потреби також національних меншин; об'єктивність;



інновації (реагування на соціальні, технологічні зміни, адже в інформаційному суспільстві громадськість, а особливо молодше покоління, дедалі частіше звертається до нових комунікаційних послуг); орієнтованість на розвиток загальнонаціональної ідентичності, підвищення культурного та освітнього рівня громадян; забезпечення суспільного діалогу; підзвітність аудиторії, фінансування з кількох джерел. Основним фактором незалежності організацій суспільного мовлення є фінансування. Існує кілька джерел: абонентська плата (телеподаток), перерахунки з держбюджету, спеціальний податок (збір) для комерційних ТВ та радіо, реклама. У Європі є кілька моделей фінансування: *лише абонентська плата* (Велика Британія, Данія, Фінляндія, Норвегія, Швеція, Чехія); *абонентська плата і реклама* (Франція, Німеччина, Польща, Туреччина, Австрія, Португалія, Швейцарія та ін.); *лише податок* (Іспанія, Ватикан, Естонія); *податок і реклама* (Нідерланди, Бельгія, Грузія, Ісландія, Угорщина, Болгарія та ін.) [15]. Проте вони утвердилися не одразу, наприклад, у Польщі розпочали з бюджетного фінансування, а потім обрали іншу форму. О. Большакова зазначає, що «суспільне мовлення має сенс лише в тому разі, коли <...> є основним джерелом інформації для країни, адже тільки в цьому разі є виправданими витрати суспільства на його підтримку» [6, с. 22]. Тобто воно повинно викликати довіру, цілком задовольняти потреби громадян, котрі, як показує світовий досвід, саме і сприяють подальшій його діяльності.

Успішне функціонування суспільного мовлення забезпечує наглядова інституція (називається по-різному), яка здійснює контроль над виконанням мовниками своїх функцій перед суспільством (наприклад, Наглядова рада у Великій Британії, Італії, Польщі, Литві, Адміністративна рада у Франції). Однак варто зауважити, що для стабільної та ефективної роботи суспільного мовлення необхідні такі передумови, як діяльність ЗМІ на засадах плюралізму, правове забезпечення, економічна незалежність як «необхідна запорука відмежування від відомчих або вузькоприватних інтересів», політична воля, зрілість суспільства та «критична маса професійних журналістів» [8; 16].

Здебільшого саме відсутність політичної волі ставала на заваді запровадженню суспільного мовлення в Україні через неусвідомлення його важливості та небажання влади втрачати засоби, якими вона послуговувалася для представлення своїх позицій. Державне мовлення суперечить європейським стандартам, потребує трансформування в суспільне, яке є одним «із найбільш ефективних механізмів забезпечення свободи слова, невід'ємним атрибутом демократичного суспільства» [9]. Отже, його організація є для влади «своєрідним тестом на демократію» [6, с. 12]. Водночас труднощі виникають ще на початково-

му етапі: і досі на позначення цього типу мовлення в Україні використовуються такі терміни: «суспільно-правове чи публічно-правове мовлення» (здебільшого асоціюється з мовниками в Німеччині), «громадське мовлення» і «суспільне мовлення». Така тенденція простежується і на прикладі досліджень науковців. С. Здіорук, С. Гнатюк, О. Большакова, В. Іванов, Т. Шевченко, О. Приходько, О. Хаб'юк, О. Войтко використовують термін «суспільне мовлення» [1; 6; 7; 10–14], Г. Бецко, І. Клименко та Р. Павленко – «громадське мовлення» [5; 8], Н. Лиховід – як рівнозначні «суспільне мовлення» і «громадське мовлення» [9]. Певною мірою непослідовна І. Кирич, яка спершу стверджує, що «дискутувати в Україні доцільно про громадське, а не про суспільне мовлення», однак у публікації за 2014 р. зазначає, що «в Україні понад шістнадцять років є тільки безрезультатні спроби започаткувати суспільне мовлення» [2, с. 102; 4, с. 54]. Як рівнозначні терміни вжиті вони в повідомленні, опублікованому 23 квітня 2014 р. на сайті інтернет-видання «Телекритика». Розповідалося про знятий ГО «Телекритика» ролик про суспільне мовлення. Відео було створено спільно з hromadske.tv в рамках проекту MUMEDIA, одне із завдань якого – просування ідеї суспільного мовлення в країнах Східного партнерства і Туреччині. Як зазначалося в повідомленні, мета ролика – доступно пояснити, що таке суспільне мовлення і чим воно відрізняється від комерційних та державних медіа (проведене 7–27 вересня 2013 р. соціологічне опитування виявило, що 76 % населення не знають про ідею створення суспільного мовлення). У ньому знялися Н. Лигачова, Д. Дуцик, З. Аласанія, Н. Соколенко, А. Куликов, Б. Бабич, С. Рачинський та ін. Вони послуговуються такими термінами: «громадське мовлення», «громадські медіа», «громадські ЗМІ». Виконавчий директор ГО «Телекритика» так прокоментував причину появи такого відео: «Революційні події в країні і запуск альтернативних громадських мовників цю ситуацію дещо змінили (йдеться про результати опитування). Однак ми переконані, що чіткого розуміння того, що ж таке суспільне мовлення, у багатьох людей ще й досі немає, тому й виникла ідея створити цей ролик, щоб допомогти людям зрозуміти, які переваги вони отримають з появою незаангажованих громадських мовників» [17]. Як бачимо, поряд використовуються поняття «громадське мовлення», «медіа», «ЗМІ», «суспільне мовлення» і в текстовому повідомленні, і в самому ролику.

