

СУСПІЛЬНЕ ЧИ ГРОМАДСЬКЕ? МОВЛЕННЯ ЧИ ТЕЛЕРАДІОМОВЛЕННЯ? УНІФІКАЦІЯ ТЕРМІНІВ

Ірина Кирич

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: irynakyrich@gmail.com*

У цій статті уніфіковано використання терміна “громадське мовлення” в Україні та здійснено спробу сформулювати його дефініцію.

Ключові слова: суспільне (громадське) мовлення, телебачення, радіомовлення, дефініція, термінологія.

Опрацьовуючи матеріали на тему громадського мовлення, ми зауважили, що існує безліч розумінь суті громадського мовлення і водночас не існує конкретної його дефініції. Думки з цього приводу таких дослідників як Д. Мак-Квейла, Т. Сівердсена, Б. Сімерінга, К. Якубовіча, В. Іванова, К. Лукаренка, О. Приходька, В. Шевченка, якщо не кардинально, то все ж різняться. З огляду на їхні доробки та власний досвід, ми поставили собі за мету сформулювати чітке визначення поняття громадського (чи суспільного) мовлення. Нашими завданнями було, по-перше, визначитись, який з двох прикметників “суспільний” чи “громадський” вживати в українських реаліях, по-друге, які іменники, “мовлення” чи “телерадіомовлення” доречно вживати разом з одним із цих прикметників для означення досліджуваного феномену, по-третє — сформулювати, або хоча б наблизитись до формулювання дефініції громадського (суспільного) мовлення (телерадіомовлення).

Унаслідок цього лінією старту у дослідженні ми свідомо обрали визначення громадського мовлення, подане у глосарії книги “Теорія масової комунікації” Д. Мак-Квейла. Цитуємо дослівно: “Громадське мовлення (Public service broadcasting) – фінансована громадськістю неприбуткова система телерадіомовлення (головно європейська), яка має на меті задовольняти потреби всіх громадян у громадському спілкуванні. Спочатку це були всі потреби (тобто і розваги також), а виправдання для громадського мовлення полягало у природно-монопольному характері мовлення. Проте це виправдання більше не чинне, і потребу в громадському мовленні пояснюють загальними громадськими інтересами і тим, що воно може задовольняти комунікативні потреби, якими через їхню неприбутковість нехтують комерційні системи. Серед таких потреб – універсальне обслуговування, особливі потреби меншин, деякі види освітніх послуг, а також служіння демократичній політичній системі за допомогою відкритого доступу різних сил, підтримування загальних інформаційних цілей, задоволення особливих потреб політиків у виборчому та урядовому процесах” [5, с. 484].

Досить вичерпне, на перший погляд, визначення громадського мовлення, однак воно не може бути істиною в останній інстанції, тому що кожна країна має свій підхід до визначення властивого їй громадського мовлення. “Проблеми дефініції виникають з факту, що деякі вживають це поняття для означення національної системи телерадіомовлення, інші використовують його для означення конкретних мас-медійних організацій, а ще інші до певного типу програмної концепції” — зазначає з цього приводу К. Якубовіч [9, с. 23]. Він також пише, що шведська дослідниця Т. Сівертсен проаналізувала понад 200 визначень громадського мовлення і зробила висновок, що існує понад 30 ознак, які мають характеризувати громадські медіа і бути підставою для їх дефініції [9, с. 23]. А через сім років вона зазначила, що окремі визначення громадського мовлення не тільки різняться між собою, а “нерідко суперечать одне одному, результатом чого є певна “еластичність”, щоб не сказати “аморфність” концепції такого виду мовлення”. Втім, як зазначає К. Якубовіч, “це не заважає споживачу відразу відчутти, що це саме громадське мовлення, щойно він його побачить” [6, с. 167–175].

Для пояснення думок Т. Сівертсен про еволюцію дефініцій та концепцій громадських медіа, К. Якубовіч наводить такий приклад. Перша дефініція, на його думку, знаходилась у межах сфери послуг (пошта, залізниця, дороги... зазвичай організованих владою) і мала технічно-господарський характер. Можливість використання таких послуг було своєрідною гарантією успіху споживача. Таке розуміння мало місце впродовж перших років існування радіо. Друга дефініція мала відношення до громадської служби у тому сенсі, що слово громадський розуміли в контексті громадянського суспільства. Тут уже йшлося про певну цінність програм для розвитку громадськості. Йшлося також про забезпечення усім громадянам доступу до інформації та знань, які розповсюджувались через громадські медіа. Третя дефініція зводить в одне ціле громадськість з аудиторією, а потім з індивідуальним слухачем. У цьому сенсі служіння громадськості можна розуміти як забезпечення потреб окремих особистостей, а не групи громадян, як цілісності [9, с. 23].

