ОДЕСЬКИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЯСИНЕВИЧ Станіслав Людвигович

УДК 351.85:[316.77: [070+7.097] :321.21

ДИСЕРТАЦІЯ
МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

25.00.02 – механізми державного управління

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ С. Л. Ясиневич

Науковий керівник: Чебан Олександр Іванович,
к. держ. упр., доцент

Одеса – 2019

АНОТАЦІЯ

Ясиневич С. Л. Механізм державного регулювання діяльності суспільного мовлення в контексті розвитку громадянського суспільства – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління – Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, Одеса, 2019.

У дисертаційному дослідженні розглядається питання вдосконалення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні. Наголошено, що продукт діяльності суспільного мовлення здатний впливати на суспільство та сприяє розвитку громадянського суспільства. Проблематиці розвитку громадянського суспільства в нашій державі приділяється багато уваги в документах Президента України, уряду, та вона обговорюється у різноманітних наукових та громадських колах. Такий інтерес до цього феномену визначає не лише теоретичний характер, а й має нагальне практичне значення.

На основі аналізу робіт сучасних дослідників визначено, що сьогодні на формування та розвиток громадянського суспільства мають вплив сучасні чинники, серед яких головними є модернізація суспільних відносин, вплив інформації та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Сьогодні громадянське суспільство характеризується рухом суспільної думки, що формується з потоків інформації (в мас-медіа) і виникнення спонтанної, спеціальної мобілізації з використанням горизонтальних, автономних мереж комунікацій. Отже, актуалізується питання щодо взаємопроникнення природи інформаційного суспільства з громадянським. Встановлено, що інформаційні

чинники сучасності мають безпосередній вплив на розвиток громадянського суспільства та розглядаються як контекст дослідження.

Соціальна інформація є основою соціально-економічного прогресу, а людина виступає в цьому процесі творчим посередником між інформацією і знаннями. Передання видобутої соціальної інформації індивід може здійснювати при безпосередній особистій взаємодії (комунікації) з іншими соціальними суб'єктами, або використовуючи для цього різні допоміжні технічні засоби: засоби індивідуальної або масової комунікації, в тому числі засоби масової інформації. Мас-медіа є невід'ємною складовою механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад.

Дослідженням визначено, що формування громадянського суспільства відбувається на основі двох факторів:

- соціального, що характеризується: внутрішньою динамічністю взаємодії індивідів; соціальною активністю у відстоюванні своїх прав і свобод; має внутрішні ознаки відповідно до організаційно-політичних і культурних норм; акумулює, зберігає та відтворює етично-моральні кодекси поведінки;

- технологічного, що характеризується масовими комунікаціями в інформаційному просторі; можливістю миттєвого реагування на інформацію (коментарі, обговорення, дії); наявністю медіа-ресурсів (незалежні засоби масової інформації, вільний Інтернет, інші комунікативні джерела); наявністю технічних засобів та інших можливостей доступу до інформації.

Технологічний фактор виділяється як реальний об'єкт, на який може здійснювати прямий вплив публічне управління за допомогою відповідних механізмів.

Суспільні медіа визначаються як сукупність способів і засобів соціальних комунікацій, що створюють єдиний комунікаційний простір соціуму, де відбувається генерація, формування потоків соціальної інформації з метою задоволення комунікативних потреб суспільства, в котрому кожен

індивід може виступати у ролі відправника, одержувача або передавача інформації.

Суспільне мовлення – це утворена державою система мовлення, що підконтрольна громадськості, продукт якого забезпечує потреби членів суспільства у комунікації та інформації. Дана система мовлення виступає як інститут громадянського суспільства, що управляється суспільством, фінансується суспільством та призначений для суспільства.

Розроблено концепт механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні та визначені його основні елементи, що складаються з: об'єкту; центру; суб'єктів механізму; алгоритму роботи; опису продукту; умов, допущень або обмежень застосування механізму. З позиції системного підходу цей механізм розглядається через взаємодію функціональної підсистеми та підсистеми забезпечення. Цільовою функцією цього механізму є вироблення продукту, який сприяє розвитку громадянського суспільства. Суспільне мовлення розглядається як кінцевий суб'єкт функціональної підсистеми механізму, який виробляє цей продукт. Такий підхід визначає суспільне мовлення як універсальну платформу розповсюдження і обміну інформацією у суспільстві, діяльність якого незалежна від інститутів держави і бізнесу.

При розгляді українського медіапростору було визначено, що модифікація системи функціонування ЗМІ в пострадянській системі відбувається за схемою: несталий перехід від державної до приватної системи ЗМІ, в умовах слабкого державного контролю за медіа-виробництвом; утворюється умовно плюралістична система – медіа-олігополія (комерційні медіа співіснують разом з незначним сегментом державних засобів масової інформації).

Процес проектування інформаційних середовищ та створення нових інформаційних ресурсів може відбуватися різними шляхами, але одним з головних суб'єктів в цьому процесі повинна бути держава, яка формує поле з відповідними правилами гри. Досліджено соціальний простір, в якому

відбуваються процеси структурування потоків соціальної інформації й потоки соціальної інформації, які структурують цей простір. Важливою складовою у формуванні інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства є суспільна думка, яка виступає формою реалізації суспільної свідомості в процесі цивілізаційного розвитку.

Отже, ефективність комунікацій треба розглядати як ступінь відповідності соціальної післядії матеріалів ЗМК позитивній соціокультурній динаміці. Предметом впливу сучасних медіа є свідомість людини. Відштовхуючись від положення, що медіа – це засоби комунікації між різними індивідами та їх групами задля передачі відповідної інформації, можна стверджувати, що саме створення умов для появи таких медіа є основною метою діяльності держави в цьому процесі. Сьогодні у світі є певний досвід формування взаємодії між державою та громадянським суспільством. Одним з таких шляхів державного втручання в інформаційній сфері є реалізація концепції сучасного суспільного мовлення.

В основі ідеї про те, що теле- і радіомовлення має бути поставлено на службу суспільним інтересам, лежить усвідомлення ролі мовлення як посередника та учасника в процесі комунікації в суспільстві. Суспільне мовлення, як модель організації мовлення, була розроблена для подолання внутрішньої слабкості двох панівних систем організації мовлення – моделі радіо- і телемовлення під державним контролем та комерційної моделі, орієнтованої на отримання прибутку. Сенс існування суспільного мовлення, який перебуває поза державним і комерційним контролем, полягає у виконанні функцій публічної служби.

Суспільні медіа побудовані на основі некомерційного публічного мовлення. Програми мовників в цілому або певні типи програм мають так звані «провали ринку», тому вирішення цієї проблеми та фінансування не може бути забезпечено за допомогою ринкових критеріїв та з погляду ефективності комерційних гравців.

Державний вплив у цій сфері прагне досягнення двох цілей. По-перше, держава намагається забезпечити набір привілеїв для суспільних медіа, визначити їх зобов'язання, сформулювати керівні структури, щоб забезпечити автономію і контролювати їх підзвітність. По-друге, вона також прагне створити відкриті ринки і посилити конкуренцію. Таким чином, держава намагається розв’язати набір з двох принципів або невід'ємну дихотомію між культурою і ринком - або між культурною політикою та економічною політикою.

Суспільні медіа призначенні задовольняти інформаційні потреби суспільства, бути майданчиком для обміну соціальною інформацією щодо змінних цілей суспільства, еталоном поведінки і культури, що забезпечує розвиток суспільства та його ідентичність. Втручання держави повинне здійснюватися, коли недостатньо суспільних інструментів контролю за ефективністю використання ресурсів, за рахунок традиційної ролі створення економічних, організаційних і правових механізмів функціонування суспільного мовлення.

Україна при розробці нормативних документів орієнтувалася на загальносвітові та європейські принципи діяльності ЗМІ. На цій базі створено велику нормативно-правову базу, яка регламентує та забезпечує незалежність діяльності ЗМІ в Україні. Окремо можна виділити процес формування суспільного мовлення, який відбувався протягом становлення України як незалежної та самостійної держави. Але практика доводить, що ще не сформовано реальних механізмів функціонування суспільного мовлення в Україні, які забезпечать його незалежність та можливість стати відповідним інститутом громадянського суспільства.

Товари і послуги в медіа-сфері можуть бути надані через різні типи інститутів: ринками, де діють комерційні мовники, урядом або державою, неурядовими некомерційними організаціями та суспільними медіа. Кожен з цих інститутів має свої певні переваги та недоліки у зв’язку з правилами

прийняття рішень щодо надання послуг громадянам та формує свій особливий економічний механізм функціонування медіа.

Аналіз світового досвіду показав, що одним з основних джерел фінансування є абонентська плата. Абонентська плата, яку сплачують громадяни для фінансування діяльності суспільного мовлення в країні, забезпечує принцип відповідальності суспільного мовлення перед суспільством – мовлення, яке працює для суспільства та підконтрольне йому. Поряд з цим також розглядаються державні субсидії як основне джерело фінансування суспільного мовлення. Розглядаючи вітчизняні та зарубіжні приклади зосередження на державному фінансуванні, ми дійшли висновку, що покладання на це джерело створило ризики функціонування суспільного мовлення в тих країнах, котрі ми розглядали. Запропоновано забезпечити фінансування суспільного мовлення за рахунок ренти за користування радіочастотним ресурсом. За результатами аналізу доходів Державного бюджету було визначено, що існує податкове надходження, котре можна логічно пов’язати із видатками на підтримку НСТУ – це рентна плата (збір) за користування радіочастотним ресурсом України.

Запропоновано наступну структуру фінансової складової підсистеми забезпечення механізму державного регулювання: абонентська плата (збір); державні субсидії; рента за користування радіочастотним ресурсом; спеціальний податок з реклами комерційними та іншими мовниками; спонсорство, добровільні пожертвування, гранти тощо.

Функціональна підсистема механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення складається з суб’єктів, що задіяні у виробленні продукту механізму. Відповідно до Закону України «Про суспільне мовлення» у його діяльності беруть участь: Наглядова рада НСТУ; Правління НСТУ; Голова Правління НСТУ; Ревізійна комісія НСТУ; Редакційна рада.

Задля вдосконалення функціональної підсистеми до суб’єктів, що беруть участь у діяльності цієї підсистеми, доцільним є ввести додатковий елемент – представницький орган дестинаторів, який функціонально буде виконувати

роль зворотного зв'язку в комунікації «Функціональна підсистема – суспільство/громадянське суспільство».

Також пропонується до суб'єктів, що беруть участь у зворотному зв'язку в комунікації «Центр – суспільство/громадянське суспільство» включити інститут Омбудсмена. Однією з функцій буде представництво та захист громадян, коли дії суспільного мовника порушують їх права за рахунок якості програмного продукту. Звідси виходить, що до процедури призначення особи Омбудсмена причетний лише Центр механізму зі всіма наступними діями та нормативно-правовим закріпленням цієї процедури.

Таким чином, ми можемо говорити про повноцінний управлінський цикл з відповідним зворотним зв'язком, який дозволяє виробляти продукт із заданими параметрами та їх контролем.

Проблемним питанням залишається забезпечення високої якості продукту запропонованого механізму (суспільного мовлення). Система оцінювання повинна: по-перше, узгоджуватися з цілями, що зазначені у законодавстві; по-друге, повинна відображати сучасний стан суспільних інтересів і цілей. Для всебічного оцінювання діяльності, прозорості та ефективності використання коштів пропонується впровадити стандарт якості ISAS BC 9001, апробований провідними країнами світу. Цей стандарт містить конкретні показники таких критеріїв, як точність і якість інформації, загальність доступу, соціальна спрямованість, незалежність і прозорість управління та ін.

Ключові слова: механізми державного управління, суспільне мовлення, громадянське суспільство, державне регулювання діяльності суспільного мовлення, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційна взаємодія.

ABSTRACT

Yasinevich S.L. The mechanism of state regulation of activities public service broadcasting in the context of the development of civil society – The manuscript.

The dissertation for a Candidate Degree in Public Administration, specialty 25.00.02 – Mechanisms of Public Administration – Odessa Regional Institute of Public Administration, National Academy of Public Administration under the President of Ukraine, Odesa, 2019.

The dissertation examines the issue of improving the mechanism of state regulation of public broadcasting in Ukraine. It was emphasized that the product of the activity of public broadcasting is capable of influencing society and promoting the development of civil society. The issues of the development of civil society in our country are given a lot of attention in the documents of the President of Ukraine, the government and discussed in various scientific and public circles. Such an interest in this phenomenon determines not only theoretical nature but also has an urgent practical significance.

Relying on the work of modern researchers, it is determined that today the factors affecting the formation and development of civil society are influenced by modern factors, among which the main ones are the modernization of social relations, the influence of information and the development of information and communication technologies. Today, civil society is characterized by the movement of public opinion, which is formed from the streams of information (in the mass media), and the emergence of spontaneous, special mobilization using horizontal, autonomous communication networks. Thus, the question of the interpenetration of the nature of the information society with civil society is actualized. It is established that informational factors of the present have a direct influence on the development of civil society and are considered as the context of the research.

Social information is the basis of socio-economic progress, and a person acts in this process as a creative intermediary between information and knowledge. The transmission of extracted social information to an individual can be done by direct personal interaction (communication) with other social actors, or by using various auxiliary technical means: means of individual or mass communication, including

mass media. Mass media is an integral part of the mechanism of the functioning of democracy, its values, and normative principles.

The research determines that the formation of civil society takes place on the basis of two factors:

- social, characterized by the internal dynamics of the interaction of individuals; social activity in defending their rights and freedoms; has internal features in accordance with organizational-political and cultural norms; accumulates, stores and reproduces ethical and moral codes of conduct;

- technological, characterized by mass communications in the information space; the possibility of an instant response to information (comments, discussions, actions); the availability of media resources (independent media, free Internet, other communicative sources); availability of technical means and other possibilities of access to information.

The technological factor is allocated as a real object, which can directly influence public management.

Public media is defined as a combination of methods and means of social communications that create a single communicative space of the society where takes place, the formation of streams of social information in order to meet the communicative needs of society, where each individual can act as the sender, receiver or transmitter of information.

The concept of the mechanism of state regulation of the activity of public broadcasting in Ukraine has been developed and its main elements, which consist of: an object; the center; subjects of the mechanism; algorithm of work; product description; conditions, assumptions or limitations of the application of the mechanism. From the position of the system approach, this mechanism is considered through the interaction of the functional subsystem and subsystem of provision.

The function goal of the mechanism is to develop a product that promotes the development of civil society. Public broadcasting is seen as the ultimate subject of a functional subsystem of the mechanism that produces this product. This approach

defines public broadcasting as a universal platform for the dissemination and exchange of information in a society whose activities are independent of the institutions of the state and business.

Considering the Ukrainian media space, it was determined that the modification of the system of mass media functioning in the post-Soviet system is following the scheme: the unstable transition from the state to the private system of mass media, under conditions of weak state control over media production; a conditionally pluralistic system - media oligopoly (commercial media coexist with a small segment of the state media).

The process of designing information environment and creating new information resources can take place in different ways, but one of the key actors in this process should be the state that forms the field with the relevant rules of the game. The social space in which the processes of structuring social information streams and social information flows that structure this space are investigated.

Therefore, the effectiveness of communications should be considered as the degree of conformity of the social aftermath of materials of the media to positive socio-cultural dynamics. The subject of the influence of modern media is the consciousness of man. Based on the fact that media is the means of communication between different individuals and their groups for the purpose of transferring the relevant information, it can be argued that the creation of conditions for the appearance of such media is the main goal of the state in this process. Today in the world there is some experience in forming the interaction between the state and civil society. One of these ways of state interference in the information sphere is the realization of the concept of modern social broadcasting.

The rise to the idea of the idea that television and radio broadcasting should be put in service for the public interest is the awareness of the role of broadcasting as an intermediary and participant in the communication process in society. Public service broadcasting, as a model of the broadcasting organization, was designed to overcome the internal weakness of the two dominant systems of the broadcasting organization -

radio and television broadcasting under state control and a profit-oriented commercial model. The meaning of the existence of public service broadcasting, which is beyond state and commercial control, is to fulfill the functions of public service.

Public service broadcasting is based on non-commercial broadcasting. Programs of broadcasters in general or certain types of programs have the so-called market failures, so the solution to this problem and financing cannot be achieved by market criteria and in terms of the efficiency of commercial players.

State influence in this area is aimed at achieving two goals. First, it tries to provide a set of privileges for public service broadcasting, to define their obligations, to formulate control structures to ensure autonomy and control their accountability. Secondly, it also seeks to create open markets and strengthen competition. Thus, a set of two principles or an inseparable dichotomy between culture and market or between cultural policy and economic policy is solved.

Public service broadcasting is intended to meet the information needs of society, to be the platform for the exchange of social information about changing goals of society, a standard of behaviour and culture that ensures the development of society and its identity. State intervention should be carried out when there is insufficient public control over the efficiency of the use of resources, due to the traditional role of creating economic, organizational and legal mechanisms for the functioning of public broadcasting.