Натомість в англійській мові вживається лише «public service broadcasting».

Така неоднозначність пов'язана з тим, що українською англійський термін «public service broadcasting» перекладають по-різному (російською – «общественное вещание»): в офіційних перекладах документів Ради Європи – здебільшого як громадське мовлення, а в законах та законопроектах – як суспільне (дослівно ж його



можна перекласти як «мовлення в інтересах громадськості», «мовлення, яке служить громадянам»). Як бачимо, точного відповідника немає. Директор Інституту Медіа Права Т. Шевченко стверджує, що більшість експертів переконані: зазначені терміни є синонімами. З цим він також погоджується і водночас не поділяє трактування, яке визначене в Законі України «Про телебачення і радіомовлення», вважає розподіл невдалим: громадське – мовлення місцевих громад, а суспільне – мовлення на загальнодержавному рівні [7, с. 6]. Натомість І. Курус радить звертатися до цього закону, в якому, на його думку, чітко прописані дефініції громадського мовлення і суспільного мовлення; зазначає, що законодавці виходили з того, що в українській мові слова «громада» і «суспільство» мають різні значення [16]. В. Шевченко також наголошує, що ці терміни не можна ототожнювати, надаючи перевагу суспільному [16]. Генеральний директор НТКУ З. Аласанія під час чат-конференції на «Телекритиці» оперував поняттям «суспільне мовлення», яке працюватиме для всього суспільства, а не для певної громади (корінь слова «громадське»). В. Іванов зазначає, що поняття «громадське» і «державне» плутають у багатьох країнах, вбачаючи причину в прагненні влади приховати власну пропаганду під прикриттям громадського телерадіомовлення, в ефірі завершального марафону на Громадському радіо 25 лютого 2005 р. заявляє, що громадське і суспільне вживають як синоніми, хоч це не зовсім так [7, с. 253]. Отже, можемо зрештою підсумувати, що найчастіше фахівці медіагалузі вживають термін «суспільне мовлення».

Т. Шевченко радить у назві нової телерадіокомпанії «не вживати слів “громадський” або “суспільний”», «натомість називати його “українським” чи “національним”, що є ближчим українцям» [7, с. 7]. Однак так іменувалися державні мовники, що може спантеличити глядача і слухача, хоча погоджуємося, що основними є принципи діяльності телерадіокомпанії. До того ж можна послуховуватися досвідом країн Західної Європи: тут діють медіа, які є зразками суспільного мовлення, але в їх назву не включено слово «суспільний» (Велика Британія – BBC, Німеччина – ZDF та ін.). Оскільки термін «суспільне мовлення» визначений зараз українським законодавством, вважаємо, що доцільніше вживати його.