К. Якубовіч також говорить про те, що громадським мовником не можна назвати лише за його приналежність до громадського сектора, бо тоді державні медіа також потрібно було б називати громадськими. Не вистачить їх визначати лише з точки зору честоловності, значущості чи суспільно корисних програм, бо такі можемо знайти у комерційних та в державних ЗМІ. Продовжуючи свою думку, дослідник вважає, що є елементи, які мають дуже важливе значення у дефініції громадського мовлення – це здійснення мовником громадської служби для розвитку демократії та в ім'я громадянського суспільства, перебування медіа під контролем цього суспільства і прагнення мовника до цілісної презентації суспільства в своїх програмах, а також репрезентація стосунків громадськості з владою. Також — це спосіб дефініції користувача через громадського мовника, програмна незалежність медіа та здатність відрізнитись від комерційних мовників [9, с. 25].

Суть висловленого К. Якубовічем та Т. Сівертсен зводиться до того, що дефініції суспільного мовлення, які до того ж відрізняються від країни до країни, постійно еволюціонують, як і самі медіа. Можемо підсумувати, що зарубіжні науковці так і не дійшли згоди у дослівному формулюванні дефініції громадського мовлення.

Українська дослідниця О. Приходько вважає, що узгодженого визначення громадського мовлення немає й у вітчизняній літературі. Хоча у законі “Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України” від 1997 р. зроблено спробу зазначити, що “суспільне телерадіомовлення – це телерадіоорганізація 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, с. 167–175]. На наш погляд, таке визначення у своїй суті надто загальне і водночас обмежене. До того ж термін телерадіоорганізація не охоплює достатньо усіх можливих засобів громадського мовлення.

Тому схилиємось до думки К. Лукаренка, який вважає, що на рівні загальної концепції ми маємо говорити про мовлення у найбільш загальному сенсі цього слова. Ось як дослідник аргументує свою позицію: “Чому це не варто називати телерадіомовленням або телебаченням? Звичайно, ці два засоби є найкращими поширювачами масової інформації. Вони ж – найбільш важливі канали суспільної дискусії. Однак визнаємо, що крім них ще існує Інтернет. Те саме стосується і мобільного Інтернету: нехай поки що він виглядає як забавка для багатих. Однак у 50-ті роки саме таке ставлення було до телебачення. Тому доцільно, коли йдеться про загальну концепцію, уникати прив’язки до неї конкретних технічних засобів доставки інформації. Сьогодні це телебачення, радіо й Інтернет, а завтра з’явиться ще щось нове. Ідея ж мовлення залишиться універсальною” [4].

На противагу думці К. Лукаренка наведемо висловлювання В. Шевченка. Його слова з цього приводу вважаємо за доцільне процитувати: “По-перше, в сенсі аудіовізуальних масових комунікацій, визначення яких походить від англійського public (себто тих ЗМІ, які прийнято вважати ознакою демократичних держав і створити які, з року в рік, не стомлюється закликати нас Європа), маємо говорити в Україні виключно про Суспільне ТБ і РМ. Річ у тому, що коли про це public-мовлення починали говорити у нас на офіційному рівні, українське законодавство вже містило абсолютно конкретне визначення терміна громадське телерадіомовлення... (норма Закону “Про телебачення і радіомовлення”, жовтень 1997 р.)” [8].

Візьмемо на себе відповідальність не погодитись з думкою В. Шевченка та підтримати позицію К. Лукаренка, адже він пропонує новий прогресивний підхід до цього питання, який відповідає сьгоднішнім реаліям, а також зможе вистояти перед викликами майбутнього.

Тож ми визначились з поняттям “мовлення”. Саме цей термін також найчастіше трапляється у статтях на сторінках “Телекритики”, однак у двох варіантах: громадське мовлення і суспільне мовлення. Наприклад, підрозділ на сайті цього видання названо суспільним мовленням. К. Якубовіч, натомість, вживає термін громадські медіа (media publiczne).

