**Сніжана Беляєва**

**(Тернопіль, Україна)**

**СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАНОВЛЕННЯ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ЗАКОНОДАВЧА БАЗА (НА ПРИКЛАДІ «HROMADSKE.TV»)**

**Актуальність дослідження.** Останні події в Україні змусили нас по-новому розставити існуючі пріоритети. Суспільство завжди бажає бути обізнаним у змінах, які відбуваються у державі, особливо у період інформаційної війни, тим більше, що її веде проти нас сусідня держава, а не власний уряд. Громадяни втомилися від постійної заангажованості українських телеканалів, некомпетентності журналістів у висвітленні окремих питань. Тема громадського мовлення в Україні – явище, яке може зіграти значну роль у відродженні народу. Чути про спроби створення громадського телебачення в Україні, яке давно вже зайняло свою нішу в країнах Західної Європи та Америки нам довелося уже не раз. Особливістю даного виду телебачення є його незалежність від уряду та приватного бізнесу. Інформаційна наповненість каналу розрахована на подання відомостей, які є не лише цікавими для переважної більшості мешканців країни, але й максимально корисними та правдивим. Події Революції Гідності проставили перед оновленим суспільством завдання закріпити демократичні принципи функціонування органів державної влади та забезпечити дотримання прав та свобод кожного громадянина. Сьогодні час закликає відмовитися від державних телерадіоорганізацій, та здійснити всі необхідні кроки до створення в Україні ефективної, прозорої системи суспільного мовлення, яка б відповідала загальноєвропейським стандартам та виконувала б роль об’єктивного та неупередженого інформатора суспільства, гаранта підконтрольності влади громадянам, прозорості прийняття найважливіших для країни рішень, вільного обміну ідеями та поглядами.

**Актуальність** дослідження визначається провідною роллю засобів масової інформації, зокрема телерадіомовлення у суспільних процесах. Завдяки прийняттю відповідного законопроекту **щодо Суспільного телебачення і радіомовлення в Україні нарешті з’явиться мовник, який буде незалежним від олігархів, від держави і від Кабінету Міністрів**. Таким чином, це позбавить державу від будь-якого впливу на неї. Щоб назвати українське суспільне мовлення повноцінним суб’єктом комунікації потрібно глибше проаналізувати його, враховуючи усі аспекти його діяльності. Цей шлях в Україні лише розпочинається, тому його подальший розвиток, на даний час, є актуальним. Громадянська ініціатива журналістів  зі створення українського громадського медіа - «hromadske.tv, як новий вид ЗМІ користується неабияким попитом та довірою значної частини населення. Саме тому, його розвиток та діяльність, що досліджується в роботі, залишається актуальним питанням не лише для вітчизняного журналістикознавства, а й для практичнї журналістики.

**Мета** роботи полягає в тому, щоб на основі порівняльного аналізу, який спирається на вивчення та узагальнення досвіду суспільного мовлення у демократичних державах проаналізувати діяльність громадського мовлення в Україні, а також виявити оптимальні шляхи розвитку громадського телебачення на прикладі «Hromadske.tv».

Для реалізації мети дослідження ставляться такі **завдання:**

1. Дослідити сучасні уявлення про історію розвитку суспільного мовлення у світі.
2. Проаналізувати законодавчу базу, на основі якої розвивалося громадське мовлення зарубіжних країн.
3. Розглянути приклади громадського телебачення країн-членів Євросоюзу.
4. Простежити хронологію розвитку громадського мовлення в Україні.
5. Проаналізувати українське законодавство, яке регулює та забезпечує сферу телебачення в Україні.
6. Сформувати основні засади та принципи, на яких створюється громадське телебачення.
7. Дослідити ініціативу створення, функціонування, та діяльність «Hromadske.tv».
8. Виявити проблеми та перспективи розвитку каналу громадського телебачення.

**Наукова новизна дослідження:** Вперше на сучасному етапі буде вивчена діяльність новоствореного засобу громадського мовлення «Hromadske.tv». Внаслідок цього будуть розширені та уточнені її основні аспекти функціонування та визначені негативні і позитивні фактори. Це надасть можливість з нової точки зору розглянути специфіку та напрямки подальшого розвитку інформаційної політики, що сприятиме її загальному удосконаленню. Вивчення українського досвіду збагатить міжнародну наукову дискусію про природу та особливості формату громадського телебачення в країнах Центральної та Східної Європи.