Світова практика засвідчує, що процес запровадження суспільного мовлення тривалий та унікальний для кожної країни. І хоча основні його принципи є універсальними, наразі перед Україною постало важливе та водночас складне завдання – створення та презентація 1 січня 2015 р. власної моделі, виходячи з історичних, культурних особливостей, орієнтуючись на прийнятий Верховною Радою Закон «Про суспільне телебачення і радіомовлення України». До такого кроку неодноразово стимулювала і Пар-

ламентська асамблея Ради Європи: у Резолюції № 1239 (2001) закликала владу України сприяти розвитку системи суспільного мовлення, що зумовить демократизацію в медіасфері [7, с. 105], у Рекомендації № 1641 (2004) зазначала, що в Україні «практично відсутній прогрес у прийнятті необхідного законодавства» [7, с. 70], у Резолюції № 1346 (2003) акцентувала на особливому значенні встановлення в Україні об'єктивної та ефективної системи суспільного мовлення [7, с. 105], у Резолюції № 1466 (2005) закликала органи влади України перетворити державні мовні компанії на канали суспільного мовлення відповідно до стандартів Ради Європи, що покращить умови для забезпечення демократії в країні [7, с. 103].

Прихильники цього типу мовлення неодноразово та безуспішно намагалися його запровадити в Україні, доводячи переваги суспільного мовлення та вказуючи на його відмінності від державного та комерційного. Дослідниця І. Кирич простежує певну циклічність у законодавчих ініціативах, яку пов'язує зі зміною політичної влади в країні, і виділяє три періоди: I (1997–1998 рр.), II (2002–2005 рр.), III (2009–2012 рр.) [3, с. 120], однак варто зауважити, що у 2007 та 2008 рр. також робилися певні кроки для створення суспільного мовлення. Доречно, на нашу думку, додати період, який охоплює кінець 2012–2014 рр., однак він не є завершальним, беручи до уваги стадію становлення суспільного мовлення в Україні. О. Хаб'юк зазначає, що «на законодавчому рівні поняття суспільного мовлення вперше впроваджено поправкою до Закону «Про телебачення та радіомовлення» ще у 1995 р., яку Верховна Рада прийняла за третьою спробою, подолавши вето Президента України Леоніда Кучми» [11]. Передбачалося паралельне функціонування державних та суспільних мовників.

У 1997 р. відбулося прийняття Верховною Радою Закону «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» (18.07.1997 р.), який не був упроваджений, Постанови «Про створення телерадіоорганізації Суспільного мовлення України» (21.11.1997 р.). Т. Шевченко недоліком закону вважає те, що «для його імплементації потрібно було приймати ще один закон, підписувати який Президент відмовився» [7, с. 259]. В. Іванов відзначає «декларативний характер» закону і стверджує, що постанова «могла дискредитувати саму ідею такого мовлення» [7, с. 254]. Його думки мають фактологічне підтвердження: закон 1997 р. дуже лаконічний (десять коротких статей), а постанова передбачала надання акціонерному товариству «Громадське Українське радіо і телебачення» (ГУРТ) статусу суспільного та забезпечення загальнонаціональними ліцензіями, державним фінансуванням, але Національна рада з питань телебачення і радіомовлення та уряд відмовилися виконувати постанову [1, с. 79; 11]. У 1998 р. про «осуспільнення» націо-



нальних телерадіокомпаній ішлося в Концепції роздержавлення українських ЗМІ.

2002–2005 рр. І. Кирич визначає як «період інтенсивного обговорення недоліків закону, прийнятого у 1997 р., та спроб його вдосконалення» [3, с. 120]. У 2002 р. за ініціативи О. Кривенка було створено проект інтернет-радіо «Громадське радіо», у прямому ефірі могли вільно дискутувати всі. Сприятливі умови для створення системи суспільного мовлення настали після Помаранчевої революції: пожвавилися дискусії, громадські організації засновують коаліцію «Суспільне мовлення», в межах її робочих груп було сформульовано концепцію закону; фахівці під керівництвом О. Ткаченка запропонували свою концепцію, законопроект подав Інститут Медіа Права, а 23 травня 2005 р. С. Правденко, Т. Стецьків, В. Шевченко представили на розгляд законопроект «Про внесення змін та доповнень до Закону України “Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України”», який 22 грудня 2005 р. був відхилений Верховною Радою у повторному другому читанні. Сам же Президент В. Ющенко 25 липня 2005 р. під час урядового засідання заявив про те, що державне і суспільне мають існувати паралельно, хоч для демократичного суспільства існування ЗМІ, контрольованих державою, неприпустиме [7, с. 105]. Проте спроби 2005 р. не вичерпуються: 15 березня 2007 р. А. Шевченко, Т. Петрів, Е. Прутник та В. Шевченко підписали декларацію про співпрацю, маючи на меті запровадити в Україні теле-радіомовлення, згодом за підтримки ОБСЄ робочою групою було розроблено концепцію, яка не визріла у законопроект. У серпні 2007 р. розпочав мовлення «Перший громадський», започаткований Держкомтелерадіо на базі обласних та регіональних державних телерадіокомпаній, який 2008 р. припинив існувати [1, с. 82; 11]. 21 лютого 2008 р. В. Ющенко підписав указ «Про заходи щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України», а в травні розпорядженням Кабміну було утворено робочу групу з опрацювання та вирішення питань щодо створення системи суспільного мовлення. Нацрада з питань телебачення і радіомовлення долучилася також до справи суспільного мовлення, запропонувавши модель програмної політики суспільного мовника, згідно з якою потрібно створити три канали: суспільно-політичний, культурно-мистецький і національних меншин.