Громадські чи суспільні? На це запитання вичерпно і логічно, на наш погляд, відповідає К. Лукаренко, який говорить про те, що прикметник “громадський” у нашому випадку підходить краще. “Громадський, – продовжує дослідник, – тут означає належність до громади, або інакше – колективний, зв’язаний з обслуговуванням громади. ... Прикметник “суспільний” виводить нас на соціальну філософію, на увалення про

структуру суспільства, його складові.” [4]. “Таким чином, ідея суспільного телебачення потрапляє у дві небезпеки. По-перше, воно ризикує залишитись вежею зі слонової кістки, де ті, хто усвідомлюють себе суспільством, обговорюють свої уявлення тільки їм зрозумілою мовою. Решта ж потенційної аудиторії нудьгує і дивиться комерційні канали. Друга небезпека – зробити крок у бік соціальної інженерії. Суспільне телебачення – це телебачення в руках тих, хто претендує на те, що знає, які саме спільні завдання має вирішувати громада, що з неї треба ліпити” – зазначає дослідник. Щоб краще пояснити свою позицію, К. Лукаренко наводить такі аргументи: “Ми говоримо про громадські організації, громадське харчування, громадський транспорт і таке інше. У жодному з цих випадків ми не живимо “суспільний”. Тому що йдеться про зручність і послуги, а не про обов’язок і залежність. “Громадський” має на увазі послугу громаді, і передбачає незалежність громади від послуги. “Суспільний” уже несе в собі відтінок послуги, від якої не можна відмовитись. Коли ми говоримо про громадське мовлення, ми маємо на увазі послугу аудиторії. Можливо, ми керуємося нашими уявленнями про вірне, етичне, корисне, про служіння суспільству. Однак ми не маємо права нав’язувати громаді свої уявлення, при цьому вимагаючи від неї підкорятися та ще й платити гроші” [4].

В. Шевченко вважає, що в деяких мовах навіть немає понять, які б відповідали англійському слову public, і буквальний, “найближчий” переклад цього терміна щодо телерадіомовлення означає – “державне”, “офіційне” тощо [8]. Однак, тут дуже важливо навести також думку В. Іванова який говорить про те, що у багатьох країнах плутають поняття “громадське” і “державне”. І основною причиною цього дослідник вважає те, що влада намагається приховати під прикриттям громадського телерадіомовлення власну пропаганду і наводить приклад з “Литовським національним радіо і телебаченням”, яке за законом є громадською неприбутковою організацією, що належить державі на основі права власності [7, с. 11]. Зрештою, доречно також погодитись з думкою В. Шевченка, який зазначає, що у багатьох посткомуністичних країнах суспільне мовлення сприймається як своєрідний різновид офіційного – з тією лише різницею, що командує ним уже не уряд, а представницькі провладні органи [8].

Уже згадуваний нами дослідник К. Лукаренко вважає, що мовлення, про яке йде мова, є елементом суспільства, однак націлене воно на громаду та існує на основі своєрідного контракту з громадою, яка має право за свої гроші отримати потрібну їй послугу. “Якщо ми стоїмо на засадах обмеженого втручання держави в особисте життя громадян, то нам варто говорити про громадське, а не суспільне мовлення” – стверджує дослідник. [4].

Отже, на основі вищеописаного, візьмемо на себе відповідальність твердити, що дискутувати потрібно саме про громадське, а не про суспільне мовлення. До того ж в українському медіа-мовленні часто використовували вислів “хворе суспільство”, на протигагу якому слово громада має зовсім інший асоціативний ряд і навіть саме це слово для багатьох пересічних українців звучить поважно.

Ми визначились з терміном громадське мовлення, однак як бути з його наповненням, з його дефініцією? Спробуємо дати узагальнену відповідь, використовуючи неповні дефініції деяких дослідників.

Тож, Б. Сімерінг вважає, що головна ідея громадського мовлення полягає у тому, що воно має одночасно виконувати свою місію і водночас залежати від аудиторії. “У країнах нової демократії часто комерційні ТРК не задовольняють усіх культурних, громадсько-політичних запитів аудиторії. Часто вони на кшталт MTV транслюють поп-музику і не мають інформаційного компонента. І тому існує потреба в якихось інших формах існування радіо і ТБ” – стверджує дослідник [1]. Так би мовити погоджуючись з Б. Сімерінгом, К. Якубовіч зазначає, що комерційний мовник трактує слухача як споживача, а громадський мовник як громадянина, і завданням громадського мовника, на думку дослідника, є служити громадянину та громадянському суспільству [9, с. 26]. К. Якубовіч також констатує, що не вистачає професіоналізму журналістів, а без нього немає ані добрих журналістів, ані професійної журналістики – обидві ці речі в громадських медіа мусять бути [9, с. 35]. Про те, що громадське мовлення придумане для задоволення інтересів різноманітних меншин та споживачів інформаційної продукції, яка не може конкурувати з комерційною, говорить також В. Шевченко [8].

Звертає нашу увагу на ще один дуже важливий аспект суті громадського мовлення О. Приходько. Вона наголошує, що дуже багато уваги треба приділити гарантіям незалежності керівництва громадського мовлення, механізму його фінансування, редакційній та програмній політиці [6, с. 167–175].

