

Хоменко І. А.,
д-р наук із соц. комунік.;
Фоменко В. І.,
кінодраматург

УДК 007: 304: 001: 3: 070.448: 621.396.7

Функціональність громадського телевізійного та радіомовлення з позицій концепції соціального гомеостазу Норберта Вінера

Статтю присвячено функціональності громадського телевізійного та радіомовлення. Проблему розглянуто з теоретичних позицій соціальної кібернетики. Обґрунтовується доречність розбудови громадського мовлення у формах оптимізованої служби новин, служби розслідувань та ефірного мистецтва.

Ключові слова: громадське телебачення, громадське радіомовлення, соціальна кібернетика, соціальний гомеостаз, новини, розслідування, мистецтво.

Мета дослідження – створити теоретичне обґрунтування функціональних особливостей медіа демократичного відкритого суспільства, яке дасть змогу доказово диференціювати телерадіоканали власне громадського призначення та телерадіоустанови комерційного і пропагандистського спрямування, що приходять маніпулятивні комунікаційні пріоритети псевдодемократичною риторикою. Завдання: визначити характерологічні особливості концепту «громадське телерадіомовлення»; сформулювати теоретичну основу, яка дозволить доказово відрізнити функціональність громадських медіа від ЗМІ інших типів; на підставі даних ретроспективного аналізу комунікаційного простору встановити відповідність між теоретичною основою дослідження і реальною практикою медіа; узагальнити результати у вигляді рекомендацій, корисних для дослідників і практиків ЗМІ.

Об'єкт дослідження – система соціальнокомунікаційних функціональних пріоритетів суспільства відкритого типу.

Предмет – функціональність телевізійного і радіомовлення як засобів суспільної самоорганізації.

Актуальність теми впливає з потреби створення надійних механізмів розпізнавання суспільно позитивних і негативних комунікаційних процесів; основні положення праці оприлюднені в процесі громадського обговорення концепції громадського мовлення [1].

Концепція відкритого і закритого суспільств обґрунтована А. Бергсоном [2; 3] і К. Поппером [4]. Концепцію медіа як засобу підтримки суспільного гомеостазу висунув Н. Вінер [5; 6]. Методологія виявлення засобів маніпулювання

соціумом шляхом підміни понять, практично придатна для використання в умовах суспільства, де олігархічні групи використовують медіа з власною метою, запропонована Дж. Родденом [7]. Прикладне використання ідей Н. Вінера з метою аналізу національного комунікаційного простору вже здійснювалося раніше І. Хоменком з метою дослідження телерадіомистецтва [8], але у контексті теми цієї розвідки (становлення національних громадських телерадіомовних структур) соціальнокібернетичний підхід використовується вперше.

Одним із найнебезпечніших медійних явищ є симулякр суспільно корисної праці, який приховує соціально деструктивну мету. Він може бути реалізований як на рівні створення окремих програм, так і в межах медійної системи. Стосовно громадського телерадіомовлення це означає організацію комунікаційного сервісу, що прямо або опосередковано фінансується за рахунок суспільства, але підпорядкований олігархічним групам і зрощеною з ними так само, як і комерційні медіа.

Наявність механізмів розпізнавання і відторгнення такого явища, якщо не на рівні прямої заборони подібної інформаційної діяльності, то хоча б на рівні втрати громадської довіри до відповідної медійної продукції, є запорукою захисту від духовної та інтелектуальної деградації країни.

Виявити симулякр громадської інформаційної служби не завжди просто. Досвід доводить, що реальні замовники комунікаційного продукту не завжди відомі навіть журналістам, а справжні пріоритети починають виразно виявлятися лише у кризових ситуаціях. Напри-

лад, у часи соціальних зрушень, що загрожують інтересам замовника, або у випадку його бізнес-конфлікту з іншою олігархічною групою.

