

ГРОМАДСЬКЕ МОВЛЕННЯ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ

Оксана Головчук

*Відкритий міжнародний університет розвитку людини “Україна”,
Карпатський інститут підприємництва,
вул. Заводська 1 “А”, м. Хуст, Закарпатська обл., 01030, Україна,
e-mail: ggksana@gmail.com*

Розглянуто процес створення громадських засобів масової інформації у західних країнах, який сприяє становленню традицій плюралізму медіа. Охарактеризовано правові гарантії економічної незалежності телевізійного мовлення.

Ключові слова: громадські ЗМІ, суспільне мовлення, політична залежність, влада, комерціалізація, інформаційна політика, транспарентність.

Європейська модель розвитку телебачення суттєво відрізняється від інших, зокрема американської плюралізмом форм і методів. Для більшості країн “старого світу” первинним було державне телерадіомовлення. Але вже з 60–70-х років XX ст. розвивалися комерційні й приватні студії. Проте зміст програм телерадіокомпаній суто ринкової орієнтації (вони віддають кращий екранний час передачам розважального характеру) не влаштував громадськість, яка потребувала висвітлення суспільно-політичних подій, освітніх, культурологічних передач, мовлення для дітей [1, с. 18–19]. Враховуючи громадську думку, керівні органи Ради Європи схвалили низку документів, спрямованих на розвиток громадського телерадіомовлення:

- резолюцію №1 4-ї Європейської конференції міністрів з питань політики в галузі ЗМІ (Прага, 1994) “Майбутнє громадського мовлення”;
- рекомендацію Комітету міністрів № R(96)10 “Про гарантії незалежності громадського телерадіомовлення”;
- декларацію “Політика в галузі ЗМІ завтрашнього дня”.

Вищеперелічені документи визначають принципи демократичних реформ у царині медіа, зокрема: досягнення балансу між свободою вираження поглядів з іншими правами та законними інтересами; плюралізму служб і змісту ЗМІ; сприяння соціальній єдності; адаптації регуляторних рамок для ЗМІ відповідно до змін, що відбуваються у суспільстві й світі [1, с. 14–24].

Питання функціонування суспільного телебачення пов’язані з кількома загальними положеннями про транспарентність ЗМІ. По-перше, це доступ громадськості до інформації про телекомпанію, наприклад, відкриття відомостей про фінансові результати діяльності. По-друге, обмін інформацією між державними контролюючими органами. Адже інтернаціоналізація діяльності і капіталу в секторі телебачення виявляє той факт,

що служби або органи, відповідальні за транспарентність ЗМІ, все частіше стикаються з появою невідомих іноземних власників компаній [5, с. 13–14].

Окремі законодавчі положення щодо транспарентності визначені Резолюцією про майбутнє суспільних служб мовлення, що підготовлена групою фахівців у перспективі 4-ї Європейської Міністерської Конференції з питань політики по відношенню до ЗМІ. Це, зокрема, положення, що стосуються особливих правил бюджетного і фінансового контролю телекомпаній, які тільки частково фінансуються ліцензійною платнею, а отже, живуть за рахунок реклами і спонсорства [2].

Для знаходження додаткових можливостей забезпечення фінансової незалежності громадських ЗМІ проводяться спеціальні дослідження. Адже, якщо населення не платить за користування телебаченням, реальним джерелом фінансування залишається влада у регіоні і комерційна реклама, що є загрозою втручання приватного інтересу в діяльність ЗМІ, а також ймовірність витіснення соціально важливих програм комерційними проектами. Щоб уникнути такої загрози, наприклад, польське громадське телебачення – державне за формою власності, але без права економічно впливати на його функціонування. Важливо й те, що для телевізійного виробництва надаються занижені ставки ПДВ – 7% (звичайна ставка ПДВ у Польщі становить 22%). Питання концентрації у сфері телебачення є предметом досліджень, що проводяться Інститутом журналістики при Варшавському Університеті [2].

Класичними моделями функціонування громадського мовлення вважаються Великобританія і Франція, де з посиленням ролі парламенту і появою політичної опозиції найперше з'явилась незалежна, критично налаштована до дій влади журналістика. Так, у Великобританії розвиток якісної журналістики тривав більше ста років, поки не сформувалась традиція функціонування громадських інституцій та ідеал служіння ЗМІ суспільству. Створена у 1922 р. компанія “Бі-бі-сі” (з 1926 р. – корпорація) є “суспільною монополією”, що залежить від державного фінансування, але при цьому проголошує, що “свої справи веде на відстані витягнутої руки від Уряду” та “служить інтересам кожного, а не якоїсь однієї релігійної, регіональної, соціально-економічної групи” [4, с. 192–193]. Джерелом прибутків компанії слугує ліцензійний (абонентський) збір, який сплачують глядачі.