**Теоретичне значення** роботи полягає у: з’ясуванні закономірностей розвитку суспільного мовлення у розвинених країнах, також його досвід в Україні.

**Практичне значення роботи:** Розроблені методичні рекомендації нададуть можливість обґрунтованої та цілеспрямованої корекції політики громадського телебачення; забезпечать позитивний вплив на неї; покращать рівень об’єктивності представленої інформації, що, загалом і в цілому, сприятиме ефективнішому функціонуванню суспільного мовлення сучасності.

**Результати дослідження.** Суспільно-політичні зміни в державі, перемога українського народу у виборюванні свободи й обрання нової української влади ставлять перед усіма нами питання про закріплення здобутків демократії та свободи слова. Одним із таких кроків є створення Суспільного телебачення України та перехід до незалежного суспільного мовлення. Реалізація такого проекту має стати однією з надійних гарантій остаточного припинення практики закритого прийняття суспільно значущих рішень державною владою та нав'язування народу викривленої чи дозованої інформації.

Суспільне телебачення та радіомовлення має слугувати інтересам усього суспільства, а не тих чи інших політичних груп впливу, широко представляти інтереси усіх соціальних, релігійних та культурних верств громади. Саме таке телебачення покликане започаткувати створення в Україні справді незалежних ЗМІК європейського рівня, які зможуть забезпечувати громадян України правдивою та повною інформацією, слугуватимуть запорукою формування відкритого громадянського суспільства у країні.

Засоби масової інформації і комунікації посідають особливе місце у системі інститутів громадянського суспільства. Інформуючи про події у світі та в державі, про політичне і громадське життя, вони впливають на формування поглядів людей, громадської думки, яка є важливим інститутом демократичної системи врядування й ознакою функціонуючої «сфери відкритості». Формування громадської думки — найважливіша функція ЗМІК з погляду громадянського суспільства. Аби ЗМІК впливали на формування громадської думки, потрібно, щоб населення ними користувалось. Одним із основних засобів масової інформації у світі, в тому числі й Україні, є телебачення. Телевізор та радіо є практично в кожному домі, і плата за користування ними порівняно невелика, тоді як придбання чи передплата газет дошкуляє сімейному бюджету пересічного українця. Опитування «Соціс-Геллап» показали, що 68% жителів України отримують інформацію про соціальні та політичні події саме з телевізійних програм, 22% — з радіо й лише 10% — із газет та Інтернету.

Україна вступає в найважливіший період новітньої історії її державотворення. Після подій «помаранчевої революції"»перед оновленим суспільством стоїть завдання закріпити демократичні принципи функціонування органів державної влади й забезпечити дотримання прав та свобод кожного громадянина. Одним з основних іспитів на справжню відданість демократії, що їх має скласти влада, буде її ставлення до засобів масової інформації.

Сьогодні вимогою часу є відмова від державних телерадіоорганізацій як інструментів авторитарної системи й здійснення необхідних кроків до створення в Україні ефективної, прозорої системи суспільного мовлення, яка б відповідала загальноєвропейським стандартам і виконувала б роль об'єктивного, неупередженого інформатора суспільства, гаранта підконтрольності влади громадянам, прозорості прийняття найважливіших для країни рішень, вільного обміну ідеями й поглядами.

Запровадження в Україні проектів суспільного мовлення вимагає комплексного підходу до вирішення існуючих проблем. На нашу думку, важливу роль у їх реалізації могли б зіграти такі заходи:

• комплексний аналіз щодо можливості запозичення успішного закордонного досвіду (як відомо з практики Чеської Республіки, моделі законодавств західноєвропейських країн не завжди є прийнятними для країн Східної Європи);

• послаблення надмірного залучення ЗМІ до політичного процесу, що перетворило їх з інструмента демократії на інструмент політики (приміром, у Франції цю проблему було вирішено шляхом заборони передвиборної реклами та інших форм агітації на телебаченні, за винятком дебатів між претендентами на посаду президента);