Водночас, цілком можливо відрізнити громадське мовлення від псевдогромадського, навіть не володіючи конфіденційною інформацією про його реальних керівників (власників), за непрямими ознаками. Тобто шляхом аналізу не конкретного змісту, а його функціональної спрямованості.

Норберт Вінер часто пояснював окремі положення соціальної кібернетики за допомогою порівнянь, називаючи, наприклад, комунікаційний контент з нульовим значенням «інформаційним мулом». Спробуємо і ми пояснити сказане вище за допомогою простого прикладу. Побачивши на рейді яхту одного російського олігарха, відомий мандрівник і моряк Федір Конюхов вкрай погано оцінив її мореплавні якості, відзначивши надмірну вагу судна. Він сказав, що конструкція плавзасобу не відповідає його меті (розважальні подорожі). На той час громадськості не було відомо, що яхта такого типу є по суті замаскованим військовим кораблем з вертолітним майданчиком і прихованою бронею, справжня функція якого полягає у захисті власника на морі та евакуації його з суходолу. Але аналіз непрямих ознак (незвичного співвідношення розміру і водотоннажності) одразу дав змогу фахівцеві виявити функціональний дисонанс у конструкції цього зовні мирного «плавучого палацу».

Так само – якщо виявити концептуальні риси, які визначають природу громадського мовлення, й екстраполювати їх на реальну телерадіомовну компанію, можна з високою часткою ймовірності сказати, чим відрізняється громадське мовлення від інших медіа? *Назвою? Статутом?*

В історії часто трапляються випадки, коли назви не відповідають суті, правила залишаються на папері. «Народні підприємства» не є народними, державні структури здійснюють антидержавну політику, правоохоронні органи і суди стають символом неправосудного свавілля.

Змістом окремих передач? Громадянською позицією журналістів?

Знову ж таки досвід журналістики доводить: за певних обставин і державні, і комерційні телерадіостанції можуть працювати як на користь суспільству, так і всупереч його інтересам. Від конфлікту між совістю і наказом не застрахований жоден репортер, яку б форму власності не декларувала його редакція. У 1933–35 рр. спроба співробітників українсько-

го радіо залишитися чесними, розповісти про голодування і репресії бодай на рівні прихованих алегорій призвела до звинувачень у шкідництві (так звана «справа радіокомітету»). У 1947 р. спроба співробітників провідних радіокорпорацій США критично осмислити повоєнну реальність спричинила звинувачення у антиамериканській діяльності і політичні переслідування (так зване «полювання на відьом»; мало хто знає, що почалося воно не з Голівуду, а з радіомовлення). Те, що у першому випадку жертвами репресій стали співробітники державного радіокомітету, а в другому – комерційних радіомереж, не робить обставини політичних гонінь більш або менш трагічними.

Ці факти порівняно добре вивчені соціальними дослідниками [8]. Віримо, що історія нещодавніх «зачисток» українських ЗМІ – як державних, так і приватних – від порядних людей, що не хотіли називати чорне білим, теж стане предметом наукового осмислення. Але із сказаного зрозуміло, що наявність у штаті безкомпромісних професіоналів теж не є ознакою винятковою громадського мовлення порівняно з мовленням інших видів.

На нашу думку, його провідною функціональною особливістю має стати відповідність комунікаційним механізмам самоорганізації «відкритого суспільства». Тобто суспільства реальної демократії, де голос громадянина чогось вартий, а волевиявлення людей є фундаментом державної конструкції. У «закритому» суспільстві, побудованому за принципом адміністративної вертикалі і «ручного керування» всіма складниками життя, створювати орієнтовані на громаду медіа немає сенсу. Вони будуть лише симулювати відповідну діяльність, залишаючись суто маніпулятивними службами (так само, як олігархічний диктат часом маскує свої сервісні механізми під демократичні інституції). Або об'єктивно протидіяти тій системі, складником якої вони є. Наслідки такої протидії передбачувані (див. згадку про «справу радіокомітету» і «полювання на відьом»).