Ukraine, while developing normative documents, was guided by the worldwide and European principles of activities of the media. On this basis, a large legal and regulatory framework is established that regulates and guarantees the independence of the media in Ukraine. Separately one can single out the process of formation of public broadcasting that took place during the formation of Ukraine as an independent state. But practice shows that the real mechanisms of functioning of public broadcasting in Ukraine have not yet been formed, which will ensure his independence and become an appropriate institution of civil society.

Media products and services may be provided through different types of institutions: markets where commercial broadcasters operate, government or government, non-governmental non-profit organizations, and public media. Each of these institutions has certain advantages and disadvantages in connection with the decision-making rules for providing services to citizens and forms their own special economic mechanism for the functioning of the media. Considering domestic and foreign examples of focusing on public funding, we came to the conclusion that the reliance on this source created risks for the functioning of public broadcasting in these countries that we considered. It is proposed to provide funding for public broadcasting at the expense of rent for the use of radio frequency resources. Having analysed the revenues of the State Budget, it was determined that there is tax revenue that can be logically linked to expenditures in support of the UA:PBC – a rent fee (fee) for using the radio frequency resource of Ukraine.

The following structure of the financial component of the subsystem of providing the mechanism of state regulation is proposed: subscription fee (fee); government subsidies; rent for using the radio frequency resource; special advertising tax for commercial and other broadcasters; sponsorship, voluntary donations, grants, etc.

The functional subsystem of the state regulation mechanism of public broadcasting consists of actors involved in the development of a product of a mechanism. In accordance with the Law of Ukraine "On Public Broadcasting", its activities are: Supervisory Board of UA:PBC, Board of UA:PBC, Chairman of the Board of UA:PBC, Auditing Commission of UA:PBC, Editorial Board.

In order to improve the functional subsystem, we proposed to introduce an additional element - a representative body of distinator. This subject will activities as a function of feedback in the communication "Functional Subsystem - Society / Civil Society".

The Ombudsman's Institute is also proposed to include entities that take part in the feedback in the "Center - Society / Civil Society" communication. One of the

functions will be the representation and protection of citizens when the actions of the public broadcaster violate their rights at the expense of the quality of the software product. It follows from this that only the Center of Mechanism with all subsequent actions and the legal and legal consolidation of this procedure is involved in the procedure for the appointment of the Ombudsman. Thus, we can talk about a complete management cycle with appropriate feedback that allows you to produce a product with given parameters and their control.

The problem of ensuring the high quality of the product of the proposed mechanism (public broadcasting) remains. The evaluation system should: First, be consistent with the objectives specified in the legislation; secondly, it should reflect the current state of public interests and goals. For a comprehensive evaluation of activity, transparency, and efficiency of the use of funds, it is proposed to introduce the ISAS BC 9001 quality standard tested by the leading countries of the world. This standard contains specific indicators of such criteria as quality and accuracy of the information, the universality of access, social orientation, independence and transparency of management, etc.

Key words: mechanisms of state administration, public broadcasting, civil society, state regulation of public broadcasting activity, information society, information, and communication interaction.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковано основні наукові результати дисертації:

1. Ясиневич С. Л. Особливості формування громадянського суспільства в інформаційну епоху. *Актуальні проблеми державного управління*: зб. наук. праць ОРІДУ. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2015. Вип. 2(62). С. 40–44.

2. Ясиневич С. Л. Роль інформаційних технологій у формуванні громадянського суспільства. *Публічне адміністрування: теорія та практика*:

електрон. зб. наук. праць ДРІДУ. 2016 Вип. 1(15). URL: http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/8.pdf

3. Ясиневич С.Л. Механізми формування інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства. *Актуальні проблеми державного управління*: зб. наук. праць ОРІДУ. Одеса: ОРІДУ НАДУ. 2018. Вип. 1(73). Одеса: ОРІДУ НАДУ. С. 99–105.

4. Ясиневич С. Л. Місце і роль мас-медіа в процесі формування соціально-комунікаційної сфери громадянського суспільства. *Теорія і практика державного управління*: зб. наук. праць ХарРІДУ. Вип. 3-2018. Харків: Вид-во «Магістр», 2018.

5. Yasinevich Stanislav. Financing Public Broadcasting: Ways of Funds Formation. Ukrainian Case. J Mass Communicat Journalism 8: 392. doi: 10.4172/2165-7912.1000392

6. Yasinevich Stanislav The role of the mass media in the formation of the social and communication sphere of civil society. *European Journal of Humanities and Social Sciences*: Scientific journal. № 5 2018. P. 33–35

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Ясиневич С. Л. Місце суспільних медіа ресурсів у розвитку громадянського суспільства. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку публічного управління* : матеріали Всеукр. підсумк. наук.-практ. конф. за міжнар. участю. (Одеса, 25 жовт. 2013 р.) Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2013. С. 212–213.

8. Ясиневич С. Л. Вплив інформації на формування громадянського суспільства. *Державне управління в Україні: історія державотворення, виклики та перспективи*: матеріали V Міжнар. наук. конф. аспірантів та докторантів з держ. упр. (Одеса, 15 трав. 2014 р.) Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2014. С. 50–54. URL: http://www.oridu.odessa.ua/7/1/doc/2014-05-27-Konf%202014.pdf

9. Ясиневич С. Л. Роль суспільних медіаресурсів в демократичному суспільстві. *Реформування публічного управління: теорія, практика,*

міжнародний досвід: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, (Одеса, 31 жов. 2014 р.). Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2014. С. 176–177.

10. Ясиневич С. Л. Напрямки державної політики щодо формування цілісного національного інформаційно-культурного простору. *Реформування публічного управління: теорія, практика, міжнародний досвід*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, присвяченої 20-річчю утворення інституту. (Одеса, 29–30 жов. 2015 р.). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2015. С. 42–43.

11. Ясиневич С.Л. Мережеве суспільство як нова форма комунікаційної взаємодії. *Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством* : матеріали наук.-практ. конф. (Одеса, 28 квіт. 2016 р.). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 168–171.

12. Ясиневич С.Л. Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на формування соціально-інформаційного простору. *Регіональна політика та регіональний розвиток в Україні*: матеріали IV ВЕБ-семінару для представників вищих навч. закладів, органів публічної влади, громадських організацій (Одеса, 07 черв. 2016 р.). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 63–66

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

13. Ясиневич С.Л. Суспільне мовлення та універсальна програмна послуга: чи буде користь від законодавчих змін? *Детектор Медіа.* URL: https://detector.media/infospace/article/120361/2016-11-07-suspilne-movlennya-ta-universalna-programna-posluga-chi-bude-korist-vid-zakonodavchikh-zmin/

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ 19
ВСТУП 20
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ 28
1.1. Формування громадянського суспільства в інформаційну епоху 28
1.2. Проблематика впливу мас-медіа та інформації на розвиток громадянського суспільства у науковому дискурсі 45
1.3. Теоретичні засади дослідження механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення 66
Висновки до розділу 1 90
РОЗДІЛ 2 ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СУСПІЛЬСТВІ 94
2.1. Інформаційно-комунікаційна взаємодія у суспільстві та проектування медіа-середовищ 94
2.2. Роль держави щодо регулювання діяльності суспільного мовлення 110
2.3. Нормативно-правове забезпечення державного регулювання діяльності суспільного мовлення в європейських країнах та Україні 129
Висновки до розділу 2 148
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ 151
3.1. Фінансова складова підсистеми забезпечення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення 151
3.2. Суб’єкти функціональної підсистеми механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення 176

Висновки до розділу 3 194
ВИСНОВКИ 197
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 202
ДОДАТКИ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЄС – Європейський союз

СМ – суспільне мовлення

ПСМ – публічна служба мовлення

ВРУ – Верховна рада України

КМУ– Кабінет міністрів України

ГС – громадянське суспільство

ЗМІ – засоби масової інформації

ЗМК – засоби масової комунікації

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена нагальністю побудови в Україні демократичної і правової держави. Це потребує сформованого, розвиненого громадянського суспільства яке є середНовищем реалізації творчих ініціатив громадян у вирішенні соціальних, економічних, культурних та інших проблем. Світовий досвід доводить, що громадянське суспільство створює умови для проведення успішної модернізації та забезпечення сталого розвитку суспільства і держави.

В інформаційному суспільстві інституціалізація даного феномену неможлива без формування та функціонування належних джерел інформації. Роль інструменту у цьому процесі, за допомогою якого здійснюється взаємодія між соціально активними громадянами і суспільством, відіграють засоби масової інформації, серед яких треба виділити суспільне мовлення. В Україні суспільне мовлення утворено в особливих умовах становлення українського медіа-ринку, де комерціалізація засобів масової інформації відбувалась на тлі занепаду якості програмного продукту, що вироблявся державними медіа. Комерційні мовники створювалися коштами великих фінансово-промислових груп та окремих заможних бізнесменів, що впливають на редакційну політику підконтрольних медіа.

Для України питання становлення суспільного мовлення є досить складним і до кінця не визначеним, попри те, що протягом тривалого часу це питання є предметом широкого обговорення, як на державному рівні, так і на рівні громадськості. Влив держави на діяльність суспільного мовлення має чітку загально громадську спрямованість, адже його продукт впливає на складові духовного світу особистості, відповідає загалу світоглядних ідей, сприяє формуванню світосприйняття людини, допомагає їй обрати певну громадську позицію, спонукає до дій. До того ж актуальним питанням залишається визначення методів та механізмів через які публічна влада може

або повинна забезпечувати гармонійний розвиток інформаційно-комунікаційної взаємодії в суспільстві. Проектування інформаційних середовищ та створення нових інформаційних ресурсів може відбуватися різними шляхами, але одним із головних суб'єктів у цьому процесі повинна бути держава, яка забезпечує запровадження прогресивної системи національних засобів масової інформації в сучасних політичних та соціально-економічних умовах.

Ідеї громадянського суспільства та ґенези її змісту в історії світової наукової думки досліджували світові та вітчизняні мислителі: Ф. Гегель, Ш. Монтеск'є, М. Драгоманов, І. Франко, М. Грушевський та ін. Проблематика формування і розвитку громадянського суспільства на сучасному етапі були розглянуті у працях К. Ващенка, В. Бебика, А. Колодій, В. Корнієнко, І. Кресіної та ін.

Значний внесок у дослідження питань впливу ЗМІ на процес демократичного розвитку суспільства і становлення громадянського суспільства присвячені праці: А. Костирєва, А. Москаленко, Н. Мороз, Г. Почепцова, Т. Приступенко, М. Скуленко, та ін.

Питання впливу держави на розвиток громадянського суспільства та роль ЗМІ в цьому процесі висвітлено в працях : Д. Білокопитова, Н. Драгомирецької, І. Матвєєнко, С. Чукут та ін. О. Бухтатий, В. Дзюндзюк, О. Радченко, В. Степанов, В. Солових та ін. розглядали питання взаємовідносин держави і громадянського суспільства у межах сучасних світових процесів. Т. Лозинська, В. Нікітін, Т. Бєльська присвятили свої праці розгляду громадянського суспільство як суспільно-політичного явища та ін. аспектам.

Нагальність дослідження теми зумовлена тим, що незважаючи на ґрунтовну розробленість зазначеної проблематики залишається широке поле для визначення шляхів удосконалення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення. Актуальність зазначених проблем,

недостатня розробленість теоретичних та практичних питань визначили вибір теми дисертаційного дослідження, зумовили його мету та завдання.

Зв'язок роботи з науковими планами, програмами, темами. Дисертаційне дослідження виконано в рамках науково-дослідних робіт ОРІДУ НАДУ при Президентові України за темами: «Механізми горизонтальної взаємодії в системі публічного управління в умовах децентралізації» (номер державної реєстрації 0115U001261), де особистий внесок автора як виконавця полягав в обґрунтуванні необхідності формувати комунікації громадськості і органів публічної влади в ході реалізації державної політики децентралізації за допомогою суспільних медіа-ресурсів; «Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством» (номер державної реєстрації 0115U001262), де особистий внесок автора як виконавця полягав у розробці рекомендацій щодо використання технологічного фактору діалогової комунікації між органами публічної влади, засобами масової комунікації та громадою.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є науково-теоретичне обґрунтування підходів до вдосконалення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення як універсальної технологічної платформи інформаційно-комунікаційній взаємодії у суспільстві, яке через вироблений продукт сприяє розвитку громадянського суспільства та розроблення на цій основі практичних пропозицій.

Для досягнення мети дисертації визначено такі завдання:

- визначити особливості формування громадянського суспільства в інформаційну епоху;

- дослідити структуру механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення;

- з'ясувати сутнісні особливості проектування медіа-середовищ та формування інформаційно-комунікаційної взаємодії у суспільстві;

- визначити сфери державного регулювання діяльності суспільного мовлення;

- проаналізувати нормативно-правове забезпечення державного регулювання діяльності суспільного мовлення в європейських країнах та Україні;

- обґрунтувати напрямки вдосконалення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення.

Об'єкт дослідження – вплив суспільного мовлення на розвиток громадянського суспільства.

Предмет дослідження – механізм державного регулювання діяльності суспільного мовлення в контексті розвитку громадянського суспільства.

Методи дослідження. Міждисциплінарний розгляд проблеми вдосконалення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення забезпечується дослідницьким арсеналом, має багаторівневий характер, включає сукупність загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання, емпіричного і теоретичного рівнів дослідження. За допомогою системного підходу було розроблено концепт та визначено структуру механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення. Логіко-семантичний метод сприяв дослідженню категорійно-понятійного апарату предмету дослідження. Структурно-функціональний метод та декомпозиції використано у дослідженні механізму формування інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства та обґрунтовані основних напрямків державного регулювання діяльності суспільного мовлення як її складової. Компаративний аналіз дав змогу визначити відмінності між нормативно-правовим забезпеченням державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні та зарубіжних країнах.

Емпіричною базою дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти Президента України, Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України, матеріали періодичних видань, статистичні матеріали, матеріали соцопитувань, аналітичні матеріали державних та громадських установ і організацій щодо діяльності суспільного мовлення.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в обґрунтуванні теоретичних положень і концептуальних підходів, сутність яких сприятиме вдосконаленню механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення як універсальної технологічної платформи інформаційно-комунікаційній взаємодії в суспільстві, яке через вироблений продукт сприяє розвитку громадянського суспільства.

У результаті дослідження отримані нові наукові результати:

уперше:

- розроблено концепт механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні та визначено його основні елементи: об’єкт, центр, суб’єкти механізму, алгоритм роботи, опис продукту, умов, допущень або обмежень застосування механізму. Цільовою функцією механізму є вироблення продукту, який сприяє розвитку громадянського суспільства. Суспільне мовлення розглядається як кінцевий суб’єкт функціональної підсистеми механізму який виробляє цей продукт і визначається як універсальна платформа розповсюдження і обміну інформацією у суспільстві, діяльність якого незалежна від інститутів держави і бізнесу;

удосконалено:

- теоретико-методологічні засади щодо запровадження системного підходу до розробки механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення, що дозволяє розглядати даний механізм через функціональну підсистему та підсистему забезпечення;

- методологічні підходи до формування підсистеми забезпечення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні через обґрунтування структури її фінансової складової, а саме: абонентська плата, державне фінансування, рента за користування радіочастотним ресурсом, податок із реклами, спонсорство. Саме такий комплексний підхід до формування фінансового забезпечення діяльності суспільного мовлення

забезпечить принцип незалежності діяльності суспільного мовлення на відміну від лише державного фінансування;

- підходи до формування функціональної підсистеми механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні через запровадження додаткового суб'єкту – представницького органу дестинаторів, який покликаний забезпечити зворотній зв'язок між суспільством і виробником продукту та встановити контроль з боку суспільства за якістю і відповідності продукту місії суспільного мовлення;

дістали подальшого розвитку:

- засади проектування інформаційних середовищ та створення нових інформаційних ресурсів, що дозволяє визначати методи та механізми через які публічна влада може або повинна забезпечувати гармонійний розвиток інформаційно-комунікаційної взаємодії в суспільстві;

- методичні положення оцінювання ефективності діяльності суспільного мовлення щодо виконання своїх функцій та призначення.

Практичне значення одержаних результатів визначається тим, що основні рекомендації та висновки, сформульовані у дисертаційному дослідженні, можуть бути використані для підготовки нормативних та інструктивних документів у сфері діяльності суспільного мовлення; вдосконалення діяльності органів публічної влади щодо його розвитку та забезпечення доступу до інформації, вдосконалення відповідних навчальних програм у вищих навчальних закладах із підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців, розширення тематики наукових досліджень із публічного управління тощо.