Однак той факт, що громадське мовлення не розвивається автономно, а на основі процесів демократизації в кожній окремій країні, свідчить про його геополітичну залежність. В. Іванов з цього приводу вважає, що організація громадського мовлення – це своєрідний тест на демократію в країні. За словами дослідника “Влада має довести, що її завдання – служити інтересам громадян, що її обрали, а не контролювати цих громадян” [2]. Наведемо думки Н. Лиховід про те, що громадське мовлення є невід’ємним атрибутом демократичного суспільства, а також одним із найбільш ефективних механізмів забезпечення свободи слова [3, с. 11], крім того, у більшості провідних країн світу, де принципи демократії з політичних проєктів перетворилися на політичну реальність, ... така форма мовлення визнана одним зі стандартів демократичного розвитку [3, с. 3].

Із усього вищесказаного можемо зробити висновки, що дискутувати в Україні доцільно про громадське, а не про суспільне мовлення. І саме про мовлення в його широкому комунікативному розумінні, а не лише про громадське радіо і телебачення. Щодо формулювання визначення громадського мовлення, то тут виникає багато труднощів, головна з яких — це неоднозначне сприйняття цього поняття громадянами різних країн унаслідок різноманітності моделей функціонування такого виду мовлення.

Хоча, ми ще не можемо дати лаконічної дефініції громадського мовлення у цій публікації, однак є перспектива подальшого дослідження феномену. Воно полягає у визначенні мети та місії, цілей і завдань громадського мовлення, його функціональних особливостей. Для формулювання дефініції громадського мовлення також потрібно проаналізувати законодавчу базу, виокремити загальні принципи редакційної політики, дослідити механізми фінансування громадського мовлення у різних країнах тощо. Опираючись на світовий досвід, є можливість порівняти різноманітні напрацювання та відібрати саме ті аспекти громадського мовлення, які буде покладено в основу формулювання загальноприйнятого визначення цього феномену.

Список використаної літератури

1. *Базиляк Д.* Білл Сімерінг: “Чутки і сенсації знижують довіру до ЗМІ” [Електронний ресурс] / Д. Базиляк // Газета День. – 2002. – № 63. – Режим доступу до джерела : <http://www.day.kiev.ua/55810/>
2. *Іванов В.* Суспільне мовлення: різдвяна казка чи близька реальність? [Електронний ресурс] / В. Іванов. – Режим доступу до джерела : <http://www.telekritika.ua/suspilne-movlennya/2005-01-10/5536>
3. *Лиховід Н.* Досвід країн-членів Євросоюзу щодо громадського мовлення [Електронний ресурс] / Н. Лиховід. – Режим доступу до джерела : www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/5/08.pdf
4. *Лукаренко К.* Про терміни: [Електронний ресурс] / К. Лукаренко. – Режим доступу до джерела : <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/suspilne-movlennya/2005-01-28/5551>
5. *Мак-Квейл Д.* Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл // переклали з англійської Ольга Возьна, Галина Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
6. *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 [Текст] : Матеріали міжнар. наук. конф., 24–25 трав. 2007 р., / Нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка, Ін-т журналістики / [упоряд.: Н. Ващенко; за заг. ред. : О. Чекишев]. – К. : Інститут журналістики, 2007. – С. 167–175.
7. Суспільне мовлення: незалежність, свобода слова і програмна різноманітність / [Іванов В., Большакова О., Шіві П., Гофман К.] – К. : Посольство Федеративної Республіки Німеччина, Konrad Adenauer Stiftung KAS POLYCY PAPER, 2007. – С. 5–12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: www.kas.de/ukraine/ukr/publications/12579/
8. *Шевченко В.* Формула створення Суспільного мовлення “нарівні з державним” є дурницею [Електронний ресурс] / В. Шевченко. – Режим доступу до джерела : <http://www.telekritika.ua/suspilne-movlennya/2002-05-14/5498>
9. *Jakubowicz K.* Media publiczne: Początek końca czy nowy początek / K. Jakubowicz. – Warszawa : Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007. – 300 s.

Стаття надійшла до редколегії 12.09.12

Прийнята до друку 08.10.12

UNIFICATION OF UKRAINIAN TERMS IN “PUBLIC SERVICE BROADCASTING AREA”

Iryna Kyrych

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: irynakyrych@gmail.com*

The purpose of this publication is to define the use of ukrainian term “public broadcasting” and to standardize use it in Ukraine.

Key words: public broadcasting, defining term, terminology.

УНИФИКАЦИЯ ТЕРМИНОВ В ОБЛАСТИ “ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ” В УКРАИНЕ

Ирина Кырыч

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина,
e-mail: irynakyruch@gmail.com*

Целью данного исследования является унификация использования термина “общественное вещание” в Украине и формулировка его определения.

Ключевые слова: общественное вещание, телерадиовещание, определение, терминология.