Отже, будемо виходити з того, що майбутнє України – відкрите суспільство реальної економічної й політичної демократії. А громадське мовлення – один із соціальних механізмів самоорганізації такого суспільства.

Науковий принцип, що відповідає засадам саме такої комунікаційної діяльності, сформульований доволі давно. Це концепція суспільного гомеостазу Норберта Вінера, основою якої є ідея соціального зворотного зв'язку. Фундатор кібернетики Н. Вінер порівнював механізм са-

моорганізації суспільства з автомобілем, водій якого бачить зміну дорожньої ситуації й оперативно реагує на неї, оминаючи перешкоди.

Щодо засобів масової інформації функціонування подібної схеми потребує максимально можливого вдосконалення:

> системи надходження сигналу (оперативної інформації про стан речей)

> системи обробки сигналу (уточнення даних, розпізнавання прихованих і неочевидних відомостей, відокремлення корисної інформації від того, що Н. Вінер називав «шумом» або «інформаційним мулом»)

> системи інтерпретації сигналу (власне здібностей і навичок самого водія, який мусть бути достатнього підготовленим для коректного реагування на нові відомості).

Такий медійний підхід суперечить принципам комунікації, побудованим на ідеях впливу, маніпуляції аудиторією, формування готових шаблонів мислення та поведінки або штучних споживацьких потреб. Тому, ймовірно, викличе внутрішню протидію у фахівців, вихованих на відповідних комунікаційних концептах. Не погодяться з ним і ті, хто сприймає впровадження суспільних каналів як політехнологію, мета якої – переділити ефірний простір. Але саме він дасть змогу найповніше розкритися принципу телерадіомовлення як суспільної служби, сформульованому ще у першій третині ХХ ст. у Великій Британії під час дискусій про громадський або комерційний статус радіо: «Громадянин для нас важливіший, ніж споживач» [9].

Розглянемо складники наведеної тріади докладніше.

Новини. Система надходження сигналу від мовника до аудиторії (не в інженерному, а в соціальному розумінні) у медіа – це служба новин. Без власного механізму оперативного пошуку і розповсюдження достовірної інформації і конкретний мовник, і суспільство як таке приречені на беззахисність і комунікаційну другорядність. Змушені «жувати шматок, відкушений іншими», користуватися вторинними відомостями, джерела яких не завжди відрізняються професійною порядністю.

Останні події в Україні породили нову якість новинної екстремальної журналістики. Сприяли розвитку аудіовізуальних ЗМІ на базі інтернет-технологій, соціальних мереж і водночас ніби повернули медіа у «золоту добу» радіомовлення, коли «королем ефіру» був прямий репортаж з місця подій. Оперативні відомості тоді (задовго до виникнення «всесвітнього павутиння») надходили від великої кілько-

сті позаштатних авторів, кожен слухач, що став випадковим свідком чогось цікавого, розглядався як джерело інформації, заохочувався до контактів з редакцією. Варто використати цей досвід максимально.

Отже, одним із складників, без якого не може існувати громадське мовлення, є служба новин. Сучасні принципи її організації і вдосконалення – тема окремої розмови. Але найважливіше уникнути спокуси організувати її як пропагандистський інструмент. Інформаційні служби можуть бути ефективним засобом маніпулювання свідомістю (згадаємо радіомовлення нацистської Німеччини, програми якого аналізувалися і рецензувалися не тільки відповідною імперською палатою III рейху, а й безпосередньо секретною поліцією, гестапо). Але подібний шлях – діаметрально протилежний самій природі відкритого суспільства. Навпаки, канал, який оперативно і безкомпромісно буде розповідати правду, в який би табір вона не вела, стане найкращим інструментом консолідації суспільства. Аудиторія неодмінно відчує відсутність ангажованості, притаманної іншим мовникам, і віддячить за це довірою.