Положення та пропозиції, викладені в дисертації, були використані:

Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення при розробці механізму координації взаємодії між суб'єктами державного регулювання діяльності суб'єктів ринку телебачення, зокрема основні підходи до регуляції цього рику використано при розробці «Положення про порядок

видачі ліцензій провайдера програмної послуги» (довідка від 09.12.2014 №17/2584);

Комітетом Верховної ради з питань економічної політики при опрацюванні проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення корпоративного управління юридичних осіб, акціонером (засновником, учасником) яких є держава, внесений Кабінетом Міністрів України (довідка від 11.07.2018 № 04-16/15-412);

Управлінням комунікацій та інформаційної політики Одеської обласної державної адміністрації при розробці заходів «Регіональної цільової програми сприяння розвитку громадянського суспільства» (довідка від 07.12.2018 № 02-19/988).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійною науковою роботою в якій за результатами проведених досліджень отримано нові теоретичні та методологічні результати, що складають належне підґрунтя для розв'язання важливого наукового завдання – обґрунтування теоретичних положень і концептуальних засад державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні, яке розглядається як складова інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та наукові результати дослідження обговорювалися на науково-практичних конференціях за міжнародною участю, семінарах та інших науково-комунікативних заходах апробаційного характеру, а саме: «Актуальні проблеми та перспективи розвитку публічного управління» (Одеса, 25 жовт. 2013 р.); «Державне управління в Україні: історія державотворення, виклики та перспективи» (Одеса, 15 трав. 2014 р.); «Реформування публічного управління: теорія, практика, міжнародний досвід» (Одеса, 31 жов. 2014 р.); «Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством» (Одеса, 28 квіт. 2016 р.);

«Регіональна політика та регіональний розвиток в Україні» (Одеса, 07 черв. 2016 р.) та ін.

Публікації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження опубліковано у 13 працях, у тому числі: у 6 статтях у наукових фахових виданнях, із них 2 – у зарубіжних виданнях, та 7 публікацій апробаційного характеру.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційне дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та 9 додатків. Обсяг основного тексту дисертації становить 181 сторінку, містить 8 рисунків та 4 таблиці. Використано 241 джерело, у тому числі 48 – іноземними мовами.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ

У розділі розглянуто особливості формування громадянського суспільства в інформаційну епоху, вилілено дискусійні питання щодо вливу мас-медіа та інформації на розвиток громадянського суспільства, визначено основні категорії дослідження та розроблено концепт механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення.

1.1. Формування громадянського суспільства в інформаційну епоху

Сьогодні в науковому, політичному та суспільному дискурсі все більше уваги приділяється питанням побудови громадянського суспільства в Україні. Поряд з різноманітними процесами модернізації та оновлення публічного управління, суспільно-політичного життя - відбувається процес становлення громадянського суспільства, який має прояв через конкретні дії громадських організацій та формування чинною владою правової основи її діяльності.

Так, наприклад, 26 лютого 2016 року був виданий Указ Президента України №68/2016 «Про сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні». Цим Указом було затверджено «Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки». Зокрема в цьому документі зазначається, що «Активне, впливове і розвинене громадянське суспільство є важливим елементом будь-якої демократичної держави та відіграє одну з ключових ролей у впровадженні нагальних суспільних змін і належного врядування, в управлінні державними справами і вирішенні питань місцевого значення, розробці і реалізації ефективної державної політики у різних сферах, утвердженні відповідальної перед

людиною правової держави, розв’язанні політичних, соціально-економічних та гуманітарних проблем» [1].

В згаданому документі, поряд з іншими проблемами розвитку громадянського суспільства, зазначається, що взаємодія між публічними органами влади з громадськістю залишається малоефективною, та відсутня єдина державна інформаційно-просвітницька політика у сфері сприяння розвитку громадянського суспільства.

Також багато громадських проектів в Україні опікуються питаннями розвитку громадянського суспільства. Наприклад, Женевський Центр Демократичного Контролю за Збройними Силами, Центр Разумкова, Міністерство закордонних справ Королівства Нідерландів створили проект «Україна. Демократичне врядування у секторі безпеки». Вони доводять, що громадянське суспільство відіграє важливу роль у демократичному керівництві сектором безпеки. Воно містить всі організації громадянського суспільства, включаючи ЗМІ та окремих активних громадян. Громадянське суспільство сприяє зв’язку, поінформованості, освіті та представництву. Громадянське суспільство також дає досвід, людські ресурси і здійснює нагляд [2].

Науковий дискурс більшою мірою опікується проблематикою оптимального співвідношення між державою та суспільством. Багато досліджень розглядають становлення і здатність до розвитку громадянського суспільства, яке виникає у взаємодії або протистоянні з державою. Науковці наголошують, що сучасний стан українського суспільства потребує від наукової спільноти пошуку відповідей на загальносоціальні імпульси щодо необхідних стратегій реформування: перехід від неконструктивних спроб замінити державу громадянським суспільством до зусиль, спрямованих на їхню збалансовану взаємодію [3].

В цьому аспекті пропонується визначити роль держави як базового елементу української політичної системи, що відповідає за збереження цілісності суспільства та забезпечення його нормальної життєдіяльності. Саме

держава повинна за допомогою адміністративних структур, органів контролю, правоохоронних органів, профілактики та запобігання протиправній діяльності регулювати різнорівневий зв'язок та взаємодію між різними суб'єктами. Соціальний простір структурується так, щоб частка ентропійних процесів (невизначених) в соціумі не перевищувала рівень, за яким починаються системно-структурні дисфункції та стає можливим його розпад [3].

Стану розвитку громадянського суспільства в Україні присвячені дослідження Національного інституту стратегічних досліджень. Інститутом було підготовлено низку аналітичних матеріалів з даного питання. Розглядалися питання взаємодії органів державної влади з інституціями громадянського суспільства, розвиток місцевої демократії, політико-правові аспекти забезпечення розвитку громадянського суспільства тощо.

Зокрема зазначається, що «у 2013 році громадянське суспільство в Україні вийшло на новий якісний рівень мобілізації активних громадян для вирішення стратегічних для розвитку українського соціуму проблем, створило унікальні інституційні осередки, які продемонстрували здатність формулювати власний порядок денний та змушувати рахуватися з ним різні політичні сили. Практика виходу людей на Євромайдан засвідчила, що енергія самоорганізації українських громадян має великий потенціал до консолідації навколо суспільно значущих проблем» [4].

Події останніх років переконливо продемонстрували, що у певних критичних ситуаціях, коли державні інститути дезорганізовані та ослаблені, спонтанна за своєю природою самоорганізація громадян здатна давати відповіді на внутрішні та зовнішні загрози національній безпеці. Нині активні організації громадянського суспільства та громадські рухи стають впливовим суб'єктом контролю, зацікавленим в успішності розпочатих реформ. Водночас гальмування назрілих перетворень призводить до поширення правового нігілізму, падіння довіри громадян до державних інститутів, що посилює загрози нових соціально-політичних потрясінь в умовах неоголошеної «гібридної війни» [5].

Таким чином, проблематика формування, розвитку та функціонування громадянського суспільства має не тільки теоретичний характер, а й нагальне практичне значення. Загалом треба зазначити, що науковий дискурс щодо даного питання починається з часів Платона і Аристотеля, які використовували дане визначення для позначення відповідного типу спільного життя членів невеликих громад тодішніх полісів [6]. Також треба згадати Н Макіавеллі та його праці «Государ», «Історія Флоренції», «Міркування про першу декаду Тіта Лівія» де йшлося про питання природного права та суспільного договору [6]. До даного погляду також належать відомі думки Т. Гоббса та його «Левіафан», саме Томас Гоббс застосував поняття «громадянське суспільство» у політичній науці [6]. Він вважав, що громадянське суспільство і держава розвиваються разом. Виходив з позиції суспільного договору та природного стану, на основі яких виникає держава. В результаті суспільного договору громадяни делегують частину своїх прав главі держави, на яку покладається функція охорони миру і забезпечення добробуту громадян.

Дж. Локк у роботі «Два трактати про врядування» визначає громадянське суспільство як суспільство автономних особистостей, які мають свободу вибору мети, свободу совісті та переконань, свободу розпоряджатися своєю власністю. Природний стан він розглядає як перехідний, такий, що має змінитися на інший, більш безпечний і стабільний, визначаючи вже політичне або громадянське суспільство [7].

Наступний етап розвитку поглядів на дане явище супроводжується тезою про те, що громадянське суспільство відмінне від держави і його не можна ототожнювати з останньою. Дослідники виділяють два напрямки цієї концепції. Перша – це ліберально-демократична модель, яка розглядає саморегулюючі можливості громадянського суспільства, в центрі якого знаходиться вільна і незалежна особистість. Алексіс де Токвіль вважав общину базовим елементом громадянського суспільства. Головним елементом громадянського суспільства є різного роду асоціації: родинні, професійні,

релігійні тощо. Він уперше визначив демократію як особливий тип суспільних зв'язків, а не форму правління [8].

Другий напрям – це представники німецької філософської традиції, які запропонували розглядати етатистську модель. Вони говорили про громадянське суспільство як особливу сферу соціуму, відмінну від держави, але не протилежну їй. Ця теза міститься в працях І. Канта, Г. Гегеля, К. Маркса. За Кантом, громадянське суспільство забезпечує виховання людей через сім'ю, школу, церкву, добровільні організації [9]. Позиція К. Маркса полягала в особливому баченні майбутнього людства через побудову комуністичного суспільства без держави. Він розглядав громадянське суспільство як історично закономірний феномен і пов'язував його формування з відповідним ступенем розвитку суспільства, насамперед буржуазного. Громадянське суспільство для Маркса є формою, в якій здійснюється економічний розвиток, сфера праці, виробництва і обміну [9].

Г. Гегель розмежував сутність термінів «громадянське суспільство» і «держава». Він зазначав, що приватні інтереси представляють сім'я і громадянське суспільство, загальний інтерес – держава. При зіткненні інтересів сім'ї і громадянського суспільства вони мають бути підкорені державі. Саме тому сім'я і громадянське суспільство є частинами держави [10].

Як зазначають дослідники, до середини XX століття в соціальних науках оформився комплекс ідей і поглядів на громадянське суспільство, але так і не сформувалося його загальновизнане визначення. В теоріях «колективної поведінки» і «масового суспільства» досліджувалися громадські рухи; в теорії «відносної депривації» розглядається виникнення громадських рухів як протестно-орієнтована відповідь роз'єднаних індивідів на зростаючу незадоволеність своїх потреб; теорія «мобілізації ресурсів» акцентує увагу на розвитку серед громадян різного роду форм громадянської активності. В рамках теорії «соціальних дій» нормативна функція набула особливого

значення. Громадські організації і рухи – це ті структури, за допомогою яких громадянське суспільство організовує стосунки зі своїм оточенням [11].

Хотілось би зазначити, що протягом всього історичного періоду дослідники визначали феномен громадянського суспільства через соціально-політичний устрій держав того часу, цінності та культуру, правові та економічні чинники тощо. На нашу думку, сьогодні феномен «громадянського суспільства» треба розглядати через сучасні чинники, серед яких головними є вплив інформаційної епохи та відповідний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Отже, розвиток інформаційних технологій, нових медіа, віртуалізація діяльності людини, базою функціонування яких є інтернет-мережа та інші інформаційно-комунікаційні технології, потребує дослідження впливу цих факторів на явище, що нами розглядається.

Інформація, сучасні комунікаційні технології впливають не тільки на створення ідей, а й на практики нових форм спілкування людей та їх об’єднання. Фундаментальною основою соціальних відносин стає тип соціально-інформаційних комунікацій. Сьогодні інформатика (насамперед, соціальна інформатика) і соціологія – кожна зі своїх позицій називає середовище, в якій живе і розвивається людське суспільство, відповідно – інформаційним або соціальним простором. Таким чином, суспільство – це не що інше, як сукупність фізичних суб'єктів (особистостей), об'єднаних певними комунікативними відносинами, що мають соціально-інформаційну природу й утворюють соціально-інформаційний простір [12].

Правомірність трактування «соціального» як інформаційного стала очевидною лише в наші дні (наприкінці XX – початку XXI ст.) - у зв’язку з процесами інформатизації, віртуалізації реальності та формування інформаційного підходу як основи нової наукової картини світу і загальнонаукової методології.

Розглядаючи комунікаційну складову суспільних відносин зазначимо, що в попередню епоху інформаційно-комунікаційна природа соціальних відносин

визначалась домінантою просторових комунікацій, які поєднують людей у фізичному просторі. Але все більш очевидні пріоритети інформаційних відносин як способу і форми реалізації соціальних взаємодій. Таке розуміння співзвучно епосі становлення інформаційного суспільства і враховує його вплив на становлення громадянського.

Отже, виникають проблемні питання, які потребують філософського осмислення. По-перше: чи впливає інформаційне суспільство і специфічні закони його розвитку на громадянське суспільство, його інститути, форми і функції. По-друге: які тенденції та концепції громадянського суспільства в інформаційну епоху найбільш актуальні.

Як зазначає Кальний І.І., «ідея громадянського суспільства є, безсумнівно, стрижневою, конституційною для соціально-політичної історії Європи, але сьогодні вона актуальна і для всього світу, що глобалізується». Тому дуже важливо простежити визначальні етапи кристалізації основних принципів, ідеалів, цінностей і практик емансипаторської громадянської активності. Необхідна всеосяжна філософська рефлексія, теоретизація ідеї громадянського суспільства, аналіз «витоків і сучасності» [13].

На сьогодні гуманітарні науки не мають загальної концепції щодо визначення громадянського суспільства. Як показує наш ретроспективний аналіз основних поглядів на громадянське суспільство, існують відмінності в його розуміння в різні історичні епохи, в працях мислителів, що відносяться до різних наукових шкіл, прихильників тієї чи іншої ідеології або методології. Дослідження типів громадянського суспільства, еволюції його інститутів також констатують мінливість відповідних соціальних феноменів у широкому діапазоні, їх залежність від стану суспільства в певну епоху.

Отже епоха інформаційного суспільства також повинна привнести суттєві інновації як у практику, так і в теорію громадянського суспільства. Розглядаючи поняття «громадянське суспільство», треба зазначити, що воно щільно пов’язане з теорією модернізації, яка мала свій розвиток протягом

попередніх століть. Як зазначають дослідники, модернізаційний перехід має вплив на кожен соціальний інститут, кожну групу населення, відчувається всіма верствами суспільства. «Цей перехід тягне за собою розвиток передової індустріальної технології і політичних, культурних, соціальних механізмів, що відповідають підтримці, регулюванню і використанню цієї технології» [14].

Модернізація характеризується як всебічний процес, який містить безліч одночасних змін на різних рівнях суспільного організму. Для відсталих у своєму розвитку товариств модернізація по суті набуває форми імітації та трансплантації зразків, товарів і технологій з більш розвинених країн. Таким чином, комунікація та контакт між різними культурами і суспільствами стають важливими передумовами модернізації. В якості генераторів модернізації нерідко виступають лідери країн, що розвиваються, які висувають плани і проводять відповідну політику, спрямовану на трансформацію суспільства в бік сучасних розвинених країн [15].

Побередніков А.В. виділяє наступні етапи еволюції школи модернізації:

1) друга половина 1950-х – перша половина 1960-х рр. – це період народження і швидкого зростання модернізаційних досліджень в класичній версії;

2) кінець 1960-х – 1970-і рр. – так званий критичний період, протягом якого модернізаційна перспектива зазнала значної критики, як внутрішньої, так і зовнішньої;

3) 1980-і роки – посткритичний період відродження модернізаційних досліджень, протягом якого виявили себе тенденції конвергенції шкіл модернізації, залежності й міросистемного аналізу;

4) кінець 1980-х – 1990-егг. – становлення неомодернізаційного і постмодернізаційного аналізу значною мірою під впливом грандіозних трансформацій у країнах Центральної, Східної Європи та Євразії [15].

Одним з відомих теоретиків теорії модернізму є Самуєль Хантінгтон. У своїй книзі «Зіткнення цивілізацій» приходить до висновку, що попередніми

умовами (передумовами) демократизації є: економічний добробут, плюралістична соціальна структура (автономна буржуазія і орієнтована ринком економіка), великий і безпосередній вплив на суспільство з боку вже існуючих демократичних держав і, нарешті, наявність культури, терпимої (толерантної) по відношенню до різноманітності й компромісу. Він доводить, що за винятком ринкової економіки, жодна з перерахованих передумов не може вважатися єдино необхідною для того, щоб забезпечити демократичний розвиток. Потрібна певна комбінація вищезгаданих попередніх умов для того, щоб був встановлений демократичний режим. При цьому конфігурація такої комбінації може істотно варіювати в кожному конкретно-історичному випадку [16].

Як зазначає Флівберг Бент – професор відділення розвитку і планування університету м. Альборг (Данія) - сила громадянського суспільства – це найважливіша умова сильної демократії. Додати силу цьому суспільству – центральне завдання її розвитку. Питання методу вирішення цього завдання є важливим для соціальної та політичної теорії [17].