Визначальною для англо-французької моделі стало те, що вона формувалась при взаємодії держави і ЗМІ в умовах громадянського суспільства, що створило прецедент для стилю поводження обох сторін. Саме тому у Франції поняття “державне” і “громадське” телебачення – це, по суті, синоніми. Держава фінансує телебачення на 25% (інші 75% надходять з абонентської плати), а для забезпечення автономності медіа створено Вищу аудіовізуальну раду, незалежну від інших органів влади.

Американська модель представляє свій сценарій розвитку громадських ЗМІ. Головні ідейні риси американської журналістики було закладено в книгах “Свобода і новини” (1920 р.), “Громадська думка” (1922 р.) і “Фантомне суспільство” (1925 р.) В. Липмана. Автор вживає поняття “професіоналізація” журналістики, оцінюючи роботу журналістів на початку ХХ ст. [3].

Аналітики зазначають, що протягом останніх десятиріч найбільших успіхів у вті-

ленні ідеалу служіння ЗМІ суспільству досягли скандинавські країни, бо окрім забезпечення ефективного правового регулювання, цьому сприяв високий рівень політичної культури і громадської активності у поданому регіоні. Не останню роль відіграв також той факт, що в цих державах вдалось уникнути політизації ЗМІ [5, с. 12–13].

Спробуємо дати відповідь на питання, чи можна використовувати у вітчизняному телебаченні зарубіжний досвід і чи були спроби відтворення західної моделі.

Англо-французька модель громадського мовлення зазвичай виявляється недієвою в інших регіонах, яскравим прикладом чого вважається досвід запозичення цієї моделі колишніми колоніями низки європейських країн. У зв'язку з особливостями місцевого політичного режиму та відсутністю законодавчих гарантій, у постколоніальний період громадські ЗМІ стали для нових незалежних урядів засобами пропаганди.

Проте, як зазначають дослідники, відомі успішні спроби регіонально пристосувати моделі функціонування громадських ЗМІ шляхом законодавчого регулювання їх діяльності. Так, починаючи з 1993 р., у Південній Африці незалежність громадського телебачення гарантується окремим законом, який, зокрема, передбачає проведення публічних слухань для затвердження членів керівного органу телекомпанії – Ради директорів [3].

Проблема становлення громадського мовлення безумовно є актуальною для країн пост-комуністичного простору, де фактично відсутній “громадський” критерій формування ЗМІ. Балтійський Медіа-Центр і американська організація IREX, провівши порівняльне дослідження ЗМІ 19 країн, констатували високий рівень і демократичний характер східноєвропейського, окрім Сербії і Білорусії, законодавства про ЗМІ, зазначивши при цьому, що воно багатьма статтями дублює західноєвропейські закони. “Разом з тим, – зазначається у дослідженні, – іншим висновком було визнання того, що ці закони не завжди працюють – громадські ЗМІ функціонують під жорстким політичним впливом” [3].

Недоліки місцевого запровадження західної законодавчої моделі громадського мовлення виявив конфлікт 2000 р. між чеським громадським телебаченням і владою [5, с. 15].

У Російській Федерації процес становлення громадського ТБ досить суперечливий, адже одним із ключових документів донедавна була Доктрина інформаційної безпеки РФ, прийнята у січні 2000 р., і спрямована на посилення ролі контрольованих владою державних ЗМІ. У 2002 р. парламент розглянув новий законопроект, яким передбачена заборона державного фінансування громадських ЗМІ. Фактично, це була реакція на тотальний контроль з боку влади, що породив конфлікт із телеканалом “НТВ” і ситуацію довкола Громадського російського телебачення, назва якого не відповідає юридичній формі. 51% акцій ГРТ належало на той час державі, а 49% – приватним інвесторам, причому президент був одним із головуючих опікунської ради. Впровадження нового законодавства про ЗМІ вимагало відмови від Доктрини інформаційної безпеки, спрямованої на посилення політичної влади і такої, що не припускає незалежної діяльності громадських мовників [6, с. 90–91].

Суттєвий вплив на структуру власності телебачення здійснюють процеси, направлені на всі можливі форми концентрації та інтеграції: горизонтальну інтеграцію

(особливо в кабельному телебаченні), перехресну концентрацію (між газетами, радіо і телебаченням) [7, с. 13–16].