Розслідування. Навіть виконуючи свій обов'язок найкращим чином, репортери новин не завжди можуть гарантувати вчасне надходження критично важливої для суспільства інформації. Багато подій не потрапляють в ефір тому, що залишаються у зоні неочевидності, маскуються за допомогою маніпулятивних прийомів. Ще меншою мірою «репортажний» підхід сприятиме виявленню прихованих тенденцій, причин тих наслідків, які виливаються у певні дії. Наприклад, репортаж з «гарячої точки» може продемонструвати поле бою. Але правду про економічні причини війни слід шукати не в окопах. Останні події в Україні продемонстрували це доволі яскраво. Повертаючись до системи понять соціальної кібернетики, можна сказати, що сигнал, який створюється редакцією новин, повинен оптимізуватися, уточнюватися і доповнюватися іншою службою, яка використовує спеціальні прийоми пошуку і перевірки знань. Своєрідною розвідкою журналістики. Ідеться про службу розслідувань. Без неї найоперативніша поточна інформація буде надходити із запізненням і не відіграє корисної ролі у соціальному гомеостазі. Наприклад, репортери «останніх новин» зробили більше, ніж могли, щоб показати людям, які гинуть під снайперським вогнем у центральних кварталах Києва. Але, якщо б служба журналістських розслідувань вчасно виявила і розповсюдила достовірні відомості

про снайперські групи, метою яких є вбивство і учасників протестів, і правоохоронців, а також точно назвала сили, які стоять за діями цих злочинних структур, ймовірно, розстрілу не відбулося б. Це стосується не тільки екстремальних випадків. Реалізація будь-якої кримінальної схеми, викритої журналістами достовірно і доказово, стає проблематичною. Кажемо про це з усією відповідальністю, оскільки віддали журналістському розслідуванню понад десять років життя і були одними із перших, хто написав про зрощування влади й організованої злочинності, про формування у надрах спецслужб закритих підрозділів із скомпрометованих (і тому не спроможних відмовитися від протиправних доручень, не вільних у виборі між добром і злом) співробітників (див. «Дзеркало тижня», статті «Інформаційний запит», «Доповідна записка», «Слідство закінчене, забудьте» та ін.).

Таким чином, двома складниками, на яких варто будувати громадське мовлення, є власна служба новин, оптимізована з урахуванням сучасного досвіду, і власна служба журналістських розслідувань. Вони, як зазначалося, забезпечать удосконалення сигналу, того інформаційного потоку, що надходить від медіа до аудиторії.

Ефірне мистецтво. Усі зусилля, витрачені на виробництво знань, будуть марними, якщо споживач інформації виявиться не готовим для її коректного сприйняття та інтерпретації. У теорії інформації цей складник системи соціального зворотного зв'язку називають приймачем або «тезаурусом». Хрестоматійний приклад невідповідності тезауруса сигналу – газета у руках неписьменного. Яким досконалим не був би журналістський текст, він не буде у цьому випадку розпізнаний.

Сприйняття телерадіоінформації нібито не вимагає від аудиторії вміння читати. Але без формування навичок зосередженого мислення й аналізу, без коректних настанов на сприйняття того чи того символічного коду громадське телерадіомовлення не зможе претендувати на відгук, адекватні реакції аудиторії на повідомлення.

Єдиним інструментом, здатним «освічувати розважаючи», ненав'язливо і поступово формувати тип підготовленого, вихованого глядача/слухача, є мистецтво. Роль ефірного мистецтва у формуванні аудиторії зрозуміли всі країни, перед якими постало завдання створити незалежний консолідований інформаційний простір, від Бразилії до Індії. Нині це відчувається особливо гостро. Зрозуміло, що образ

«бандерівців», яким лякають глядача російські новини, запозичений не з життя, а саме з мистецтва, старих кінофільмів, створених під певним кутом зору. Щоб протиставити цьому «послання» духовну альтернативу, каналу «1+1» довелося використати цитату з американського фільму «Хоробре серце». Анонс, де персонаж Мела Гібсона закликає шотландців до боротьби за свободу, справив достойне враження, але одночасно став символом повного занепаду української аудіовізуальної культури, не здатної сказати про свою біду незапозиченою мовою.