Провідними розробниками теорії громадянського суспільства на сучасному етапі вважають Юргена Габермаса і Мішеля Фуко.

Габермас Ю. в своїх роботах доводить, що трансформація суспільних відносин, розвиток буржуазного суспільства, а головним чином поява преси, зробили можливим утворення нового соціального прошарку – людей, які читають та інтерпретують пресу (новинні дайджести) та літературу («літературна публічна сфера» або «публічна сфера в літературному світі»), – які взяли на себе функцію рефлексії суспільних відносин і контролю держави.

Здійсненню цих функцій сприяло формування публічних просторів, участь в яких була вільною, свідомою і добровільною, а процес обговорення відбувався поза контролем ринку і державних структур. Таким чином, конституючими умовами для комунікативної дії в публічній сфері виступають: рефлексивність, відкритий діалог і горизонтальний характер соціальних зв’язків, доступність і рівна участь, автономність майданчика дискусії,

відсутність прямого державного контролю, а також гнучкість тимчасової протяжності взаємодії. Однак досягненню взаємодії на зазначених підставах можуть перешкоджати ринкові та владні інтереси, які прагнуть підкорити публіку і публічний простір, зробивши взаємодію керованою і забезпечивши тим самим власний «статус-кво» [18].

З плином часу роль публіки і публічної сфери під впливом преси трансформується в інститут громадської думки, наділений функціями легітимації влади. Однак публічна сфера зазнає зворотного впливу масової преси та владних інститутів, і з часом капіталістичне суспільство перетворює публіку в пасивного агента політичного перформансу. Хабермас описує цей процес як «рефеодалізацію ЗМІ на початку XIX ст.». Раціонально-критичний діалог, ініційований в епоху розквіту книгодрукування, розмивається практиками споживання, процесів комерціалізації буржуазних медіа [19].

У суспільстві постмодерну, де інтереси громадян підпорядковані «індустрії культури» і політичному перформансу, інститути ЗМІ стають підконтрольними ринку і владним структурам, нагороджують певні групи владою і престижем, подібно монархам у феодальну епоху. Політична участь публіки зводиться до мовчазного споживання медіа-продукту. Громадяни користуються сервісами державних структур і приймають на себе роль споживача, чекаючи чергового рішення з боку владних інститутів. Такі тенденції формують «маніпулятивну» публічну сферу, створювану ринком і владними інститутами для легітимації існуючого соціального порядку [20].

Найбільш вагомий аргумент проти життєздатності теоретичної моделі Хабермаса висловлює Мішель Фуко, який стверджує, що пошук будь-якої універсальної моралі, заснованої на консенсусі, утопічний. Під питанням сам факт якогось загального інтересу, який можуть розділяти різні за своєю природою соціальні групи. Відповіддю Хабермаса можна вважати твердження, висловлене ним у пізніх роботах, про те, що у своїй теорії він спробував

вибудувати ідеально-типову модель, а не нормативний ідеал, який повинен бути реанімований і повернутий до життя [21].

Вербіловіч О., спираючись на класичну ідею Хабермаса, її критику і наступні спроби розвитку, визначає публічність як регулятивний механізм, здатний виробляти й інтерпретувати смисли соціальної дії, а часом навіть і закріплювати їх як інституційні норми, в тому випадку, коли певна тема або проблема, виникаючи на периферії сфери приватного, за допомогою медіа переміщається в сферу публічної дискусії і змушує владний дискурс переглянути сформовані «шаблони» комунікації, зразки поведінки. І тут великим потенціалом володіють «мережеві» комунікації [20].

На думку Л. Беннетта, для вивчення сучасної публічної сфери і емпіричних досліджень важливим зрізом аналізу виступають «мережеві» медіа як посередники тієї дискусії, в якій можлива невимушена і вільна від влади і ринку участь, і мас-медіа як «маніпулятивна публічна сфера» [22]. Таким чином, можна говорити про перспективи аналізу, тобто емпіричну спробу зафіксувати і виміряти специфіку публічної сфери суспільства постмодерну з притаманними йому рисами гетерогенності та конкурентності публічної взаємодії, де якраз «мережеві медіа» і «масові ЗМІ» можуть виступати як контрпублік. Про це також говорить й дослідник Н. Фрейзер [23].

Фліберг Б. вказує, що Фуко і Хабермас згодні з тим, що раціоналізація і зловживання владою є одними з найважливіших проблем часу [17]. Він зазначає, що Хабермас орієнтований на універсальність, незалежність від контексту і контроль через написання конституцій і розвиток інститутів. Фуко, на противагу Хабермасу, концентрується на локальному і контекстуальному, стратегії і тактиці як основах владної боротьби. Цінність підходу Хабермаса - в ясній картині «демократичного процесу» і умов, необхідних, щоб рішення вважати «демократичним». Його схема розглядається як ідеал законодавства, розвитку інститутів, планування процедур, яка часто є предметом критики.

Також він зазначає, що цінність підходу Фуко – в акценті на динаміку влади. Зрозуміти, як працює влада, тут перша передумова дії, бо дія – це «виконання» влади. І таке розуміння можливо збагнути, насамперед, зосередженням на конкретному. Фуко наводить матеріалістичне розуміння реальної політики і реальної раціональності, можливості їх зміни в конкретному контексті. Проблема Фуко в тому, що розуміння і дія мають свої відправні точки в особливому і локальному, внаслідок чого можна не враховувати загальні умови, котрі відносяться, наприклад, до інститутів, конституцій і структур.

Ріан М. вважає, що практику політики неможливо побудувати за стандартами комунікативної раціональності, навіть при розквіті буржуазної публічної сфери. Публічне життя слід культивувати не в ідеальному середовищі за відсутності влади, а в «демократичних просторах, де проявляються стійкі відмінності сили, матеріального статусу та інтересів». Плюралізм – частина сучасної концепції громадянського суспільства, як і конфлікт. У сильних громадянських суспільствах недовіра до владних дій та їх критика є стійким явищем – як й політичний конфлікт. Отже, протест завжди матиме місце, оскільки влада неминуче порушує норми справедливості громадянського суспільства [24]

Сьогодні, поряд з визначеннями «громадянського суспільства», розглядається і все більшого розповсюдження набуває поняття «глобальне громадянське суспільство». Бауман визначає глобальне громадянське суспільство як сукупність усіх громадян світу, їх вільних об’єднань та асоціацій, пов’язаних суспільними відносинами, які перебувають за межами глобальної держави (наддержавних, міждержавних і державно-національних політичних структур), її директивного регулювання і регламентації, однак які гарантуються й охороняються політичними структурами глобального світу [25]

Співак В.М. визначає глобальне громадянське суспільство як систему співробітництва та співіснування різних соціумів і культур. У межах цього

підходу вважається, що окреме суспільство обирає не парадигму свого розвитку, а передусім – режим співіснування з іншими на основі спільних цінностей та норм [26].

Здоровега М., досліджуючи трактування поняття «глобального громадянського суспільства», визначає дві його особливості [27]:

По-перше, це домінування інтересів людини як індивіда над інтересами людини як громадянина. Тут вона посилається на Кружалову С.Е., яка говорить про формування нових концепцій безпеки особистості у сучасній міжнародній теорії та практиці, а також – нових форм міжнародного співробітництва, які зосереджені здебільшого на оптимальному й першочерговому забезпеченні потреб населення, а не національних держав. Окрім того, відбувається цілеспрямоване інвестування у розвиток людського потенціалу з метою максимального використання людських можливостей тощо [28].

По-друге, це його функціонування за межами національної держави, у сфері міжнародних взаємин. Можемо констатувати, що національні громадянські суспільства (сфера недержавних відносин) сьогодні розширюють свої повноваження на основі міжнародного рівня. Відбувається формування структури нового міжнародного громадянського інституту, який ґрунтується на цінностях та принципах демократії.

Варто вказати, що глобальне суспільство характеризується низкою таких ознак:

- відокремлена від наддержавних, міждержавних і державно-національних утворень сукупність структур, яка складається з громадян, їх добровільних асоціацій і об’єднань, соціальних груп, націй тощо;
- вільні відносини між суб’єктами глобального громадянського суспільства;
- домінування громадянських прав і прав націй та народів над глобальними (наддержавними і міждержавними) угодами та державно-національними законами;

- забезпечення прав і свобод особистості, можливостей реалізації її інтересів і прагнень, політичного, ідеологічного, релігійного, етнічного та інших видів плюралізму;
- наявність приватної власності, вільної конкуренції, вільних відносин обміну діяльністю та її продуктами між незалежними власниками, тобто ринку;
- саморегуляція відносин між людьми, їх асоціаціями і добровільними об’єднаннями на основі соціальних і психологічних норм – регуляторів суспільного життя;
- розмаїття соціальних, інтелектуальних, наукових, культурних та інших ініціатив;
- збереження національних, соціальних та інших традицій, культури тощо [29].

Буряк В.В. говорить про актуальну специфічну особливість глобального громадянського суспільства, яка полягає в зростаючій популярності соціальних мереж, що функціонують в інформаційному суспільстві. У цьому зв'язку він звертає увагу на двоїсту природу глобального громадянського суспільства, яка характеризується наявністю національного «паспортизованого» громадянства і «віртуалізованими» формами соціально-політичної діяльності в умовах глобального інформаційного кіберпростору. Зрозуміло, що виразна конфігурація і процедури «картографування» громадянського суспільства і тим більше глобального громадянського суспільства об'єктивно ускладнені. Соціальні структури, що забезпечують функціонування глобального громадянського суспільства, розвиваються з існуючих інтернаціональних взаємодій з тенденцією до формування глобальних соціальних мереж [30].

Він зазначає, що незаперечним фактом є збільшення впливу громадянського суспільства на економічне, соціальне та політичне життя сучасного соціуму. Організовані групи громадян, які борються за свої інтереси, стали активними та впливовими гравцями на полі суспільно-політичної

діяльності. Для вивчення цього складного і динамічного феномена недостатньо філософського теоретизування і тільки лише вербальних засобів опису. У науковому дослідженні необхідним елементом є процедура операціоналізації поняття через зближення теоретичних конструктів і конкретизованого предмета вивчення. Тут мають бути задіяні логічні інструменти і суворий емпіричний аналіз даного явища. Громадянське суспільство, а тим більш глобальне громадянське суспільство, схильне до «смислової інфляції», як, втім, і до інших запитуваних соціально-політичних понять (наприклад, «демократизації»).

Новітня парадигма розвитку теорії громадянського суспільства має принципово плюралістичний та діалогічний характер. На відміну від попередніх епох, сформовані в її межах концепції громадянського суспільства не претендують на монопольне володіння істиною, вони, як правило, відкриті до полеміки та взаємозбагачення з іншими концепціями. Новітня парадигма помітно відрізняється від попередніх зростанням методологічної та ідеологічної варіативності та підвищенням швидкості продукування та поширення концепцій, їх взаємодії (завдяки засобам масової інформації, перш за все, телекомунікаційним і особливо Інтернету) із масовою свідомістю та соціальною практикою [31].

Очевидно, що «глобальне громадянське суспільство» і «громадянське суспільство» мають сьогодні інший зміст в рамках технологічного проекту «інформаційна революція». Найбільш значущим технологічним проектом останньої третини XX століття стала інформаційна революція. Її значення для прискореного розгортання ноосфери важко перебільшити. Це очевидно, оскільки інформаційні технології створили надійну і ефективну глобальну мережу комунікацій, що постійно розширюється, до якої залучені уряди всіх держав, підприємства, організації, університети, школи і мільярди громадян у всьому світі [32].

В інформаційному суспільстві кардинально змінюються всі сфери життя: від технологічної та виробничої до економічної і культурної. Істотно змінюються форми мислення та світогляду. Інформаційне суспільство, як зазначає Баас С. – це техно-комунікаційна частина постіндустріального суспільства, таке суспільство, де сфера послуг має пріоритетне значення по відношенню до промислового виробництва і аграрного сектору. Головними продуктами виробництва і споживання виявляються інформація і знання. Комп'ютерна революція та Інтернет-революція – це не тільки просування високотехнологічних брендів постіндустріального суспільства. Крім соціальних, правових та етичних питань автор досліджує також політичні, конституціональні й економічні проблеми, розглядає різні дискусійні питання з приводу перспектив розвитку інформаційного суспільства [33].

Феномен прискореного розширення і швидкого оновлення «комп’ютерного парку» отримав назву «інформаційної революції». Іноді зустрічається термін «комп’ютерна революція» або «Інтернет-революція». Інформаційна революція – швидка зміна в XX столітті технологічного базису, способів передання та зберігання інформації, а також швидкості передачі та обсягу інформації в суспільстві. Інформаційна революція створює технологічну платформу для реалізації соціальних, освітніх та культурних проектів у всіх країнах. Інформаційна епоха заснована на розвитку кількох ключових ресурсів, завдяки яким здійснюються різні ефективні проекти в економіці, промисловості, наукової діяльності, освіті перш за все. Як зазначає Портер А., такими стратегічними складовими інформаційної епохи є: дані, інформація, знання та інформаційні технології [34].

Хельмут Анье, Марліс Гласіус і Марі Калдор вважають формулу глобального громадянського суспільства суцільним неологізмом, оскільки вона покликана встановити баланс двох процесів – зниження ролі держави та різке підвищення ролі ринку. Вони зазначають, що ідея глобального громадянського

суспільства має три основних виміри: громадянськість, інформаційність, участь [35].

Мануєль Кастеллс зазначає, що зниження здатності політичних систем національного рівня брати участь в управлінні світовими проблемами в глобальному масштабі спонукало зростання глобального громадянського суспільства. Однак, термін громадянське суспільство – це універсальний лейбл, який змішує кілька розрізнених і часто суперечливих і конкурентних форм організації та діяльності. Необхідно побачити різницю між різними типами організацій [36].

Далі він зазначає, що в кожній країні є місцеві актори громадянського суспільства, які захищають місцеві або секторальні інтереси, а також конкретні цінності за межами формального політичного процесу. Прикладом цієї підмножини громадянського суспільства є: громадські організації, громадські групи, профспілки, групи інтересів, релігійні групи і громадські об'єднання. Це дуже стара соціальна практика щодо розгляду суспільства, і деякі аналітики стверджують, що ця форма громадянської активності йде на спад й індивідуалізм стає домінуючою культурою сучасного суспільства. Насправді, стійкість цих груп сильно різниться залежно від країни та регіону.

Друга тенденція – це становлення неурядових організацій, що мають глобальну або міжнародну систему поглядів в своїх діях і цілях. Вони є окремими організаціями (хоча часто підтримуються або частково фінансуються державними установами), які діють за межами державних каналів щодо вирішення глобальних проблем. Часто вони проголошують цінності, які є загальновизнаними, але маніпулюються політичними установами у власних інтересах, в тому числі урядом. Іншою мовою, міжнародні неурядові організації стверджують, що вони є захисниками та просувачами прав людини.

Громадські рухи, мета яких контролювати процес глобалізації, становлять третій тип суб'єктів громадянського суспільства. При спробі формування сил глобалізації, ці соціальні рухи будують мережі дій і

організації, щоб викликати глобальний соціальний рух за глобальну справедливість та правосуддя.

Є четвертий тип прояву глобального громадянського суспільства. Це рух громадської думки, що формується з потоків інформації в диверсифікованих системах мас-медіа, і виникнення спонтанної, спеціальної мобілізації з використанням горизонтальних, автономних мереж комунікацій. Наслідками цього явища на глобальному рівні є приклади одночасних антивоєнних демонстрацій по всьому світу 15 лютого 2003 від неминучої війни в Іраку, котрі були наповненні політичним сенсом.

Підсумовуючи, Мануєль Кастеллс зазначає, що глобальне громадянське суспільство сьогодні має технологічні засоби існувати незалежно від політичних установ і засобів масової інформації. Але здатність громадських рухів змінити громадську думку великою мірою залежить від їх здатності сформувати дебати у суспільній сфері.

Таким чином, можна говорити про відновлення наукового інтересу до громадянського суспільства. Процеси глобалізації, інформатизації, лібералізації сучасного життя ставлять нагальні питання про долю держави, демократії, влади і зв'язку цих понять з правами людини, з включеністю людини в суспільні інтереси і процеси. Одним з напрямків розвитку інформаційного суспільства є вирішення проблеми «інформація для всіх». Саме тому актуалізується питання про взаємопроникнення природи інформаційного і громадянського суспільства.

1.2. Проблематика впливу мас-медіа та інформації на розвиток громадянського суспільства у науковому дискурсі

Діяльність суспільних медіа ставить на порядок денний багато питань, що складають масив дискусій щодо цінності суспільного мовлення для суспільства в цілому; створення цінностей для суспільства в ході діяльності

суспільних медіа; проблематика діяльності суспільних медіа в цифрову еру; вплив політиків, урядовців та інших суб'єктів на екологію діяльності суспільного мовлення; функціонування суспільного мовлення в умовах ринкової поведінки суб'єктів та участі в цьому процесі держави.