У 2009–2010 рр. були підготовлені законопроекти, щоб внести зміни до Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», А. Шевченком, Національною комісією з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі, а також проект закону «Про національну громадську телерадіокомпанію України» Громадської гуманітарної ради при Президентові України. Проте жодних змін зрештою так і не відбулося.

У 2012 р. простежуються певні зрушення: 12 грудня Кабінет Міністрів, а 13 грудня народні депутати від трьох опозиційних фракцій А. Шевченко, Т. Кутувий, І. Мірошніченко внесли до Верховної Ради свої варіанти законопроектів для створення суспільного мовлення. Як стверджує О. Войтко, урядовий проект «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» є «абсолютно новим документом», який розробили Громадська гуманітарна рада при Президентові України та Державний комітет телебачення і радіомовлення України [12]. Законопроект «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» народними депутатами було подано в новій редакції. О. Войтко, проаналізувавши їх, дійшов висновку, що обидва вони, хоч мають певні недоліки, «в цілому відповідають міжнародним нормам щодо створення та діяльності СМ» [12].

Затягування процесу створення класичного суспільного мовлення спричинило появу проектів громадських активістів та журналістів: інтернет-медіа «GROMTV», «Спільнобачення», «Громадське телебачення». Їх автори стверджували, що проекти «ґрунтуються на принципах суспільного мовлення», а в маніфесті Громадського телебачення, з яким можна ознайомитися на сторінці проекту у Facebook, зазначено, що його ініціатори почуваються спадкоємцями Громадського радіо (створене було за ініціативи О. Кривенка і діяло з 2002 по 2005 р.). Тому О. Войтко вважає, що представникам влади, «які опікуватимуться створенням суспільного мовлення на державному рівні», потрібно орієнтуватися на практичний досвід команд і залучити до колективу централізованого суспільного мовлення працівників інтернет-проектів [14]. Варто зазначити, що перші кроки зроблено: з лютого до червня 2014 р. програми Громадського телебачення у визначені часові слоти транслював державний канал «Перший національний», з лютого і досі на Першому каналі Українського радіо виходить двогодинна інформаційно-аналітична програма «Громадська хвиля», що є продуктом спільного виробництва «Громадського радіо» і НРКУ.

Зрештою 3 липня 2013 р. за основу був прийнятий урядовий проект, інший автоматично відхилений. 11 вересня під час засідання Комітету з питань свободи слова та інформації розглянуто поправки і його було рекомендовано до ухвалення парламентом, а 19 вересня направлено на повторне друге читання. І хоча доопрацьований законопроект неодноразово був включений до порядку денного (10, 24 жовтня, 7, 21 листопада), але не розглядався (розміщувався в завершеній частині порядку денного, парламентарі формально не встигали його розглянути). Законотворчий процес відновився, чому посприяли громадськість і журналісти: 21 березня рух «Стоп цензурі» поширив заяву про те, що ви-



магає зустрічі з головою Верховної Ради, в. о. Президента України і прем'єр-міністром України щодо створення суспільного телерадіомовлення в Україні. 15 квітня під час круглого столу «Шляхи реформування ОДТРК у суспільних мовників», організованого «Телекритикою» та Інститутом Медіа Права, зазначалося про недосконалість законопроекту, але вирішили, що приймати його потрібно якомога швидше. 17 квітня 2014 р. Верховна Рада в другому читанні ухвалила Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», який «створює правові основи діяльності Суспільного телебачення і радіомовлення України, визначає засади діяльності Національної суспільної телерадіокомпанії України» [18]. 13 травня 2014 р. в. о. Президента України О. Турчинов підписав його, а 14 травня документ офіційно опубліковано в газеті «Голос України».