Варто сказати, що контекстне позиціонування анонсів як засіб оприлюднення громадської позиції використовувалося раніше Українським радіо. Але аносувалися мистецькі програми власного виробництва. Ось, наприклад, який анонс звучав на хвилях Першого каналу у дні, коли Президентом України було обрано В. Януковича – не внаслідок симпатії більшості українців до регіоналів, а внаслідок очевидної відсутності політичного лідера, здатного консолідувати суспільство:

«Голос: Наш анонс.

Майстер меча: Ви вже переможені. Вас перемогла порожнеча.

Голос: Буває так, що мрії про перемогу добра виявляються марними, а сила і правда опиняються на різних берегах.

Капітан: На боці несправедливості – все... Сила зброї і сила слова... Наймані солдати і наймані брехуни у парламенті. Наймані судді і наймані літератори, які що хочеш виправдають за гроші...

Голос: Трапляється – навіть кращих людей охоплює сумнів...

Капітан: Вважаєте, я не здатен відрізнити навігаційні нотатки і карти вимірів глибини від ліричних спогадів? Навіть якщо ці нотатки шифровані... Так, я хворий. Але не сліпий...

Голос: Але і в хворобі, у відчаї, в найгірший день свого життя – все одно знай, що добро переможе!

Голос 2: А на світанні світ ясний
Дзвениць!

І так бездонно летється,

Що варто крикнучь: «Боже мій!»

І з неба хтось-таки озветься.

Голос: Сучасна поезія і романтична класика, справжні роздуми майстрів бойових мистецтв і химерні пригоди на березі великої ріки – у радіоп'єсі Іллі Хоменка та Володимира Фоменка «Кілька сторінок із книги забутих історій» (звучить пісня):

Завжди на тиховодді / Підступна глибина. / До неба курс сьогодні / Чи може, до дна? / Гарячими руками / Тримаємо стерно – / Та хай там як, під нами / Холодне дно. / Не палуба під нами, / А чорне дно...»

(В анонсованій радіоп'єсі було використано факти творчої біографії й окремі мотиви творів Дж. Кон-

рада, вірш О. Крестініна у перекладі Н. Вернигори, пісні І. Хоменка та В. Фоменка, написані спеціально до вистави, і документальні записи за темою програми; повний перелік посилань звучав на початку і наприкінці радіовистави; цікаво, що презентовані у виставі складники органічно вписалися у кілька хвилин анонсу).

Отже, щоб удосконалити аудиторію, її менталітет, принципи осмислення нею інформації, необхідне власне аудіовізуальне мистецтво, притому особливого типу.

Принципову відмінність художнього продукту, виробленого громадським телерадіомовленням, від продукту комерційного, на нашу думку, найкраще визначають слова першого генерального менеджера Бі-Бі-Сі Джона Рейза: «Значно небезпечніше недооцінити менталітет аудиторії, ніж переоцінити його [9]». Інакше кажучи, в усіх зразках своєї продукції, від гумору до мелодрам, від детективів до інтелектуального кіно (радіоп'єс) громадські канали мають виходити з прагнення зробити глядача (слухача) розумнішим, спонукати замислитися, а не орієнтуватися на найнижчий рівень потенційної аудиторії. Досвід доводить, що цікаве - цілком може бути розумним (згадаймо ненав'язливий філософський підтекст «Зоряних воєн». Або – роль у формуванні української літературної мови такого веселого твору, як «Енеїда» Івана Котляревського).

Завдання створити соціально орієнтоване оригінальне мистецтво може виявитися сьогодні фінансово обтяжливим для телебачення. Але радіо повністю готове до його виконання. Адже, щоб створити досконалу радіоп'єсу, здатну вплинути на людей так само, як і досконалий кінофільм, достатньо двох-трьох акторів, однієї студійної й однієї монтажною зміни.