• дослідження різних додаткових можливостей забезпечення фінансової незалежності суспільних ЗМІК (якщо населення не платить за користування телебаченням, то реальним джерелом фінансування залишається держава та комерційна реклама, а це криє в собі загрозу втручання приватного інтересу в діяльність суспільних ЗМІК та ймовірність витіснення соціально важливих і просвітницьких програм рекламою;

• дослідження можливостей і гарантій прямих іноземних інвестицій (з огляду на польський досвід і наявність відповідної успішної практики деяких українських ЗМІК);

• детальна розробка закону, який би регламентував визначення, гарантії діяльності, механізми функціонування, джерела фінансування, незалежність діяльності й необхідні переваги суспільних ЗМІК перед "ангажованими" (зокрема викликає інтерес пропозиція щодо реформування законодавства про ЗМІК, поділ видів друкованих видань);

• суспільні ЗМІК засновуються особами, які безпосередньо в них займаються журналістикою. Фінансування здійснюється за рахунок передплати, реклами, бюджетних дотацій, реалізація — у роздріб;

• ЗМІК державних органів і органів самоуправління засновуються для оприлюднення лише офіційних документів і повідомлень, роз'яснення рішень, поширення інформації про роботу державних органів;

• у партійних ЗМІК фінансування здійснюється за рахунок партійної каси, передплати і розповсюдження уроздріб;

• у приватних виданнях фінансування здійснюється засновниками за рахунок прибутків від продажу вроздріб і передплати;

• рекламні видання публікують лише рекламу та комерційну інформацію. Політична реклама в них має бути заборонена.

**Висновок.** Підсумовуючи сказане вище, можна констатувати, що в Україні нині відсутні основні передумови для стабільного й ефективного функціонування суспільного мовлення: плюралізм ЗМІ; правове регулювання діяльності громадських ЗМІ; економічна незалежність органів суспільного мовлення.

**Література:**

1. Аналіз сучасного стану телебачення та радіомовлення України / URL: <http://www.nradatvr.kiev.ua/return3.htm>

2. Варениця О. П. Суспільне мовлення в Україні: вплив на свідомість / О. П. Варениця // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. – 2011. – № 105. – С. 37-40.

3. Демченко В.Д. Людина і країна як об’єкт українських теленовин // Українська журналістика в контексті доби. Всеукраїнська практична конференція. Львів, 2004. С. 381-384

4. Кирич І. Суспільне мовлення у сучасних медіасистемах і теоріях медіа / І. Кирич // Медіапростір : збірник наукових статей [із соціальних комунікацій] / ред. рада: Н. Поплавська, І. Крупський, О. Александров [та ін.]. – Тернопіль : ТНПУ, 2014. – [Вип. 5]. – С. 54–58.

5. Крутько О. ЗМІ України: аналіз сучасності: (на матеріалі фахових видань України XXІ ст.) / О. Крутько // Харківський вісник. – 2011. – №1/2. – С. 44-48.

6. "Культура мови - культура нації": [матеріали ІІ Всеукраїнського науково-практичного семінару для працівників загальнонаціональних та регіональних ЗМІ] // Журналіст України. – 2011. – № 4. – С. 9-11.

7. Макарський О. Громадське телебачення в Україні / Олександр Макарський // Журналіст України. – 2013. – № 6. – С. 40–44.

8. Невмержицька О. Перспективи розвитку суспільного мовлення в Україні / Олена Невмержицька // Актуальні проблеми суспільства : збірник наукових праць / за ред. М. Чепіль. – Дрогобич : ДДПУ ім. Івана Франка, 2012. – С. 82-92. – Бібліогр. в кінці ст.

9. Передбачення для журналістики на 2015 рік: прогнози американських експертів про те, що чекатиме журналістику цього року // Журналіст України. – 2015. – № 2. – С. 12–15.

10. Черемних В. Як починалося українське телебачення / Віра Черемних // Журналіст України. – 2012. – № 7. – С. 10-13.

**Науковий керівник:**

канд. наук із соціальних комунікацій, Решетуха Тетяна Василівна.