Медіаексперти визнають, що закон потребує доопрацювання. Згідно з законом Кабінет Міністрів України на базі державних мовників, які реорганізуються, утворює юридичну особу публічного права «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (НСТУ), структурними підрозділами якої є Суспільне радіо і Суспільне телебачення; діяльність останнього обмежена, адже мовлення може здійснюватися на двох загальнонаціональних каналах (суспільно-політичному та культурно-освітньому). У законі варто уточнити кількість кандидатур у Наглядову раду від парламентських фракцій і груп, передбачити чіткі критерії до кандидатів, визначити поширення рекламних квот, які прописані в Законі України «Про рекламу», можливість запровадження абонплати, забезпечити максимальну прозорість, зокрема у процесі формування Наглядової ради, скасувати норму про фінансування NSTU протягом перших чотирьох років лише за рахунок державного бюджету, щоб уникнути впливу влади на редакційну політику. Недоліком О. Войтко вважає те, що Статут NSTU затверджує і вносить до нього зміни Кабінет Міністрів, оскільки уряд зможе впливати на документ, яким у своїй діяльності керуватиметься суспільна телерадіокомпанія, суперечливими вважає статті закону, які стосуються фінансування, адже такий спосіб «дає владі механізм впливу на функціонування NSTU» [13]. Старший радник та колишній віце-президент Європейської мовної спілки Б. Бергант наголошує на тому, що виділення бюджетних коштів є вдалим рішенням для перехідного періоду, проте має бути тимчасовим заходом, а гендиректор ЄМС І. Делтенре найбільш прийнятною вважає змішану модель фінансування – поєднання податку та реклами [15]. До того ж для повноцінного розвитку суспільного мовлення фінансування за рахунок державного бюджету може виявитися недостатнім. Гендиректор НТКУ Зураб Аласанія вважає доцільним введення абонентської плати лише

через кілька років, за умови, що мовник буде затребуваним, популярним і заслужить довіру суспільства [15]. В. Іванов вбачає переваги в такому джерелі фінансування (унеможливує вплив державних органів, фінансово-політичних угруповань) і наголошує, що будь-які форми мовлення (комерційне, державне, суспільне) фінансуються громадянами [7, с. 246]. Європейські суспільні мовники існують у різних формах (публічні підприємства, трести), Кабмін пропонує акціонерне товариство, що є найкращим варіантом, проте потрібно вносити зміни до законів «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», «Про управління об'єктами державної власності».

Варто зауважити, що на законодавчому рівні робота щодо впровадження суспільного мовлення в Україні не припиняється. М. Княжицький пропонував створити другий телевізійний канал суспільного телебачення на базі «Інтера», однак Комітет з питань свободи слова та інформації 2 липня 2014 р. не підтримав законопроект. Того самого дня у Верховній Раді було зареєстровано законопроект про внесення змін до Закону України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» (щодо уточнення окремих положень), ініціаторами якого виступили М. Томенко, О. Кондратюк, О. Абдулін, І. Герасценко, А. Шевченко та М. Баграєв. Комітет з питань свободи слова та інформації підтримав його 23 липня 2014 р. і рекомендує парламенту прийняти за основу в першому читанні.

Активно долучилися до справи запровадження суспільного мовлення і представники медіа. У рамках програми НРКУ «Український вимір» обговорювалося коло питань, пов'язаних зі створенням суспільного мовлення, а також у студії «Громадського радіо», «Громадського телебачення». Громадська організація «Телекритика» провела конкурс журналістських матеріалів про суспільне мовлення, які були опубліковані в українських національних або регіональних ЗМІ за період з 1 січня по 31 березня 2014 р., виступила одним із організаторів круглих столів «Шляхи реформування ОДТРК у суспільних мовників» (15 квітня 2014 р.), «Першочергові дії з впровадження суспільного мовлення в Україні» (11 червня 2014 р.). Місію, роль українського суспільного мовлення, пріоритети щодо ефективного впровадження реформ було визначено учасниками міжнародної конференції «Від державного мовлення до суспільних медіа», яку організували Рада Європи, Європейська мовна спілка та НТКУ (1–2 липня 2014 р.). Юридично-правові та структурні проблеми переходу до суспільного мовлення, питання щодо започаткування регіонального суспільного мовлення обговорювалися на конференції «Трансформація державного мовлення в суспільне: шляхи та проблеми», організованої НРКУ та проведеної 9 липня 2014 р. Усі заходи



спрямовані на популяризацію ідеї суспільного мовлення, стимулювання законодавців внести зміни до чинного Закону України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» і запровадження його в Україні.