Роль радіодрами у формуванні навичок зосередженої уваги та творчого мислення у слухача загальновідома. Не зупиняючись на психологічних і соціологічних аспектах явища, варто сказати головне: у людей, що призвичаїлися до акустичного мистецтва і гарного телекіно, поріг критичності щодо маніпулятивних технологій значно вищий, ніж у пасивних споживачів музично-розважальних форматів. Розвиненого слухача (глядача) смикнути за нитки дешевої пропаганди непросто. Для цього недостатньо повторення примітивних слоганів (на чому тримається сучасна політична агітація і комерційна реклама). А от-же, він наділений саме тими рисами громадянина відкритого суспільства, за наявності яких демократія не перетворюється на «вибір без вибору».

Процес створення спеціально для Українського радіо оригінальних сценаріїв різних

жанрів (фантастики, детективу, сучасної драми), а також здійснення експериментальних художніх проектів і проведення відкритих конкурсів на найкращу радіоп'єсу розпочався у часи, коли радіокомпанію очолював В. Набруско. Відновити таке виробництво можна доволі швидко.

Крім удосконалення менталітету аудиторії, у радіоп'єс (і, певною мірою, високоякісних телевізійних серіалів) є ще одна необхідна для громадського мовлення властивість. Моделюючи реальність шляхом художнього узагальнення, вони є доволі надійним інструментом соціального прогнозування («суспільним сейсмографом» і «мистецтвом народної совісті», як стверджувала німецька критика). Передивившись кілька радіоп'єс-антиутопій, написаних нами для Українського радіо впродовж 2007–2009 рр., ми відчули щось схоже на «дежавю» або ефект хибної пам'яті. Події останніх днів були відтворені у них майже один в один, з деталями і подробицями, які не здавалися тоді політичним аналітикам очевидними. Збігалися навіть деякі офіційні формулювання з діалогами вигаданих персонажів. У цьому немає нічого містичного. Фахівцям добре відомий цей ефект художньої прогностики, схожий на результат розв'язання математичної задачі. Він повторювався в усіх країнах, де існує розвинена ефірна драматургія. Сценарист створює умовну схему певних подій. Якщо дані обрано достовірно і тенденцію встановлено коректно, результат буде відповідати тому, що утвориться в аналогічній реальній ситуації. Ще у 1937 році радіодраматург А. Макліш (США) спрогнозував у радіоп'єсі «Падіння міста» аншлюс, відомості про це ввійшли у підручники з історії радіомовлення [8; 10; 11; 12].

Таким чином, завдяки використанню мистецького чиннику аудиторія громадського мовлення зможе краще орієнтуватися не тільки у потоці сучасної інформації, але і в перспективних тенденціях.

Слід зазначити, що обмеженість фінансування, якою часто мотивують відсутність кореспондентської мережі, групи розслідування або мистецьких програм, насправді зазвичай є не причиною, а мотивуванням подібного стану речей. Щодо перших двох складників, то і репортерський досвід авторів, і досвід їхніх колег доводить, що в українських реаліях «погані новини» не треба шукати. Вони самі знаходять тебе. Відсутність в ефірі відповідного контенту свідчить не про ускладнення з виявленням суспільно небезпечної інформації

ції, а про позицію редакції і совість журналіста, що багато разів за життя знехтував репортерським принципом «якщо знаєш – не мовчи» і не відгукнувся на благання скривджених про допомогу. Щодо художніх програм – з виникненням комп'ютерних технологій виробництво їх здешевіло у багато разів. А природна еволюція медіа, значною мірою викривлена штучно нав'язаним диктатом комерційних інформаційно-музичних та розважальних форматів, породила нові форми адаптації класичної культури до потреб користувачів інтернету.