В науковому дискурсі зарубіжних країн можна виділити наступних науковців. Так, Блумлер Дж. та Гуревіч М. відзначають, що вивчення політичного впливу мас-медіа на визначення напрямків дослідження засобів масових комунікацій проводилось із самого виникнення цього явища. Також багато уваги вчені приділяли вивченню впливу комунікативних засобів на політичні погляди людей.

Вони доводять, що вплив медіа ґрунтується на різних політичних очікуваннях аудиторії. За допомогою дослідження політичних комунікацій у Великій Британії вони виділяють чотири ролі, які виконує аудиторія. Перша: впевнений громадянин, який шукає підтвердження своїх поглядів. Друга: ліберал, який очікує керівництва – як йому голосувати на виборах. Третя: дослідник, який шукає інформацію відносно політичного середовища (наприклад, партійної політики, якості політичних лідерів, питань сучасної політики). Четверта: спостерігач, який бажає отримати збудження від подій. На практиці громадяни не обмежуються однією роллю, але поєднують декілька. Концепцію «комунікативної ролі» можна віднести як до ПР-комунікаторів, тобто тих, хто працює у мас-медіа, так і до громадської аудиторії [37].

Іслам Р., розглядаючи проблематику медіа-ринку і політики зазначає, що інформаційні провайдери, такі, як медіа, потенційно впливають на політичні та економічні показники. Для бізнесу, домогосподарств та більшості інших, ці провайдери є головним джерелом інформації щодо вибору публічної політики та існуючих соціальних та економічних умов. Тому важливо, які новини медіа обирають для повідомлень, аналізу та розповсюдження, та як вони акцентують новини. Такий вибір непростий, оскільки надання інформації коштує багато, а

медіа-бізнес спрямований на подвійний ринок: власники/рекламодавці проти споживачів.

Автор досліджує обставини, у яких працюють медіа в країнах, що розвиваються. Це допомагає виявити різницю щодо медіа ринкових відносин у розвинутих країнах та країнах, що розвиваються. Першою умовою впливу медіа-повідомлення на публічну політику є те, що це повідомлення отримує саме відповідна аудиторія, тобто виникає поняття «доступ до медіа». У багатьох країнах, що розвиваються, доступ до медіа обмежений та залежить від факторів, що недоступні медіа-компаніям. Наприклад, держава може обмежити або поширити медіа доступ з політичних причин. Також приватний бізнес або неприбуткові організації також можуть створити заходи для поширення доступу до медіа, навіть якщо це завдає фінансових збитків. Медіа також можуть вплинути на державних службовців через громадян.

Наступний аспект, що викликає зацікавленість – це визначення і обговорення терміну «демократія засобів масової інформації». Згідно з різними поглядами дослідників [38], визначаються різні види демократичних медіа, їх функції саме у суспільстві з розвиненою демократією, обговорюються права власності на медіа. Визначення терміну «демократія засобів масової інформації» міститься у сукупності ідей, що підтримують реформування масових медіа, зміцнюють публічне мовлення та розвивають альтернативні медіа та громадянський журналізм (citizen journalism). Метою таких медіа є створення системи, яка інформує та надає права всім членам суспільства та сприяє демократичним цінностям.

Дослідники ліберально-демократичних поглядів вивчають та підтримують реформування медіа з акцентом на публічному мовленні та участі громадян через використання громадського журналізму та альтернативних медіа-каналів. Демократичні медіа фокусуються на використанні інформаційних технологій з метою посилення впливу окремих громадян та просування демократичних ідеалів через розповсюдження інформації. Сама медіа-система повинна бути

демократичною за структурою, звільняючись від приватної власності або інтенсивної регуляції. Це означає, що, оскільки медіа повинні зміцнювати демократію, вони самі повинні бути демократичними, а концентрація власності на медіа за своїм змістом є не демократичною. Таке ставлення до медіа та соціальний рух на їх підтримку виникли внаслідок зростання домінування корпорацій з мас-медіа та помітного обмеження ринку ідей.

Термін «демократія засобів масової інформації» також відноситься до сучасного соціального руху, який намагається зробити головні медіа більш підзвітними суспільству, якому вони служать, та бути більш демократично альтернативними. Така концепція виникла внаслідок дерегуляції ринків мовлення та концентрації власності на мас-медіа. Мас-медіа як підприємство, що існує тільки з метою отримання прибутку, протирічить демократичним ідеалам вільної преси.

Демократія медіа стверджує, що корпоративна власність та комерційні тиски впливають на медіа-контент, різко обмежують спектр новин, думок та видів розважання громадян. Тому вона закликає до більш рівномірного розподілу економічного, соціального, культурного та інформаційного капіталу, що приведе до більшої інформованості громадян, а також відкритого репрезентативного політичного дискурсу. Медіа-демократія прагне створити таку мас-медійну систему, яка сприяє різноманіттю голосів та точок зору - та веде до інформованих публічних дебатів, які, у свою чергу, зміцнюють демократичне суспільство.

Стромберг Д. та Снайдер Дж. дослідили вплив мас-медіа на публічну політику. Вони виділяють наступні фактори, які впливають на політику: різниця у доступі до медіа по соціальних групах; активне недійне висвітлення політичного контенту; публікація індивідуальних новин-розповідей. Медіа-контент може діяти на політику тому, що він надає населенню деякі важливі аспекти перед виборами. Медіа можуть впливати на колективну поведінку через надану інформацію, наприклад, на прийняття рішень при голосуванні,

тому, що творці політики отримують сильний імпульс виправдати очікувані обіцянки. У цьому випадку є небезпека, що громадяни отримують непропорційні бонуси від урядових програм. Якщо медіа не висвітлюють певні питання, то вони не надають виборцям необхідну інформацію для подальших дій. Інформація, яку передають медіа, може впливати на сьогоденний політичний процес та на обіцянки політиків у передвиборчій кампанії [39].

Автори описують модель, згідно з якою краще поінформовані виборці отримують політичні бонуси, оскільки вони перебувають у кращому становищі, щоб отримати звіти політиків. Поінформовані виборці знають, кого треба переобрати, а політики пам’ятають про те, що їх передвиборчі обіцянки перевіряються. Політики також беруть до уваги, що непоінформовані виборці, які не вирішили, за кого голосувати, бачать їх конкретні політичні вчинки та віддадуть свої голоси за тих, хто практично покращує їх положення. Медіа можуть впливати на політику, примушуючи політиків змінити свої певні позиції, або змінивши типи політиків, яких треба обрати.

Медіа повинні бути вільними та незалежними, щоб активно розкривати зміст політики. Чим корумпованіший уряд, тим він більше зацікавлений у замовчуванні медіа-інформації. Співвідношення між медіа-висвітленням політики, виборцями та політиками дуже складні, та не завжди вдається встановити прямий зв’язок між ними. Наприклад, виборці більше знають про політиків, про яких частіше повідомляється у медіа-засобах, та це не гарантує обрання даного політика на виборах. Автори статті наводять приклади з виборів конгресменів у Сполучених Штатах Америки.

Вашингтон Д., досліджуючи роль медіа в демократії, підкреслює важливість доступу громадян до інформації, порівнюючи розвинену демократію та інші режими, особливо у посткомуністичних країнах. Доступ до інформації є суттєвою ознакою здорового суспільства. По-перше, такий доступ забезпечує громадянам можливість зробити відповідальний поінформований вибір, оскільки вони не діють з неусвідомленості та хибної інформованості.

По-друге, інформація відіграє функцію перевірки. Отже, обрані представники повинні бути вірні своїй службовій присязі та виконувати побажання тих, хто їх обрав. Але у деяких суспільствах існуючі антагоністичні відносини між засобами інформації та урядами є віддзеркаленням ступеню функціонування демократії. Закони, що обмежують засоби інформації у багатьох посткомуністичних країнах, зменшують свободи медіа, гарантовані конституціями цих країн або міжнародними конвенціями, які підписали уряди цих країн. Так, у Центральній Америці окремі групи могутніх сімей контролюють медіа та погрожують демократичним надбанням, реалізованим завдяки процесам становлення миру у 1990-х роках. Урядовий контроль за друкованими та ефірними медіа у багатьох африканських країнах залишає малий простір для опозиційних поглядів та, внаслідок цього, публічних дебатів [40].

Вивчаючи діяльність служби публічного мовлення в Західній Європі, дослідник Крістіан С. Ніссен зазначає, що за більш ніж 80-річний час свого існування діяльність європейської служби публічного мовлення ніколи не була спокійною та постійно викликала дискусії. Для більшості європейців роль публічних радіо та телебачення була очевидною; це єдині медіа, які люди сприймали по кілька годин щодня. Працівники медіа також розглядали свою діяльність як публічну.

Він доводить, що такий стан значно змінився завдяки виникненню конкуренції з боку приватних комерційних медіа та появі справжнього медіа-ринку в Європі. Європейці з великим подивом дізнались, що радіо та телебачення можуть бути чисто комерційними, і багато людей обрали тільки комерційне медіа. Європейський медіа-ринок унікальний завдяки своїй подвійній природі. У той час, коли приватний медіа-сектор набагато більший, ніж його публічний конкурент стосовно прибутків та каналів, публічний сектор все ще займає значну позицію у загальному обсязі часу перегляду та слухання. Багато спостерігачів 15 років тому передбачали подальше зростання приватних

медіа та занепад публічних - натомість у більшості європейських країн, за незначним винятком, відбулося відродження публічних медіа. Це сталося завдяки здоровій конкуренції, тобто публічні корпорації визначалися зі своєю спрямованістю, сконцентрували свої ресурси, модернізували свої схеми програм та виробничу діяльність, раціоналізували свою діяльність.

В цілому небагато національних публічних урядових структур заперечують важливість публічних медіа. Навпаки, лунає дуже багато заяв про підтримку їх існування, редакційну незалежність та потреби у значному публічному фінансуванні. Були значні скорочення бюджетів деяких публічних корпорацій та дуже неприємні приклади прямого політичного втручання та обмежень їх автономії, які стали відомі суспільству. Існує багато доказів того, наскільки значну роль відіграє публічне мовлення у повсякденному житті європейських громадян, доказів його важливості у демократичних політичних дебатах, його редакційної міцності та управлінської компетентності.

Румпорст В. розглядає правові питання діяльності служби публічного мовлення. Він зазначає, що суспільне мовлення повинне забезпечувати програмування в галузі інформації, розваг і освіти для людей всіх вікових категорій і соціальних груп. Суспільне мовлення відіграє активну роль в наданні та просуванні національної культури, одночасно збільшуючи знання та розуміння населення інших держав та відповідних культур. Програмування містить як масові програми – популярні розваги та висвітлення подій, що викликають зацікавленість для великих шарів населення – так і відповідну частину програм, що забезпечують інтереси наприклад, меншин. Суспільне мовлення повинне відповідати високим професійним стандартам з точки зору змісту, якості медіа-продукту та способу його подання. Воно виступає орієнтиром для всіх членів суспільства і є фактором соціальної згуртованості та інтеграції всіх людей, груп та громад. Уникаючи культурної, сексуальної, релігійної, соціальної і расової дискримінації і утримуючись від сенсаційності, воно застосовує високі етичні норми і заохочує громадянські цінності [41].

Ґрунтуючись на таких принципах, Румпорст В. запропонував модель закону про суспільне мовлення, який не повинен застосовуватись без врахування правової системи і традицій держави, її географічних розмірів, можливого розділення на регіони, етнічного та релігійного складу населення, освіти, соціально-економічного розвитку та ін. З іншого боку, модель містить ряд принципів, які є універсальними і повинні бути включені в Закон в різноманітних державах, метою якого є визначення правової основи для справді незалежної системи суспільного мовлення.

Амстронг М. досліджує питання фінансування діяльності суспільних медіа [42]. Він розглядає переваги публічного втручання щодо надання послуг телерадіомовленням. Стверджується, що публічне втручання було виправдане у минулому, коли існувало лише декілька каналів і коли реклама була одним та єдиним джерелом коштів. Однак поява абонентського телебачення дало змогу подолати багато невдач ринку, які існують. Більш того, асиметричне поводження з мовниками призводить до викривлення стимулів комерційних мовників. Він наголошує, що споживачі мають здатність уникати непривабливого, але можливо, соціально бажаного контенту, що дуже послаблює застосування публічного впливу на ринку.

З метою розгляду вітчизняного дискурсу ми проаналізували наукові дослідження, що проводилися українськими науковцями в різних галузях науки. Нами було створено запит за ключовими словами: громадянське суспільство, становлення громадянського суспільства, розвиток громадянського суспільства, інформація, засоби масової інформації, медіа, публічне управління, влада, державне управління, суспільні медіа, громадські медіа, медіа-ресурси тощо. Було застосовано ключові слова як окремо - так і комбінації слів-запитів.

За допомогою об’єкту та предмету нашого дослідження було створено рамку, через яку ми мали змогу відібрати праці для аналізу. Вибірка склала більше 80 кандидатських та докторських дисертацій, автореферати яких було

проаналізовано щодо предмету і об’єкту дослідження, наукової новизни та проаналізовано зміст розділів. Таким чином ми отримали наступні результати (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Кількість наукових досліджень громадянського суспільства, медіа, інформації тощо, за галузями наук

№	Галузь знань	Кількість праць
1	07 Історичні науки	1
2	09 Філософські науки	19
3	10 Філологічні науки	2
4	12 Юридичні науки	5
5	22 Соціологічні науки	2
6	23 Політичні науки	35
7	25 Державне управління	12
8	27 Соціальні комунікації	3

Найбільша кількість праць, присвячених зазначеним аспектам, міститься у політичних науках, на другому місці філософські науки, на третьому – державне управління. Загальна вибірка проаналізованих праць склала 76 досліджень.

Серед досліджень в галузі «Політичні науки» можна відзначити наступні роботи. Так Безродна В.І. здійснює комплексний аналіз формування громадянського суспільства в Україні в контексті процесу політичної модернізації. Вона зазначає, що громадянське суспільство в Україні перебуває на стадії формування окремих інститутів, та розглядає стан взаємовідносин держави та громадянських інститутів як нерівноправне партнерство. Обґрунтовує, що розвиток громадянського суспільства в Україні вимагає розв’язання комплексу завдань для оптимізації механізму взаємодії суспільства

і держави, розширення соціальної бази громадянського суспільства, подолання громадської пасивності та відчуженості [43].

Гриценко О.М. досліджує вплив мас-медіа на процеси демократичних трансформацій і становлення громадянського суспільства в Україні. Вона розглядає багатогранну роль сучасних мас-медіа у створенні альтернативних форм політичної комунікації та її вплив на становлення громадянського суспільства. Запропоновано авторську концепцію механізму впливу мас-медіа на процеси державотворення та демократичні трансформації в сучасному українському суспільстві. Також розглядаються процеси розвитку відкритого інформаційного суспільства за рахунок розвитку інформаційних технологій та їх вплив на підвищення рівня політичної культури громадян та їх політичної активності, що в свою чергу впливає на розвиток громадянського суспільства. Однією з пропозицій є розглядати журналістику як вид духовно-практичної діяльності аналітичного характеру, головним завданням якої є впровадження в масову свідомість світоглядно орієнтованих оцінок явищ і фактів, актуальних для масової свідомості [44].

Каліниченко М.М. досліджує політико-владний потенціал громадянського суспільства в сучасній теорії політики. Він виділяє владу громадянського суспільства як продукт природного походження, що має системний характер, морфологічний і функціональний виміри, органічно інтегрується з державною владою, утворюючи систему саморегуляції соціального організму країни, має специфічний механізм саморуху, що спирається на біфуркаційні властивості специфічних атракторів та структурує соціальне життя завдяки використанню оригінальних параметрів управління. Серед інших тез новизни виділяється теза, що провідним фактором самореалізації влади громадянського суспільства в Україні є сьогодні архетипна саморегуляція, оскільки нормативний рівень (держава) ще тільки формується, одночасно розвиток громадянського суспільства обтяжений, з одного боку, негромадянським суспільством, що має потужну неформальну

владу, а з іншого, – захоплений глобалізацією, що втягує його у принципово інший алгоритм еволюції соціального світу, у якому визначальну роль має зіграти цілеспрямована політика держави [45].

Хлівнюк Т.П. досліджує проблематику впливу засобів масової інформації на політичний простір сучасної України. Провівши порівняльний аналіз таких моделей демократії, як учасницька, захисна, плюралістична та елітарна – Т.П. Хлівнюк встановив умови, що поліпшують вільне функціонування ЗМІ в даних демократіях, а також визначив існування обмежень в діяльності мас-медіа. Визначені також ситуації та досліджені їх причини, коли засоби масової інформації можуть втрачати свої моральні, етичні, свідомі функції. Такими ситуаціями є виборчі кампанії та політичні конфлікти. Політичні кампанії створюють середовище, в якому ЗМІ працюють за стандартами, які нав’язуються владою, зацікавленими групами, бізнес-структурами, і ці стандарти не завжди відповідають правовим та моральним нормам [46].