Висновки. Отже, функціонуючи поруч із комерційним, суспільне мовлення характеризується якісним контентом, є доволі популярним, викликає довіру в населення, оскільки базується на принципово інших засадах. Воно створене для суспільства, яке натомість фінансує та контролює його програмну політику. Цьому сприяє незалежність від політичної влади та комерційних впливів. Тож у реципієнта (глядача, слухача) формується чітка картина дійсності завдяки достовірному інформуванню і відсутності джінси. Воно відіграє також особливу роль в утвердженні свободи слова. Програмні продукти суспільного мовлення відповідають найвищим професійним стандартам: якість, зміст, що збагачує культурно, і високий рівень новацій. Забезпечуючи все суспільство інформаційними, культурними, освітніми та розважальними програмами, воно поліпшує політичні та культурні характеристики населення, стимулює до єдності. Отже, суспільне мовлення є універсальним за змістом та доступом до нього, гарантує редакційну незалежність і неупередженість, задовольняє потреби всього населення завдяки різноманіттю програм, стимулює креативність, відіграє центральну роль в освіті, збереженні культурної спадщини, посилює інтерес громадян до суспільних справ, не відстає від розвитку цифрового середовища, адаптується до нових умов, відіграючи активну роль у технологічних інноваціях електронних ЗМІ.

Запровадження класичного суспільного мовлення неможливе без правового забезпечення. Головною передумовою створення суспільного мовлення є політична воля. Тому ухвалення відповідного закону Верховною Радою стає відправною точкою для його запровадження. Потрібно також, щоб в українців сформувалося чітке уявлення про такий тип мовлення – його ознаки, завдання. Суспільне мовлення є одним із вирішальних чинників формування виваженого, здатного до аналізу та прийняття рішень громадянського суспільства. Заходи в медіасфері сприяють утворенню суспільного мовлення на вітчизняних теренах, його популяризації. І хоча було ухвалено і підписано Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», що стало значною подією в житті суспільства, однак це лише перший крок у його запровадженні. Наразі актуальним залишається формування Наглядової ради, що зобов'язана здійснити Національна рада з питань телебачення і радіомовлення.

1. *Здіорук С. І.* Суспільне мовлення: український варіант / С. І. Здіорук, С. Л. Гнатюк // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 4. – С. 74–84.

2. *Кирич І.* Суспільне чи громадське? Мовлення чи телерадіомовлення? Уніфікація термінів / Ірина Ки-

рич // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. праць. – Львів, 2013. – Вип. 12. – С. 98–104.

3. *Кирич І. В.* Законодавчі ініціативи у правовому полі громадського мовлення / І. В. Кирич // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации». – 2012. – Т. 25 (64). – № 4. – Ч. 1. – С. 120–125.

4. *Кирич І.* Суспільне мовлення у сучасних медіасистемах і теоріях медіа / Ірина Кирич // Медіапростір : збірник наукових статей із соціальних комунікацій / ред. кол.: Н. Поплавська та ін. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2014. – С. 54–58.

5. *Бецко Г.* Роль громадського мовлення у демократичних суспільствах (фрагменти) [Електронний ресурс] / Галина Бецко. – URL: <http://www.mediareform.com.ua/docs/beccs.doc> (13.07.2014).

6. *Суспільне мовлення: незалежність, свобода слова і програмна різноманітність* / [В. Іванов, О. Большакова, П. Шіві, К. Гофман]. – К. : Посольство Федеративної Республіки Німеччина ; Konrad Adenauer Stiftung KAS POLYCY PAPER, 2007. – 22 с.

7. *Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення* / [за ред. Т. С. Шевченка, О. А. Сушко]. – К. : Тютюкін, 2010. – 264 с.

8. *Клименко І.* Громадські ЗМІ: поняття, міжнародний досвід і перспективи для України [Електронний ресурс] / І. Клименко, Р. Павленко. – 18.09.2003. – URL: <http://www.mediareform.com.ua/article.php?articleID=31> (13.07.2014).

9. *Лиховід Н. А.* Досвід країн-членів Євросоюзу щодо громадського мовлення [Електронний ресурс] / Н. А. Лиховід. – URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/5/08.pdf> (13.07.2014).