Приміром, звичним контентом відеохостингів стали буктрейлери (book trailer) – короткі ролики з відеоанотацією нових і класичних книг. Ця форма короткого сюжету (від слайд-шоу до ігрової кінематографічної ілюстрації до ключових епізодів книги) була вперше представлена широкому загалу в 2003 р. на книжковому ярмарку в Луїзіані як складник видавничої рекламної кампанії [13–16]. Але з того часу вона вийшла за межі рекламного продукту, стала формою сучасної народної творчості, інструментом популяризації культури. Виробництво її виявилось посильним навіть для непрофесіоналів. А в 2002 р. Українське радіо запустило проект оригінальних драматичних мініатюр «Зв'язок часів» («Пам'ятаймо»), присвячений ключовим подіям української історії і культури. Ця форма виявилася настільки вдалою, що вийшла за межі ефірного простору НРКУ, була адаптована з посиланням на першоджерело аудіо видавництвами, інтернет-ресурсами та іншими радіостанціями.

Нині за безпосередньою участю авторів цієї розвідки на кафедрі телебачення та радіомовлення Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка здійснюється експериментальне дослідження нових коротких форм популяризації книжкової культури засобами радіомовлення. Силами студентів 4 курсу радіоспеціалізації створено перший концептуальний проект аудіобуктрейлерів з елементами тизерної соціальної реклами (від англ. *teaser* – головоломка, твір, що інтригує, дразнить, захоплює увагу). Серед коротких звукових кліпів-трейлерів, створених за мотивами творів Г. Х. Андерсена, А. де Сент-Екзюпері, І. Багряного, С. Кінга (вибір першоджерела – на розсуд і за смаком студента), є справжні режисерські і драматургічні шедеври. Головною характерологічною ознакою кожної радіоініціативи є соціальна актуальність у широкому розумінні цього слова, співвіднесеність світової класики і проблем української сучасності. На практиці доведено,

що виробництво високохудожніх драматичних проектів цілком можливе на технологічній базі звичайної радіоредакції. Отже, воно може бути реалізоване силами громадського радіомовлення навіть за умов відсутності спеціального фінансування.

Розбудова громадського мовлення (і радіоного, і телевізійного) на фундаменті визначених складників – новини, розслідування, мистецтво – не означає відсутності в громадському ефірі звичного для сучасного телебачення контенту, від політичної аналітики до спортивних і гумористичних передач. Просто саме новини, розслідування і мистецтво варто зробити домінантами мовлення, а інші форми – гнучко вписати в архітектуру побудованої навколо цих стрижнів конструкції.

Створене таким чином і на засадах зворотного зв'язку, з урахуванням реакції аудиторії, громадське мовлення буде, у гарному розумінні, мати потужну соціальну інерцію. Воно сприятиме розвитку соціуму у напрямі реальної демократії, фіксуючи позитивні і негативні складники цього руху, але виявиться об'єктивно малопридатним для здійснення неправдивої пропаганди, гальмуватиме будь-яку спробу перетворити його на інструмент політичного чи комерційного навіювання. А отже, стане вагомим засобом у системі суспільної самоорганізації.

Водночас, відсутність в ефірі телерадіостанції, яка позиціонується як громадська, достовірних новин, об'єктивних розслідувань і мистецьких програм соціального спрямування є суттєвим приводом замислитися: чи справді ми маємо справу з суспільно орієнтованим комунікаційним засобом?

Висновки. Характерологічні складники концепту «громадське телерадіомовлення», визначені в основному тексті статті, мають відповідати принципам комунікаційної самоорганізації суспільства відкритого типу.

Одним із можливих варіантів формування громадського мовлення є розбудова його на умовних рівнях «створення сигналу» (служба новин), «удосконалення сигналу» (служба журналістських розслідувань) і вдосконалення аудиторії (телерадіомистецтво).

Телерадіомовна система, функціонально структурована у такий спосіб, придатна для виконання ролі громадських медіа у соціальному гомеостазі.

Навпаки, нехтування визначеними складниками може бути однією з ознак імітування суспільно орієнтованої діяльності ЗМК і наявності у нього завдань прихованого негативного впливу на аудиторію.