Легеза Я.О. визначає особливості взаємодії громадської думки та влади в Україні. Вона зазначає, що громадська думка виступає потужним суб’єктом реагування на процес прийняття рішень владними структурами. Також властивим є посилення впливу мас-медійних чинників на формування громадської думки разом із зменшенням публічної активності громадян та нерозвиненістю громадянського суспільства, яке будується на горизонтальних зв’язках громадської взаємодії. Пропонуються заходи, спрямовані на розвиток громадянського суспільства та вдосконалення діяльності ЗМІ з метою уникнення їхньої подальшої комерціалізації, монополізації та підпорядкованості певним політичним суб’єктам та перетворення їх на адекватні механізми репрезентації інтересів українського суспільства [47].

Калініченко Б.М. розглядає владу ЗМІ як оригінальний сегмент соціального інституту влади, що впливає на політичну свідомість, політичну культуру і політичну поведінку суб’єктів політики. В результаті дослідження сформульовані світоглядно-ідеологічні засади дослідження влади ЗМІ. Подана

її семантична природа, визначена сутність влади ЗМІ в контексті ціннісно-смислового впливу ЗМІ на масову свідомість і особистість з метою організувати чи скоригувати їх мислення і поведінку за принципом «владно-підвладних відносин». Визначено зміст явища «влада ЗМІ» не як субстрат, що утворює тіло даного соціального інституту, а його внутрішній стан, сукупність організаційних процесів, що характеризують взаємодію утворюючих соціальний світ елементів – людей та їх природних утворень, – між собою і з середовищем, і зумовлюють їхню кореляцію, упорядкування, взаємоузгодження існування, розвиток та зміну на основі ціннісно-смислової детермінації поведінки об'єктів політики. Її зміст спрямовується на духовну сферу людини і матеріалізується в ній [48].

Даніленко С.І. досліджує громадянський вимір інформаційно-комунікаційної революції: концептуально-теоретичні та політико-прикладні аспекти. Він доводить, що в інформаційну добу комунікації є сутнісною основою сучасної політичної системи суспільства внаслідок того, що домінування інформаційно-комунікаційних взаємин соціально-політичних компонентів є детермінуючим чинником у відносинах між суспільним інституціями як всередині держави, так і в міжнародних відносинах. Способом існування громадянського суспільства є безперервний комунікаційний процес, скерований на самоорганізацію та самоконституювання, самомобілізацію й самовідтворення різноманітних інтересів і прав людей, становлення та розвиток демократії. Обґрунтовано положення про неможливість забезпечення ефективного процесу формування дієздатного громадянського суспільства без такого структурного елементу інформаційної сфери життєдіяльності суспільства й держави як суспільне телерадіомовлення [49].

Серед праць в галузі «Філософські науки», які стосуються нашого об'єкту дослідження, можна виділити наступні. Черноног Р.А. досліджує державу і громадянське суспільство: соціокультурні аспекти розвитку. Вона доводить, що між державою та громадянським суспільством можуть існувати

(залежно від типу державної влади) різні відносини – від антагонізму до взаємопідтримки, співробітництва, а “консенсус” держави та громадянського суспільства зникає тоді, коли держава перетворюється з демократичної на авторитарну чи тоталітарну. Розкрито природу, структуру та внутрішню цінність громадянського суспільства як особливої політико-правової системи, що виступає опосередковуючою ланкою між державою та індивідом і сприяє вирішенню низки завдань, які не входять в компетенцію держави – реалізація людини як самостійної, вільної, самоврядної особистості, справжнього громадянина своєї країни. Обґрунтовано положення про те, що правова держава не може функціонувати та розвиватися без засад громадянського суспільства, і саме держава постає як суб’єкт та гарант формування громадянського суспільства. Без правової держави не може виникнути громадянське суспільство і навпаки [50] .

Карась А.Ф. розглядає філософію громадянського суспільства як інтерпретацію свободи і соціальності. Він доводить, що філософський аспект предмета громадянського суспільства на відміну від соціологічного, політологічного та правничого, полягає в аналізі здійснення феномена свободи в інтелектуальній, громадській, соціальній, економічній та приватній активностях людини. Складовою частиною процесу здійснення громадянського суспільства є дискурсивно-етичні практики, які складаються під впливом різних типів соціальних взаємодій: вертикальних та горизонтальних. Доведено, що становлення громадянського суспільства має своїм джерелом і неуникненим компонентом дискурсивно-етичну практику свободи й автентичності, обумовлену семіотично. На прикладах українського соціального поступу громадянське суспільство визначається як система переважаючих горизонтальних зв'язків між індивідами; у них фіксуються солідарні й субсидіарні норми суспільної дійсності, що стають підставою антикорупційної ідентифікації населення і перетворення його на національно свідомих громадян. Доведено, що майже у всіх найзначніших філософських

теоріях визначення громадянського суспільства пов'язується з виявом особливостей дискурсивних і семіотичних настанов мислення і сприйняття, які поширені у суспільствах; здійснення громадянського суспільства передбачає повалення "дискурсивного бар’єра", який характеризується домінуванням патерналістсько-клієнталістських знаків, значень, символів, кодів, текстів у суспільній і політичній культурах [51].

Маловічко О.В. досліджує організаційний потенціал держави у дискурсі глобалізації та інформатизації. Проведено соціально-філософський аналіз організаційного потенціалу держави в дискурсі становлення цілісної системи саморегуляції соціального організму країни, в якій державна влада протистоїть її недержавній формі як елементу органічного соціального цілого. Обґрунтовано концепт «організаційний потенціал держави» як потенційну готовність і спроможність держави – головного елемента політичної системи будь-якої країни – реалізувати себе в дискурсі саморозгортання системи саморегуляції соціального організму країни, завдяки власним організаційним властивостям, що регулюється розподілом влади між державою і громадянським суспільством і є в синергетичному вимірі параметром управління даного процесу, кінцевий результат (продукт) дії якого може бути з’ясованим лише в довготерміновій перспективі.

Запропоновано розподіл влади в соціальному цілому як параметр управління взаємодією держави і громадянського суспільства, що зводить їх на генетичному, онтологічному, морфологічному, функціональному, саморегулятивному, топологічному та технологічному рівнях і є оригінальною формою регуляції організаційного процесу у просторі соціального організму країни завдяки суперечності між державною і недержавною видами влади, що інтегруються у морфології органу саморегуляції цілого – гомеостаті, й протистоять одна одній у функціонуванні, забезпечуючи одночасно фази гомеорезу, гомеостазу і аутопоезису соціального цілого [52].

В науковій галузі «Публічне управління та адміністрування» питанню формування громадянського суспільства, інформації та засобам масової інформації присвячені дослідження наступних науковців.

Степанов В.Ю. досліджує теоретико-методологічні засади формування та реалізації державної інформаційної політики. Він зазначає, що забезпечення єдності інформаційного простору виконують органи державної влади, які розробляють і реалізують цілеспрямовану інформаційну політику. Реалізовуючи свою інформаційну політику на рівнях регіонів і місцевої самоврядності, держава вимушена в тому або іншому ступені фінансувати забезпечення єдності інформаційного простору і здійснювати підтримку прогресивних тенденцій розвитку всіх його компонентів. При цьому держава, використовуючи свою інформаційну політику як інструмент, фокусує свої дії на забезпеченні і збереженні взаємозв'язків об'єктів і суб'єктів інформаційного простору. Державна інформаційна політика будується на посиленні інтеграційних процесів, які об'єктивно і неминуче виникають при створенні, збереженні, передачі і споживанні інформаційних ресурсів. Далі інтеграційні процеси відтворюються в науках інформаційно-комунікаційного циклу, які спрямовані на формування демократично орієнтованої громадської свідомості, сприяння розвитку духовності, культурних, освітньо-виховних і моральних засад, збагачення інтелектуального потенціалу українського народу, збереження його національної та культурної самобутності [53].

Бутирська Т.О. розглядала проблематику оптимізації взаємодії державної влади і громадянського суспільства (управлінський аспект). Було проаналізовано систему державного управління в контексті нового механізму державного управління – взаємодії державної влади і громадянського суспільства, що обумовлює трансформацію системи державного управління із традиційної статичної в динамічну. На основі інфраструктурного підходу запропонована перспективна система державного управління в Україні, що

виходить з динамічної зміни системи державного управління в процесі суспільного розвитку [53].

Білокопитов Д.В. розробив механізм взаємодії органів публічної влади з інститутами громадянського суспільства в умовах глобалізації, який засновано на розподілі сфер компетенцій і відповідальності між ними. Він зазначає, що громадянське суспільство є складним публічно-політичним і соціальним феноменом. Воно завжди виступає в дуалістичній формі та складається, з одного боку, з публічно-політичного компонента, що включає мережу громадських організацій та структур, які виходять на публічно-політичну арену: громадські рухи, об'єднання, асоціації тощо, і спрямовані на вирішення проблем на макрорівні. З іншого боку – з приватного компонента, сформованого з утворень, які включають громадян, об'єднаних за інтересами для вирішення приватних (локальних) проблем (мікрорівень). Виявлено, що інститути громадянського суспільства в Україні ще не набули характеристик якості та вбудованості, не стали реальними суб'єктами публічної політики та інструментом захисту прав та інтересів громадян [55].

Дніпренко Н.К. досліджує зміну парадигм в державному управлінні інформаційною сферою: комунікативний аспект. Робота присвячена розв'язанню теоретико-методологічних завдань державного управління щодо зміни парадигми з інформаційної, яку нині покладено в основу управління інформаційною сферою, на комунікативну, та розробці на цій основі адміністративних засад інституціалізації комунікативних процесів у суспільстві. Визначено базову, фундаментально нову парадигму в управлінні інформаційною сферою – інституціалізація суспільних комунікацій є умовою розвитку демократичних процесів та становлення інформаційного та громадянського суспільства.

До основного критерію, що визначає інформаційну та комунікативну моделі інформ-обміну, є типи відносин: суб'єктно-об'єктний, монологічний, з одностороннім зв'язком характеризує інформаційну модель, а суб'єктно-

суб'єктний, діалогічний, із зворотним зв'язком – комунікацію. Етимологічні відмінності між поняттями інформаційний – інформативний, комунікаційний – комунікативний, засоби масової інформації – засоби масової комунікації – мас-медіа, безпосередньо застосувавши їх до державного управління; характерні тенденції розвитку інформаційної сфери – поступове перетворення ЗМІ у ЗМК та інституціалізація комунікацій між владою та громадськістю [56].

Головій В.М. досліджує механізми взаємодії влади та ЗМІ в контексті становлення громадянського суспільства в Україні. Під час дослідження з позицій державного управління було обґрунтовано необхідність залучення організацій громадянського суспільства до розробки та реалізації інформаційної політики як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні, як обов'язкової умови побудови громадянського суспільства в Україні. Було вдосконалено підходи до забезпечення права громадян України на своєчасне отримання необхідної інформації як складової функціонування демократичного суспільного ладу; механізми взаємодії органів влади та ЗМІ в справі поширення суспільно корисної та соціально значущої інформації, як основи легітимізації та підтримки державної політики з боку громадян України; підходи до визначення місця та основних функцій органів державної влади, органів місцевого самоврядування в процесі роздержавлення ЗМІ [57].

Бухтатий О.Є. розглядає проблематику взаємовідносин органів державної влади та засобів масової інформації в умовах демократичного державотворення. Автором було теоретично обґрунтовано підходи до аналізу державного управління у сфері засобів масової інформації як суб'єкта соціального, економічного, культурного і політичного розвитку людини, що є одним із найважливіших факторів інтеграції України у Європейське співтовариство. Насамперед це стосується необхідності удосконалення системи державних інститутів, на які покладені функції державного регулювання інформаційної сфери та контролю за дотриманням вимог законодавства, у т. ч. при впровадженні державної програми цифрового ефірного мовлення,

формуванні системи громадського телебачення і радіомовлення, реформуванні державних та комунальних засобів масової інформації. Визначено перелік критеріїв демократизації взаємовідносин органів державної влади та засобів масової інформації (таких, як законодавчі гарантії неупередженої діяльності органів державної влади, на які покладаються функції державного регулювання та державної реєстрації суб'єктів інформаційної діяльності, рівного доступу засобів масової інформації до інфраструктури зв'язку та ін.), а також встановлена залежність свободи слова від виконання державою функцій регулювання інформаційної сфери [58].

Отже, дослідження в рамках галузі знань «23 Політичні науки» стосуються питань формування громадянського суспільства, зокрема через подолання громадянської пасивності та відчуженості. Також розглядаються питання інституціалізації громадянського суспільства та відносини їх з державою, що вимагає розв'язання комплексу завдань оптимізації механізму взаємодії суспільства та держави. Також зазначається, що громадянське суспільство, з погляду сучасної теорії політики, має політико-владний потенціал. Політична функція громадянського суспільства реалізується через форми та способи організованої взаємодії суб'єктів та інститутів громадянського суспільства з інститутами державної влади. Способом існування громадянського суспільства є безперервний комунікаційний процес, скерований на самоорганізацію та самоконституювання, самомобілізацію й самовідтворення різноманітних інтересів і прав людей, становлення та розвиток демократії. Домінування інформаційно-комунікаційних взаємин соціально-політичних компонентів є детермінуючим чинником у відносинах між суспільним інституціями як всередині держави, так і в міжнародних відносинах.

Розглядаються моделі створення громадянського суспільства через системний підхід та дослідження дискурсивної системи для визначення ідеальної моделі раціональної комунікації. Мас-медіа розглядаються як одна з

форм політичної комунікації, вплив мас-медіа на процеси державотворення та демократичні трансформації, вплив мас-медіа на підвищення рівня політичної культури та політичної активності як чинники, що впливають на розвиток громадянського суспільства. Доводиться теза про те, що залежно від виду демократій – учасницька, захисна, плюралістична та елітарна – існують обмеження та умови, що поліпшують вільне функціонування ЗМІ. В процесі зменшення публічної активності громадян мас-медійні чинники мають вплив на формування громадської думки, що потребує створення адекватних механізмів репрезентації інтересів українського суспільства.

Влада ЗМІ розглядається як оригінальний сегмент соціального інституту влади, що впливає на політичну свідомість, політичну культуру і політичну поведінку суб'єктів політики. ЗМІ утворюють внутрішній стан соціального інституту, сукупність організаційних процесів. Це характеризується взаємодією елементів, утворюючих соціальний світ людей та їх природних утворень, між собою і з середовищем, зумовлюють їхню кореляцію, упорядкування, взаємоузгодження існування, розвиток та зміну на основі ціннісно-смислової детермінації поведінки об'єктів політики. Її зміст спрямовується на духовну сферу людини і матеріалізується в ній.

В дослідженнях в рамках філософських наук розкривається природа, структура та внутрішня цінність громадянського суспільства як особливої політико-правової системи, що виступає опосередковувальною ланкою між державою та індивідом і сприяє вирішенню низки завдань, які не входять в компетенцію держави – реалізація людини як самостійної, вільної, самоврядної особистості, справжнього громадянина своєї країни. Доводиться, що між державою та громадянським суспільством можуть існувати (залежно від типу державної влади) різні відносини – від антагонізму до взаємопідтримки, співробітництва, а "консенсус" держави та громадянського суспільства зникає тоді, коли держава перетворюється з демократичної на авторитарну чи тоталітарну. Філософський аспект предмета громадянського суспільства

полягає в аналізі здійснення феномена свободи в інтелектуальній, громадській, соціальній, економічній та приватній активності людини.

Складовою частиною процесу здійснення громадянського суспільства є дискурсивно-етичні практики, які складаються під впливом різних типів соціальних взаємодій: вертикальних та горизонтальних. З точки зору філософських наук визначення громадянського суспільства пов'язується з виявом особливостей дискурсивних і семіотичних настанов мислення і сприйняття, які поширені у суспільствах. Здійснення громадянського суспільства передбачає повалення "дискурсивного бар'єру", який характеризується домінуванням патерналістсько-клієнталістських знаків, значень, символів, кодів, текстів у суспільній і політичній культурах.

Розглядаючи питання формування громадянського суспільства через призму постіндустріального суспільства, науковець доводить, що воно припускає «мозаїчне розчинення», спричиняючи затвердження фрагментарного, децентрованого образу мислення, внаслідок чого докорінно змінюється ідентифікація особистості. З'являються новітні громадянські асоціації постіндустріального суспільства, а отже сучасне громадянське суспільство не можна інтерпретувати як об'єкт адміністрування.