10. *Приходько О. Д.* Суспільне мовлення: стандарти Ради Європи / О. Д. Приходько // Методологічне забезпечення підготовки журналістських кадрів у процесі роздержавлення мас-медіа та створення системи суспільних та громадських ЗМІ : матеріали міжнар. наук. конф. / [упоряд. Н. Ващенко ; за заг. ред. О. Чекишева]. – К. : Інститут журналістики, 2007. – С. 167–175.

11. *Хаб'юк О.* Впровадження суспільного мовлення: президентство Кучми, Ющенка та Януковича. [Електронний ресурс] / Олексій Хаб'юк. – 07.12.2011. – URL: <http://stv.mediasapiens.ua/material/4038> (29.07.2014).

12. *Войтко О.* Новий етап у процесі створення українського варіанту суспільного мовлення [Електронний ресурс] / Олександр Войтко. – 27.01.2013. – URL: <http://ua.ejo-online.eu/796> (21.07.2014).

13. *Войтко О.* Новий закон про суспільне мовлення: ризики і можливості [Електронний ресурс] / Олександр Войтко. – 08.05.2014. – URL: <http://ua.ejo-online.eu/1719> (21.07.2014).

14. *Войтко О.* Висвітлення Революції суспільними мовниками в Україні [Електронний ресурс] / Олександр Войтко. – 12.03.2014. – URL: <http://ua.ejo-online.eu/1644> (21.07.2014).

15. *Дорош М.* Суспільному мовнику мають довіряти громадяни всієї України – від заходу до сходу [Електронний ресурс] / Марина Дорош. – 04.07.2014. – URL: <http://stv.mediasapiens.ua/material/32297> (21.07.2014).



16. *Громадські та суспільні ЗМІ: термінологічна плу-
танина* : [матеріали Медіа Клубу] [Електронний ресурс] –
30.09.2003. – URL: [http://www.mediareform.com.ua/old/
article.php?articleID=30](http://www.mediareform.com.ua/old/article.php?articleID=30) (21.07.2014).

17. ГО «Телекритика» зняла ролик про суспільне мов-
лення (ВІДЕО)[Електронний ресурс]. – 23.04. 2014. – URL:

<http://www.telekritika.ua/kontekst/2014-04-23/92930>
(21.07.2014).

18. Закон України «Про суспільне телебачення і ра-
діомовлення України» [Електронний ресурс]. – URL:
<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1227-18>
(21.07.2014).

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

Chepurniak Tetyana. Public Service Broadcasting and Process of its Introduction in Ukraine.

The article clears up the peculiarities of public service broadcasting (its tasks, feature), importance for the Ukrainian people. The author notes, that such type of broadcasting reflects all opinions, which exist in society, guarantees the impartial quality informing of population about events and phenomena of reality because it doesn't depend on economic and political influence. It acts in the interests of society, offering the quality range of the programs, including educational, culturological ones, programs for the children, films. Society finances and controls its programme policy.

Specificity of the using terms for denotation this type of broadcasting by domestic specialists of mediaindustry is seen. It is discovered that they very often use term «public service broadcasting». The process of introduction of the public service broadcasting in Ukraine is in detail investigated through examination of laws, bills. Actions of media that assist creation and popularization of the public service broadcasting are partly traced.

Keywords: public service broadcasting, law, introduction, term, task.

Чепурняк Т. А. Общественное вещание и процесс его внедрения в Украине.

В статье освещены особенности общественного вещания (задачи, признаки), его значение для украинско-го народа. Автором отмечено, что такой тип вещания обеспечивает отображение всех точек зрения, которые бытуют в обществе, гарантирует непредвзятое качественное информирование населения о событиях и явлениях действительности, поскольку не зависит от влияния экономического или политического характера, действует в интересах общества, предлагая фильмы качественный спектр программ, включая образовательные, культурологические, детские. Общество взамен финансирует и контролирует его программную политику.

Прослежена специфика использования отечественными специалистами медиаотрасли терминов на обозначение этого типа вещания и обнаружено, что чаще всего используют термин «общественное вещание». Детально исследован процесс внедрения общественного вещания в Украине через обзор законов и законопроектов. Частично рассмотрены мероприятия медиасферы, которые способствуют созданию и популяризации общественного вещания.

Ключевые слова: общественное вещание, закон, внедрение, термин, задание.