1. *Фоменко В.* Громадське мовлення з погляду соціальної кібернетики [Електронний ресурс] / Володимир Фоменко, Ілля Хоменко. – URL: http://my.media.org.ua/articles/psb/gromadske_movlennya_z_poglyadu_soc_alno_k_bernetiki.html.
2. *Бергсон А.* Два источника морали и религии / А. Бергсон. – М. : Канон, 1994. – 384 с. – (История философии в памятниках).
3. *Бергсон А.* Творческая эволюция [Електронний ресурс] // Хорошая библиотека. – URL: <http://goodlib.org>.
4. *Попнер К.* Відкрите суспільство та його вороги // Твори : в 2 т. – К. : Основа, 1994. – Т. 1. – 494 с.
5. *Винер Н.* Индивидуальный и общественный гомеостазис [Електронний ресурс] / Н. Винер ; пер. с англ. М. Н. Грачева. – URL: http://grachev62.narod.ru/wiener/n04_94st.html.
6. *Винер Н.* Кибернетика и общество [Електронний ресурс] / Норберт Винер. – URL: <http://grachev62.narod.ru/wiener/cybsoc.html>.
7. *Rodden J.* Ma Bell, Big Brother and the information Service Family Feud // Media Studies Journal. – 1992. – Vol. 6. – № 2. – P. 1–16.
8. *Хоменко И. А.* Соціальна функціональність художнього радіомовлення : монографія / И. А. Хоменко. – К. : Київ. нац. ун-т, 2012. – 347 с.
9. *Eldridge J.* The BBC: The struggle for Public Service Broadcasting // J. Eldridge, J. Kitzinger, K. Williams The Mass Media and Power in Modern Britain. – Oxford University Press, 1997. – P. 45–59.
10. *Маклиш А.* Падение города. Радиопьеса // Падение города : сб. амер. радиопьес. – М. : Искусство, 1974. – С. 29–45.
11. *Попов И.* Радиотрибуна Арчибальда Маклиша // Радиоискусство: Теория и практика. – М. : Искусство, 1981. – С. 91–120.
12. *Хоменко И.* Оригінальна радіодрама: історія, теорія, практика : [навч. посіб.] / И. А. Хоменко ; за ред. В. Я. Миронченка. – К., 2002. – 320 с.
13. *Буктрейлер* [Електронний ресурс]. – URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BB%D0%B5%D1%80>.
14. *Pattison D.* Book Trailers O. [Електронний ресурс] / Pattison Darcy. – URL: <https://www.darcypattison.com/marketing/book-trailers/>.
15. *Тизер-трейлер* [Електронний ресурс] – URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%B7%D0%B5%D1%80%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BB%D0%B5%D1%80>.
16. *Оборин Л.* Скоро на полках! Способны ли трейлеры сделать для книжного рынка то же, что для индустрии кино? [Електронний ресурс] / Л. Оборин. – URL: <http://os.colta.ru/literature/projects/122/details/17834/?expand=yes#expand>.

Подано до редакції 29. 11. 2013 р.

Khomenko Ilya, Fomenko Volodymyr. Functionality of public television and radio broadcasting in terms of the concept of social homeostasis of Norbert Wiener.

The article is dedicated to functionality of public television and radio broadcasting. The problem deals with the theoretical position of social cybernetics. It substantiates the appropriateness of development of public broadcasting in forms of optimized news services, investigative services and art.

Keywords: public television, public radio, social cybernetics, social homeostasis, news, investigations, art

Хоменко И. А., Фоменко В. И. Функциональность общественного телевизионного и радиовещания с позиции концепции социального гомеостаза Норберта Винера.

Статья посвящена функциональности общественного телевидения и радиовещания. Проблема рассматривается с теоретических позиций социальной кибернетики. Обосновывается целесообразность построения общественного вещания в формах оптимизированной службы новостей, службы расследований и эфирного искусства.

Ключевые слова: общественное телевидение, общественное радиовещание, социальная кибернетика, социальный гомеостазис, новости, расследования, искусство.

