

**Жук В.В.**  
студент I курсу  
юридичного факультету  
Тернопільського національного  
економічного університету  
Науковий керівник: к.ю.н., доцент кафедри  
теорії та історії держави і права  
**Баран А.В.**

## **СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

Суспільне мовлення є одним з вирішальних чинників формування вираженого, здатного до аналізу та прийняття рішень суспільства. Воно є одним із стандартів демократичного розвитку, адже підтримує такі цінності суспільства, як дотримання прав людини, поваги до інших культур та політичного плюралізму.

«Суспільне мовлення» в офіційних перекладах документів Ради Європи – «здебільшого як громадянське мовлення», а в законодавчих актах – як «мовлення в інтересах громадськості». Суспільне мовлення – це різновид телерадіомовлення, що служить суспільству, фінансується ним підзвітне йому.

Вивченням різних аспектів суспільно мовлення займалися такі науковці, як: Т. Шевченко, Ю. Пласюк, В. Слушаєнко, С. Гнатюк, В. Колах, Н. Лиховід, Г.Бецко та ін.

Основною метою суспільного мовлення (далі – СМ) є формування у людей ідеологічної ідентичності, розвитку національної свідості, виховання патріотизму в громадян нашої держави. Відомий німецький політолог Джон Кін стверджував: «За громадянським мовленням стоять значно шляхетніші ідеї, ніж просто розважання глядача» [1, с. 99].

Для створення системи суспільного мовлення необхідними є проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи серед населення, популяризація завдань та переваг СМ. Завданням суспільного мовлення є програмне наповнення, створення прозорої інформації, програм, які цікавитимуть громадян та відтворюватимуть життя країни [5, с. 16]. Це розважальні, освітні, спортивні та інші програми для різних вікових та соціальних груп. Така програмна політика сприятиме пропаганді загальносуспільних цінностей, висвітленню актуальних проблем розвитку, захисту національної культури, збереженню історичної пам'яті та національної ідентичності. Це забезпечить всебічне інформування громадян і виконання важливої соціальної функції, формування цілісного єдиного гуманітарного простору [1, с. 102].

Запровадження суспільного мовлення сприятиме відновленню національного кіно та програмного виробництва, тобто збільшення в програмному наповненні інформаційного простору. В умовах

інформаційної експансії Російської Федерації - це зменшить присутність на українському екрані російського телевізійного продукту. При формуванні єдиного інформаційно-комунікативного простору держави, система суспільного телерадіомовлення повинна забезпечити виконання таких функцій: внутрішньої та зовнішньої. Перша полягає у об'єктивному інформуванні громадян та забезпеченні комунікації з ними,

друга функція – у забезпеченні об'єктивного та всебічного висвітлення подій в Україні та за кордоном [1, с. 103].

На сьогоднішній день потреба в інформуванні про реальну ситуацію в нашій державі перевищує можливості наших мовників. Однією із складових частин СМ є іномовлення, що забезпечить повну та структуровану інформаційну картину подій в Україні для іноземців та українців, які проживають за кордоном. Це дієвий механізм захисту національних інтересів, мінімізації дезінформації та пропагандистської інформації з боку іноземних мовників, який сприятиме формуванню позитивного іміджу нашої держави в світі [1, с. 103].

В основі ідеального, суспільного телерадіомовлення в Україні має бути незалежність від політичних, олігархічних, бізнесових впливів, впливів окремих соціальних груп, принципова незалежність від держави, прозора процедура формування наглядової ради, дотримання професійності високого рівня журналістики, також підняття рейтингу і довіри глядачів [1, с. 100].

Одним із важливих аспектів, навколо якого виникають суперечки, є засади фінансування суспільного мовлення. Вирішивши цю проблему, забезпечиться стабільність та унеможливиться тиск шляхом маніпулювання джерелами фінансування.

Класична модель суспільного телерадіомовлення базується на суспільному фінансуванні, яке за рахунок абонементної плати максимально мінімізує вплив як державних органів, так і фінансово-політичних груп, перешкоджає комерціалізації СП та робить прогнозованою його фінансово-економічну діяльність [2, с. 197].

У країнах з високим рівнем демократії, за допомогою встановлених законів суспільство намагається забезпечити незалежність ЗМІ від політики чи втручання державної влади так і певних приватних груп [2, с. 194].

Основним джерелом доходів суспільного мовлення в багатьох країнах, зокрема Японії, Норвегії, Швеції, Данії, Фінляндії, Німеччині, Великобританії, Італії та ін., є абонентська плата (ліцензійний збір), що приносить чималі надходження. Так у Великобританії абонплата становить 175 євро, у Фінляндії – 245, у Франції – 125, проте враховуючи низький рівень доходів українців абонплата, яка пропонується в урядовому законопроекті здається недоцільною [3, с. 67].

Виходячи з вищевикладеного, у сучасних українських реаліях джерела фінансування суспільного мовлення мають бути різноманітними, що дозволить забезпечити його максимальну

незалежність. Ці джерела мають включати пряме бюджетне фінансування, що передбачено законопроектом; державне замовлення; доходи від реалізації аудіовізуальної продукції; спонсорську допомогу, доходи від реклами, також згідно чинного законодавства передбачено благодійні та добровільні внески від фізичних та юридичних осіб [3, с. 66].

Обсяг державного фінансування суспільного мовлення має бути чітко обмежений. Це з одного боку забезпечить фінансову стабільність організації суспільного мовлення, а з іншого – не буде основним джерелом доходів, що мінімізує здійснення тиску на неї з боку органів державної влади [3, с. 67].

Щодо такого джерела фінансування суспільного мовлення, як реклама, то можна зазначити, що вона забезпечить певний рівень незалежності, насамперед від державних коштів, та стимулюватиме до виробництва якісних програм.

Ці джерела фінансування сприятимуть незалежності інформаційної діяльності суспільного мовлення з одного боку, від держави, а з іншого – від комерційних структур.

Отже, створення системи суспільного мовлення – це наявність політичної волі створювати незалежні засоби масові інформації не лише для задоволення потреб громадян, а й для формування об'єктивних інформаційних потоків, які б стали об'єднавчими для жителів різних регіонів країни, подолання стереотипів з метою ліквідації наявної світоглядної трансформаційної кризи в українському суспільстві.

### **Список використаних джерел**

1. Садовська А.Л. Становлення інституту суспільного мовлення в Україні: стан і перспективи / А.Л. Садовська // Вісник НАДУ – 2014. – № 4. – С. 99-105.
2. Андрусів У.Б. Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України»: Новий етап на шляху становлення суспільного мовлення в Україні / У.Б. Андрусів // Часопис Київського університету права – 2014. – № 3. – С. 194-199.
3. Бурило Ю.П. Господарсько – правові аспекти створення суспільного телерадіомовлення в Україні / Ю.П. Бурило // Юридична Україна. – 2013. – № 7. – С. 63-69.
4. Чепурняк Т.О. Суспільне мовлення та процес його запровадження в Україні / Т.О. Чепурняк // Наукові записки Інституту журналістики. Том 56. – 2014. – № 4. – С. 22-29.
5. Бородюк Н. Громада має довіряти суспільному мовленню / Н. Бородюк // Урядовий кур'єр/ – 2014. – № 5. – С. 16.