Також цікавою є теза про потенційну готовність і спроможність держави реалізувати себе в дискурсі саморозгортання системи, саморегуляції соціального організму країни завдяки власним організаційним рисам, що регулюється розподілом влади між державою і громадянським суспільством. Запропоновано розподіл влади в соціальному цілому як параметр управління взаємодією держави і громадянського суспільства, що зводить їх на генетичному, онтологічному, морфологічному, функціональному, саморегулятивному, топологічному та технологічному рівнях і є оригінальною формою регуляції організаційного процесу у просторі соціального організму країни.

Дослідження в галузі науки «Публічне управління» розглядають громадські рухи та громадські організації активної частини суспільства, котрі під спрямованим державним управлінським впливом постійно активізують суспільство. Отже, взаємодія державної влади і громадянського суспільства обумовлює трансформацію системи державного управління із традиційної статичної в динамічну. В цьому аспекті одним із завдань державного управління є зміна парадигми з інформаційної, яку нині покладено в основу управління інформаційною сферою, на комунікативну, та розробка на цій основі адміністративних засад інституціалізації комунікативних процесів у суспільстві.

Розглядаються механізми владно-партійної взаємодії, які обумовлюють формування нових інтегративних якостей цілісної системи управління, не притаманних частинам і компонентам, що їх утворюють. Організації громадянського суспільства розглядаються як суб'єкти вироблення державної політики, які реалізують законні цілі стосовно своїх немайнових прав та громадянських свобод без мети одержання прибутку та не прагнуть виконувати (або все ж виконують) функції державних органів. З точки зору державного управління обґрунтовано необхідність залучення організацій громадянського суспільства до розробки та реалізації інформаційної політики як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні як обов'язкової умови побудови громадянського суспільства в Україні.

Модернізація системи державного управління як концептуально скерованого процесу якісних перетворень у сфері соціального управління, взаємообумовлена динамічною взаємодією демократичної держави і громадянського суспільства. Модернізація державного управління в Україні визначається впливом взаємопов'язаних чинників, серед яких ключовими є національні особливості розвитку громадянського суспільства та ініціативи держави щодо модифікації своєї форми та змісту. Побудова власної української моделі державного управління має базуватися на принципах

соціально-комунікативної взаємодії демократичної держави і громадянського суспільства при вирішенні питань, що становлять загальний інтерес.

Одним з напрямків досліджень є визначення підходів до аналізу державного управління у сфері засобів масової інформації як суб'єкта соціального, економічного, культурного і політичного розвитку людини. Наголошується на необхідності удосконалення системи державних інститутів, на які покладені функції державного регулювання інформаційної сфери та контролю за дотриманням вимог законодавства, у т. ч. при впровадженні державної програми цифрового ефірного мовлення, формуванні системи громадського телебачення і радіомовлення, реформуванні державних та комунальних засобів масової інформації.

Таким чином, визначено, що дослідження, наведенні вище, та ті, що залишилися за межами даного переліку, не дають відповіді на нашу гіпотезу щодо механізмів формування суспільних медіа задля розвитку громадянського суспільства в Україні. Стверджується, що комунікації та дискурсивні практики відграють важливу роль у побудові громадянського суспільства, але не наводяться шляхи щодо побудови цих комунікацій, і не пропонуються механізми впливу держави на ці процеси. Отже, актуалізується питання організаційного, правового, економічного та ін. втручання публічного управління в процес становлення інформаційної складової формування громадянського суспільства в Україні.

1.3. Теоретичні засади дослідження механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення

У попередніх підрозділах ми розглянули різноманітні підходи дослідників та відповідні теорії, що розглядають громадянське суспільство, інформацію, комунікацію, ЗМІ. Цей розгляд дозволяє нам виділити чинники розвитку громадянського суспільства та визначити їх взаємозв'язкі та

взаємовпливи. Контекстом для розгляду даного феномену є інформаційна епоха як формуючий та новий глобальний чинник, що впливає на формування і розвиток громадянського суспільства. До основних факторів, котрі впливають на формування та функціонування громадянського суспільства, що присутні у розглянутих нами дослідженнях, можна віднести:

- громадські організації;
- громадські рухи;
- політичні партії;
- приватна власність;
- індивідуалізм;
- право;
- засоби масової інформації;
- інформація.

Як фактор, громадянське суспільство має вплив на:

- зміцнення демократії;
- на формування правової держави;
- на формування інститутів держави;
- на активність громадян у всіх сферах суспільного життя, що спричиняє загальний розвиток тощо.

Громадянське суспільство в розвинених країнах сьогодні стало: світоглядом, принципом, філософією, культурою – способом життя. У нашому суспільстві сам термін «громадянське суспільство» застосовується як нейтрально-маркувальний вираз, без співвідношення свого життя і його організаційно-політичних і культурних форм з принципами громадянського суспільства.

Ми погоджуємося з дослідниками Національного інституту стратегічних досліджень, які розглядають «громадянське суспільство», по-перше, як суспільний простір, якому притаманні наступні ознаки [59] :

1. Неполітичний (у розумінні відсутності примусово-директивних ознак підпорядкування) характер відносин: на відміну від директивності та загальнообов'язковості, якими насичена державно-політична сфера життєдіяльності суспільства, громадянському середовищу притаманна атмосфера вільного волевиявлення та невимушеності.

2. Розгалуженість: в змісті громадянського суспільства прослідковується боротьба, поляризація, протистояння різноманітних елементів. Потрапляючи у цей простір, людина отримує можливість знайти необхідну нішу для реалізації власних специфічних інтересів.

3. Соціальна активність: власне термінологічне визначення концепту «громадянське суспільство» покликане відобразити найбільш активну частину загального соціуму. Невипадково загальновизнаним принципом існування правової держави є усвідомлення та прагнення відстоювати громадянином свої права, спрямованість на дію.

По-друге, громадянське суспільство являє собою противагу державі, протидію розвитку тоталітарних тенденцій. Беручи до уваги притаманну владі схильність до надмірної централізації, не можна ігнорувати значний потенціал соціального контролю за державними органами, зосереджений у громадянському суспільстві.

Разом з тим сучасна політологія розглядає громадянське суспільство як складну і багаторівневу систему невладних зв'язків і структур. Такий тип суспільства включає всю сукупність міжособистісних відносин, які розвиваються поза рамками і без втручання держави, а також розгалужену систему незалежних від держави суспільних інститутів, що реалізовують повсякденні індивідуальні й колективні потреби й інтереси. Громадянське суспільство слід розглядати не тільки в пасивному сенсі – як мережу інститутів, але й активному – як контекст самоконструювання колективних акторів і як продукт їх самоконструювання. В цьому відношенні стає

суперечливою і багато в чому конфліктною інституціоналізація норм громадянського суспільства [60].

В цьому аспекті цікавим є визначення цього поняття світовими організаціями. Так, наприклад, Світовий банк прийняв визначення поняття «громадянське суспільство», яке розроблене рядом провідних науково-дослідних центрів. Він спирається на визначення громадянського суспільства як широкого спектра неурядових і некомерційних організацій, що беруть участь у суспільному житті, виражають інтереси і цінності своїх членів або інших осіб з етичних, культурних, політичних, наукових, релігійних чи філантропічних міркувань. Європейський союз визначає, що організаціями громадянського суспільства є: всі недержавні, некомерційні структури, непартійні та ненасильницькі організації, за допомогою яких люди організуються для досягнення загальних цілей та ідеалів – політичних, культурних, соціальних або економічних, вони основані як на членстві, так і на сервіс-орієнтованих недержавних організаціях [61].

Сучасним чинником, на нашу думку, який є мало дослідженим щодо впливу на формування і розвиток громадянського суспільства, є інформація. Саме інформацію ми визначаємо наступним вузловим питанням. Отже, постає питання визначення ролі держави у забезпеченні доступу до інформації, її використанні, обміну та ін., визначення механізмів забезпечення цих процесів, що сприяють розвитку громадянського суспільства.

Розглядаючи контекст дослідження зазначимо, що протягом другої половини XX століття в багатьох економічно розвинених країнах поступово було здійснено перехід до так званого «інформаційного суспільства», «століття інформації» або «постіндустріальної епохи».

Відомий своїми працями Фукуяма Ф. зазначає, що цей перехід складається з ряду пов’язаних один з одним елементів. Роль інформації та інтелекту, втілених як в людях, так і у все більш розумних машинах, стає всеосяжною, а розумова праця все більшою мірою замінює працю фізичну.

Виробництво глобалізується в міру того, як недорогі інформаційні технології роблять все більш легким поширення інформації через національні кордони, а засоби швидкого зв’язку – телебачення, радіо, факс та електронна пошта – розмивають кордони, котрі стійко існували протягом тривалого часу культурних спільнот [62].

Суспільство, що базується на інформації, все більшою мірою сприяє зростанню свободи і рівності – двох речей, які люди в сучасній демократії цінують найбільше. Ієрархії всіх видів, і політичні, і корпоративні, піддаються тиску і починають розпадатися. Влада великих, негнучких бюрократичних утворень, які прагнули за допомогою правил, приписів і примусу контролювати все і вся в межах своєї сфери впливу, була підірвана переходом до економіки, заснованої на знанні; це сприяє зростанню самостійності індивіда, що набувається завдяки доступу до інформації [62].

В інформаційному суспільстві кардинально змінюються всі сфери життя: від технологічної та виробничої до економічної і культурної. Істотно змінюються форми мислення та світогляду. Інформаційне суспільство – це техно-комунікаційна частина постіндустріального суспільства, таке суспільство, де сфера послуг має пріоритетне значення по відношенню до промислового виробництва і аграрного сектору. Головними продуктами виробництва і споживання виявляються інформація і знання. Комп'ютерна революція та Інтернет-революція – це більше ніж просування високотехнологічних брендів постіндустріального суспільства [63].

Все ширше використання мережвих комунікацій може стати причиною виникнення якісно іншої суспільно-політичної системи. Особливим результатом телекомунікаційної революції стала заміна однолінійного зв'язку між відправником і одержувачем інформації багатофункціональним і діалоговим зв'язком, що створює нові можливості для участі в інформаційному обміні. Аналіз політичних технологій у західних країнах підтверджує, що подібні нововведення розцінюються як спосіб демократії. Даний феномен

одержав назву «телеполітики», «теледемократії», «відеодемократії». Апологети такої системи підкреслюють можливість громадян самим вирішувати всі політичні і соціальні проблеми, що їх цікавлять, а не делегувати свої права обраним представникам (депутатам) [64] .

Розкриваючи зміст інформації та її видів, як наступного чинника, котрий впливає на об'єкт та предмет нашого дослідження, зазначимо, що природна інформація, автором якої є природа, створює можливості для творчості, а людина на базі цих можливостей розробляє практичні варіанти застосування природної інформації у вигляді знань. Звідси виходить, що саме соціальна інформація є основою соціально-економічного прогресу, а людина виступає в цьому процесі творчим посередником між інформацією і знаннями. Людина перетворює загальнонаукове знання в індивідуальне, привласнюючи собі, або перетворює знання в суспільне надбання у вигляді нової, але вже соціальної інформації. Пархоменко О.В. зазначає, що такий підхід до розуміння термінів «інформація» і «знання», відкриває нові методологічні можливості трактування методів організації трудових процесів людини в сучасних умовах [65].

Розглядаючи дану проблематику, Шульга М. говорить, що прикметник «соціальна» у словосполученні «соціальна комунікація» не стільки фіксує приналежність комунікації соціуму, скільки вказує на здатність комунікації вирішувати складні суспільні проблеми шляхом творення спільних цінностей і значень, вироблення спільного погляду на основоположні принципи розвитку суспільства і держави, стратегію цього розвитку загалом. За аналогією з тим, що управлінням є лише та діяльність, що має антиентропійний характер, можна стверджувати, що комунікацією є лише та діяльність, яка дозволяє стабілізувати соціальну систему та забезпечити її розвиток [66].

Колісник В.П. зазначає, що для перетворення суспільства в сучасне інформаційне суспільство важливим є не лише обсяг інформації, не лише інтенсивність обігу інформації та обміну інформацією, але й її якісні показники. Інформаційне суспільство відрізняється від суспільства,

засміченого спотвореною інформацією, перш за все тим, що визначальний вплив на розвиток різних галузей та сфер здійснює саме обіг інформаційно-інтелектуальних ресурсів. Коли ж обіг інформації зростає, але відсоток інтелектуальних знань у її загальному обсязі не збільшується або ж навіть скорочується, тоді таке суспільство навряд чи зможе утриматися на шляху до формування сучасного інформаційного суспільства [67].

Отже, в наші дні доступ до інформації – це фундамент соціальності, основа громадянського суспільства. Це проявляється у володінні світовим контентом, свободі знати, оцінювати, голосувати, керувати, приймати рішення. Сляднева Н.А. наголошує, що розуміння можливості відчувати самоповагу походить не від «мати», а від «знати», судити, коментувати, свідчити і т.п. Сучасна людина отримала більш широкі права і реальну можливість заволодіти світовою увагою, втрутитися у світові сценарії, оцінювати їх і транслювати світові свою оцінку того, що відбувається, створювати власні версії, діяти і закликати до соціальної дії тощо. Для цього немає необхідності бути формально організованим представником громадянського суспільства [68].

Соціальна інформація є необхідною умовою і самого людського існування, і успіху його діяльності. При вивченні та користуванні соціальною інформацією обов'язково слід враховувати той факт, що потоки соціальної інформації, проходячи через свідомість людей, обов'язково залишають на собі відбиток їх поглядів, думок, почуттів. За призначенням процес соціальної інформації повинен обслуговувати інтереси складної соціальної системи, яка складається з багатьох компонентів, які потребують зв'язку та управління [69].

Соколов А. В. зазначає, що в науковій літературі часто зустрічається тлумачення соціальної комунікації як обміну (передачі) інформації між людьми. Передається не вся інформація взагалі, а інформація соціальна, бо, крім інформації, що циркулює в суспільстві, розрізняють ще біологічну і машинну (технічну) інформацію. В результаті формулювання «соціальна комунікація» розуміється як обмін соціальною інформацією. Тобто під

«соціальною інформацією» А. В. Соколов розуміє інформацію, яка циркулює в суспільстві. Він зазначає, що соціальний простір – це система соціальних відносин між людьми, що інтуїтивно відчувається ними. Поширення смислів в соціальному просторі означає сприйняття їх людьми, що перебувають у певних соціальних стосунках з коммуникантом [70].

Найбільш аргументована позиція щодо поняття «соціальна інформація» була викладена В. Г. Афанасьєвим і А. Д. Урсулом. Соціальна інформація – це аспект і результат відображення суспільством як самої соціальної форми руху матерії, так і всіх інших її форм тією мірою, якою вони використовуються суспільством, залучені в орбіту суспільного життя [71; 72]. Вона базується на результатах концептуального аналізу родоначального поняття «інформація», який був даний А. Д. Урсулом в його ранніх роботах [73].

Поняття «соціальна інформація» по-різному трактується різними авторами саме відносно родоначального поняття в цій сфері – поняття «інформація», з яким тісно пов'язані його похідні. Розвиток поняття «інформація» фактично зупинився в невизначеності між рівнями «загальнонаукове поняття» і «філософська категорія» [74] .

Інформаційні потоки розглядають як: цілеспрямований рух інформації з усіх сегментів суспільної сфери, який здійснюється усіма наявними інформаційно-комунікативними каналами від джерел до споживачів інформації (широке розуміння); цілеспрямований рух інформації, яка надходить насамперед медійними (відео-аудіальними і пресовими) і телекомунікаційними (зв’язок, комп’ютерні інформаційні системи та ін.) каналами комунікації (вузьке розуміння) [75] .

Соціологія масової комунікації окреслюється як система соціального спілкування, соціального обміну, соціальної взаємодії, визначаються функції в суспільстві, серед яких підтримка зв’язку між індивідами, соціальними групами, культурами тощо [76] .

Бебик В. визначає соціальні комунікації як інформаційно-комунікаційне поле суспільного життя, що має соціальний характер. Тут спостерігається залучення терміну «поля», який входить в систему соціального простору. Масову ж комунікацію цей дослідник визначає як діяльність, що пов'язана з виробництвом, розповсюдженням соціальної інформації за допомогою специфічних суспільних інститутів – засобів масової комунікації. Він зазначає, що найвпливовішим видом соціальної комунікації, безумовно, є масова комунікація. Масова комунікація (або інформаційно-комунікаційна діяльність) є діяльністю соціального суб'єкта з виробництва й поширення соціальної інформації, націленої на формування суспільної свідомості суб'єктів та об'єктів суспільної сфери і відповідне спрямування їх (політичної, економічної, духовної) діяльності. Ця діяльність здійснюється за допомогою специфічних суспільних інститутів - засобів масової комунікації [77].

Інформаційний контроль проявляється через управління комунікаціями, їх змістом і спрямованістю за допомогою інформації. Інформаційна влада відрізняється від звичайного інформаційного впливу силою та стійкістю впливу суб'єкта на об'єкт, високою мірою контролю його поведінки. Відзначимо, що комунікації здійснюють визначальний вплив в тому числі й на політичну поведінку [78] .