Навіть у великих європейських містах телевізійні ринки розділені між двома-трьома студіями, або, навіть, повністю монополізовані однією великою телекомпанією. Саме тому Європа почала фінансувати найважливіший напрям роботи громадського телебачення – інформування про ситуацію в регіонах держав. Бюджети для створення публіцистичних та інформаційно-аналітичних передач формувалися зі спеціально передбачених грантів для ЗМІ. Звичайно, структури Європейського союзу, зокрема Фонд, переслідують насамперед інтереси зовнішньої політики. Так, доки Польща не вступила у ЄС, польське регіональне громадське телебачення “ТВ3” виконувало дві функції: інформаційну та психологічну. Програми, які виконували першу функцію, зображували майбутнє Польщі в ЄС, а психологічний вплив полягав у тому, щоб зменшити побоювання щодо майбутнього шляхом інформування про позитивні моменти, що пов’язані зі вступом до ЄС.

Отже, для забезпечення можливості адекватного інформування населення шляхом якісного громадського мовлення, повинна бути реальна співпраця між представниками ЗМІ та органами влади. Але це неможливо зробити без наявності інформаційної стратегії, завдання вироблення якої покладено на органи влади та керівництво кожної телекомпанії. Така стратегія повинна бути розроблена на національному рівні і впроваджена на регіональному, враховуючи місцеві відмінності. Вона повинна містити засоби комунікації між соціальними партнерами, а також розглядати необхідність побудови загальної інформаційної платформи, яка робить цю співпрацю можливою.

Список використаної літератури

1. Багиров Э. Г. Основы телевизионной журналистики / Багиров Э. Г., Борецкий Р. А., Юровский А. Я. под ред. А. Я. Юровского. Издательство Московского университета. – 1987. – С. 14–24.
2. Бюлетень №10 Бюро інформації Ради Європи, Резолюція та рекомендації органів Ради Європи щодо засобів масової інформації. Харківська правозахисна група Європейська демократія і ЗМІ. – Режим доступу : <http://www.coe.kiev.ua/bul/bul10/index.htm>
3. Клименко І. Громадські ЗМІ: поняття, міжнародний досвід і перспективи для України. Школа політичної аналітики при НаУКМА. Центр медіареформ / Клименко І., Павленко Р. – Режим доступу : www.mediareform.com.ua.
4. Мелешенко О. К. Чотири століття британської журналістики / Мелешенко О. К., Черняков Б. І. // Наукові записки. – К. : Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 191–193.
5. Полуэхтова И. А. Общественное функционирование телевидения (анализ концептуальных подходов) / Полуэхтова И. А. // Мир России. – 1997. – № 1. – С. 12–15.
6. Рантанен Т. Глобальное и национальное. Масс-медиа и коммуникации в посткоммунистической России / Рантанен Т. – М. : МГУ, 2004. – С. 89–91.
7. Різун В. В. Роль ЗМК в демократичному суспільстві / Різун В. В. // Публіцистика і політика. Вип. 2 ; за ред. проф. В. І. Шкляра. – К. : 2001. – С. 13–16.

Стаття надійшла до редколегії 10.09.13

Прийнята до друку 08.10.13

**PUBLIC BROADCASTING:
INTERNATIONAL EXPERIENCE AND PROSPECTS**

Oksana Golovchuk

*Open International University of Human Development “Ukraine”,
Carpathian Enterprise Institute,
Zavodskaya Str., 1 “A”, Khust, Transcarpathian region, 01030, Ukraine,
e-mail: ggksana@gmail.com*

The process of creation of public media in the West, which has a tradition of fostering the emergence of media pluralism. Characterized by legal guarantees economic independence television broadcasting.

Key words: social media, public broadcasting, political dependence, power, commercialization, information policy, transparency.

**ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Оксана Головчук

*Открытый международный университет развития человека “Украина”,
Карпатский институт предпринимательства,
ул. Заводская 1 “А”, г. Хуст, Закарпатская обл., 01030, Украина,
e-mail: ggksana@gmail.com*

Рассмотрен процесс создания общественных средств массовой информации в западных странах, который оказывает содействие становлению традиций плюрализма медиа. Охарактеризованы правовые гарантии экономической независимости телевизионного вещания.

Ключевые слова: общественные СМИ, общественное вещание, политическая зависимость, власть, коммерциализация, информационная политика, транспарентность.