Доступність засобів масової комунікації, зрозумілість знань про світ забезпечили можливість відносного вирівнювання різних за соціально-статусними характеристиками груп щодо рівня інформованості про життя суспільства. Відповідно до соціальної стратифікації суспільства склалось дві основні наукові парадигми бачення впливу ЗМК як виразника соціальної структури суспільства, системи суспільної свідомості [79].

Ширкі К. переконаний, що більш перспективним є підхід до соціальних медіа як до довгострокових інструментів, що можуть зміцнити громадянське суспільство та громадську сферу. Він зазначає, що активісти різних режимів, як демократичних, так і авторитарних, використовуватимуть соціальні медіа для

досягнення змін у своїх державах. І можливості впливу або керування цим процесом обмежені. Для досягнення довгострокових переваг соціальних медіа необхідно переключитись від інструментального до середовищного підходу, хоча це й може призвести до розчарування у короткостроковій перспективі [80].

Отже, треба зазначити, що мас-медіа є невід'ємною складовою механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад. Саме засоби масової комунікації можуть допомогти індивіду вийти за межі його безпосереднього життєвого досвіду і включитися в політичну діяльність. Для того, щоб гарантувати можливість вільного отримання інформації, потрібно обмежити вплив влади та бізнесу на засоби масової комунікації, забезпечивши водночас контроль над їх діяльністю з боку суспільства [81] .

Попов М.П. визначає соціальні функцій засобів масової комунікації:

• інформування громадян про найважливіші для них і влади події;

• освіти (доповнює діяльність спеціальних навчальних закладів - шкіл, технікумів, університетів, академій);

• критики й контролю, реалізація яких спирається на громадську думку та закон;

• артикуляції та інтеграції, що сприяє об'єднанню та згуртуванню суспільних інтересів, є умовою для формування впливової опозиції;

• мобілізації, що спонукає людей до певних політичних дій (або свідомої бездіяльності);

• інновації, що виявляється в ініціюванні політичних змін шляхом постановки важливих проблем перед владою й громадськістю;

• формування громадської думки з ключових питань суспільного життя;

• оперативну, що полягає в обслуговуванні ЗМК політики певних партій, громадських рухів, соціальних груп [82] .

Запорожець Т.М. зазначає, що новий імпульс і нові якості отримує вся система масової комунікації, зокрема це стосується соціальної інформації, яка

охоплює світоглядну, духовну, естетичну, публіцистичну, побутову інформацію тощо. Основу в розумінні масової комунікації становить інформаційний простір – середовище, у якому і завдяки якому виробляється, існує, циркулює, обертається інформація. Це поняття – соціально-політичне і вбирає в себе як територіальний, космічний, технічний, економічний фактори, так і людський, оскільки суспільна інформація призначається для людини, людина – її споживач, без людини вона втрачає свій сенс [83] .

Отже, ґрунтуючись на дослідженні праць науковців у сфері формування та функціонування громадянського суспільства (див. додаток В), сучасні розробки в даній сфері та розуміння інформаційного суспільства пропонуємо власний погляд на таке поняття.

Громадянське суспільство сьогодні треба розглядати в контексті інформаційного суспільства, де головним суспільним ресурсом виступає інформація. Громадянське суспільство формується в межах соціального середовища, де серед індивідів виникають недержавні суспільні відносини і відбувається соціальна комунікація (соціальний фактор) та циркулює соціальна інформація за рахунок інформаційно-комунікаційної діяльності (технологічний фактор), яка забезпечує плюралізм поглядів та дозволяє людині самоідентифікуватися.

Таким чином, сьогодні формування громадянського суспільства відбувається на основі двох факторів:

- соціального, що характеризується: внутрішньою динамічністю взаємодії індивідів; соціальною активністю у відстоюванні своїх прав і свобод; має внутрішні ознаки відповідно до організаційно-політичних і культурних норм; акумулює, зберігає та відтворює етично-моральні кодекси поведінки;

- технологічного, що характеризується масовими комунікаціями в інформаційному просторі; можливістю миттєвого реагування на інформацію (коментарі, обговорення, дії); наявністю медіа-ресурсів (незалежних засобів

масової інформації, вільний Інтернет, інші комунікативні джерела); наявністю технічних засобів та інших можливостей доступу до інформації.

Зазначимо, що наявність технологічного фактору формування сучасного громадянського суспільства деякою мірою нівелює необхідність створення громадських інституцій (НГО і т.п.), але ці інституції необхідні для формування та забезпечення відносин у правовому полі.

На нашу думку, саме наявність технологічного фактору відрізняє ту сукупність факторів, що впливають на формування громадянського суспільства в інформаційну еру. Тому в нашому визначенні використовуємо словосполучення «медіа-ресурс», яке потребує окремого розгляду в рамках дослідження предмету.

Зазначимо, що слово «медіа» – це скорочений варіант англійського «communication media» – засоби масової комунікації. Сьогодні поняття «медіа» включає широкий спектр засобів комунікації, котрі виконують передачу різного роду контента від джерела інформації до споживача [84] .

Якщо детальніше розглянути етимологію поняття, то потрібно звернути увагу на такі моменти. Медіа – це соціально організовані пласти активності, у той час як «мас» у зв'язку з «медіа» говорить щось про розмір комунікативного процесу. На думку дослідника Б. Бладохи, мас-медіа є засобом та способом, завдяки якому відбувається передача духовних цінностей через друк, звук та зображення досягає необмеженої аудиторії [85]. У політологічному енциклопедичному словнику термін «мас-медіа» ототожнюється з поняттям «засоби масової інформації» [86] . Крім того, Ільганаєва В. О. пропонує сприймати «медіа» як вищу форму розвитку соціальних комунікацій, сукупність способів і засобів соціальних комунікацій, що створюють єдиний комунікаційний простір соціуму, який межує і переходить у комунікаційний простір всесвіту [87] .

Також необхідно розглянути підходи до визначення поняття «медіапростір». Так, виділяють філософський, психологічний, соціологічний,

культурологічний підходи, останнім часом є спроби визначити це поняття в рамках теорії журналістики (див додаток Г) [88] .

Маклюен Г.М. поділяє медіапростір на такі елементи, як друковане слово, преса, телефон, телеграф, радіо, кіно, телебачення, комікс, ігри, рекламні оголошення і навіть електрика - тобто все, що пов’язано з комунікаційною дією. Також автор виділяє гарячий і холодний медіапростір, залежно від ступеня участі аудиторії. Гаряче – це більша участь і зворотний зв'язок, тобто отримання певної реакції (рефлексії аудиторії) [89].

Що стосується Українського медіапростору, то тут хотілось б звернути увагу на висловлювання Подгорної В., яка зазначає, що модифікація системи функціонування ЗМІ в пострадянській системі відбувається за схемою: несталий перехід від державної до приватної системи ЗМІ, в умовах ерозії державного контролю за медіа-виробництвом; утворюється умовно плюралістична система – медіа-олігополія (комерційні медіа співіснують разом з незначним сегментом державних засобів масової інформації) [90].

Сьогодні в Україні олігополія постає як базова модель існування ЗМІ (див. додаток Д). Подібний перехідний характер моделі мас-медіа обумовлює особливості їх функціонування в сучасній ситуації. Утворення приватної власності поза правилами відкритої конкуренції і рівних умов приватизації призводить до високого ступеня залежності нового класу власників від влади та, у свою чергу, до залежності медіа-ринку від структури політичних інтересів. До того ж і кризовий стан економіки підриває купівельну спроможність населення (як аудиторії), звужує можливості рекламного ринку, не дозволяє розглядати масові комунікації як прибутковий бізнес.

З іншого боку, проблема нерозвиненості інституціональної структури – низька впливовість організованих форм соціально-політичної активності, висуває мас-медіа в якості найбільш привабливого інструмента впливу з боку груп інтересів на політичний процес, на політику держави в пріоритетних цілях розвитку бізнесу. Перевага такого підходу до ЗМІ перетворює їх в єдиний

канал політичної комунікації, що набуває характеру внутрішньої взаємодії політичних груп і влади.

Постає питання альтернативи, коли олігопольна схема функціонування ЗМІ зумовлює особливі риси сучасного медіа-ринку – орієнтацію не на збут інформаційного продукту, а на забезпечення інформаційного впливу на владу і політичний процес. Головним тут є поняття «свобода медіа» та синонімічні поняття «свобода засобів масової інформації», «свобода засобів масової комунікації», які ототожнюються з поняттям «свободи слова». Як зазначають дослідники, альтернативним джерелом інформації можуть стати «громадські медіа», «суспільні медіа», «громадські телерадіокомпанії»; «преса» та «друковані засоби масової інформації»; «аудіовізуальні засоби масової комунікації», «електронні ЗМІ», «аудіовізуальні медіа».

Каррен Д. визначає суспільні медіа як ідеологію незацікавленого професіоналізму, обережного балансування протилежних точок зору, що важаються одним із індикаторів демократичності медіа-системи в Європі [91]. Як зазначив Ентін В.Л., з юридичної точки зору прийнятий у міжнародних організаціях і професійному середовищі слов’янськомовних країн переклад терміна «public service broadcasting» як «служби громадського мовлення» уявляється неточним. Термін «публічний», який означає загальнодоступний (також як публічна бібліотека), уявляється кращим. Друге значення слова «публічний» – зв'язок з інститутами державної влади. Мова йде про допустимість участі держави у діяльності електронних засобів масової інформації тільки у специфічній юридичній формі, а саме у формі публічної служби, яка накладає на державу максимальні обмеження [92] .

Мак-Квейл Д. дає наступне визначення: «суспільне мовлення» – фінансована громадськістю неприбуткова система телерадіомовлення (переважно європейська), яка має на меті задовольняти потреби всіх громадян у громадському спілкуванні. Спочатку це були всі потреби (тобто і розваги також), а виправдання для суспільного мовлення полягало у природно-монопольному характері мовлення.

Проте це виправдання більше не чинне, і потребу в громадському мовленні пояснюють загальними суспільними 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» [93].

Якубовіч К. вважає, що є елементи, які мають дуже важливе значення у дефініції публічного мовлення – це здійснення мовником публічної 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 визначення користувача через суспільного мовника, програмна незалежність медіа та здатність відрізнятись від комерційних мовників [94] .

Дослідники звертають увагу на те, що слід зазначити відмінність між суспільним і громадським телебаченням. Поняття «суспільне телебачення» та «громадське телебачення» за своєю природою не є тотожними, оскільки поняття «суспільне телебачення» містить ознаки власності суспільства, тобто власності, яку раніше зараховували до державної. А «громадське телебачення» містить ознаки власності громади, тобто комунальної форми власності [95; 96].

Реймонд Вільямс визначив службу суспільного мовлення як патерналістську систему, чий обов'язок захищати, направляти і розвивати більшість за допомогою засобів для меншості [97]. Трін Сайверстен зазначає, що поняття «публічна служба» містить поняття публічності як індивідуальних споживачів медіа, згідно з яким метою служби суспільного мовлення є задоволення інтересів і уподобань окремих споживачів, а не потреб колективу, тобто громадян [98]. Ці два підходи показують відмінні точки зору на питання підзвітності в будь-якій системі – що

вони мають враховувати, перед ким вони повинні нести відповідальність, і як вони повинні звітувати про те, що вони роблять.

Отже, на основі вищевикладених визначень та точок зору запропонуємо власне визначення суспільних медіа-ресурсів та суспільного мовлення як частини цих ресурсів.

Суспільні медіа-ресурси – це сукупність способів і засобів соціальних комунікацій, що створюють єдиний комунікаційний простір соціуму, де відбувається генерація, формування потоків соціальної інформації з метою задоволення комунікативних потреб суспільства, де кожен індивід може виступати у ролі відправника, одержувача або передавача інформації.

Суспільне мовлення – це утворена державою система мовлення, що підконтрольна громадськості, продукт якого забезпечує потреби членів суспільства у комунікації та інформації. Така система мовлення виступає як інститут громадянського суспільства, що управляється суспільством, фінансується суспільством та призначена для суспільства.

Отже, постає питання розроблення концептуального змісту механізму державного впливу на діяльність суспільного мовлення, який потребує безпосереднього визначення його призначення, а саме визначення виду впливу – управління або регулювання.

В енциклопедії державного управління зазначається, що державне управління – це діяльність держави (органів державної влади), яка спрямована на створення умов для якнайповнішої реалізації функцій держави, основних прав і свобод громадян, узгодження різноманітних груп інтересів у суспільстві та між державою і суспільством, забезпечення суспільного розвитку відповідними ресурсами [99].

Державне регулювання – сукупність цілеспрямованих форм, методів і напрямів впливу, що застосовуються органами державного управління для впорядкування системи суспільно-економічних відносин з метою стабілізації і пристосування існуючої суспільно-політичної системи до умов, що

змінюються. Під регулюванням зазвичай розуміють діяльність, спрямовану на коригування роботи системи (елементів системи) з метою забезпечення досягнення системою (елементами системи) такого стану, який забезпечує її (їх) роботу відповідно до визначених характеристик. Тобто цей вид діяльності розглядається як регуляційний процес, метою якого є досягнення відповідного рівня взаємодії та злагодженості окремих частин [99].

Під механізмами управління розуміють внутрішнє улаштування системи управління, що визначає порядок управлінської діяльності. Механізми управління становлять об'єкти, процеси, явища, які забезпечують процес управління. Особлива увага приділяється завданню проектування механізмів [99].

Князев В.М. та Бакуменко В.Д. визначають механізм державного управління як «практичні заходи, засоби, важелі, стимули, за допомогою яких органи державної влади впливають на суспільство, процеси виробництва, будь-яку соціальну систему з метою досягнення поставлених цілей». Також вони пропонують розглядати комплексний механізм державного управління «як систему політичних, економічних, соціальних, організаційних і правових засобів цілеспрямованого впливу органів державного управління [100].

Механізми державного регулювання стосуються відповідних сфер суспільного життя. Так, наприклад, Ю. Трещевський вважає, що сутність механізму державного регулювання економіки виражає відносини суб'єктів, що утворюють цілісну систему, яка включає органи державної влади, учасників господарської діяльності та зовнішнє середовище у формі потреб, інтересів і цілей суб'єктів економічної діяльності. Зміст механізму державного регулювання економіки визначається як сукупність економічних форм, методів, способів і правових норм, за допомогою яких органи державної влади впливають на економічні процеси, забезпечують вирішення суперечностей у соціально-економічних системах [101].

Ткачова Н.М., Чернов С.О. розглядають призначення механізму управління як створення організаційної системи для регулювання або

управління, а механізм регулювання призначений для регулювання функціональної діяльності або процесу (див табл. 1.2) [102].

Таблиця 1.2

Елементи механізмів управлінського впливу

Види механізмів	Призначення механізмів	Функціонально-процесні складові механізмів визначають			
Механізм регулювання	Регулювання функціональної діяльності, процесу	мета	послідовність впливу	засоби регулювання	порядок моніторингу
Механізм управління	Створення організаційної системи для регулювання або управління	план (програма) досягнення мети	організація (організаційне проектування)	стимулю-вання (мотивація)	контроль за досягненням мети

Методи державного регулювання деякі вчені поділяють на:

- правові, які базуються на законодавчо-правових та нормативно-правових інструментах;
- адміністративні, які ґрунтуються на застосуванні адміністративних актів і процедур, які мають обов’язкову силу;
- організаційно-економічні, що передбачають організацію діяльності суб’єктів регулювання шляхом створення державою умов, виконання яких робить таку діяльність економічно вигідною;
- економічні, тобто це способи впливу держави на діяльність суб’єктів регулювання через застосування економічних засобів;
- соціально-психологічні, які базуються на відкритості інформації про стан конкретного сектора державного управління та широкій участі суспільства в діяльності суб’єкта регулювання [103].

Таким чином, короткий огляд механізмів державного управління та його складових створив базис для визначення головних рис механізму впливу на діяльність суспільного мовлення. В сучасних українських реаліях суспільне мовлення треба розглядати як суб’єкт медіа-ринку, діяльність якого регламентується окремим Законом України та нормативними актами в сфері

функціонування засобів масової інформації, підприємництва та ін. Продукт діяльності суспільного мовлення направлений на задоволення потреб суспільства та виробляється і використовується на відповідних принципах. Тому можна визначити діяльність держави або державного управлінського впливу як регулювання.

Також треба брати до уваги існування та трансформації цього мовлення протягом певного історичного періоду. Отже, продукт суспільного мовлення треба розглядати як суспільне благо, що надавалося населенню протягом тривалого часу. Тому роль держави в ринкових умовах визначається як регулювання суспільних відносин в певних сферах суспільного життя [104]. Ми визначаємо головну роль держави у регулюванні відносин щодо розподілу цього блага. Тобто ми говоримо про регулювання відносин «суспільний мовник – громадяни» та створення умов для діяльності суспільного мовлення.

Враховуючи наш огляд механізмів державного управління та ґрунтуючись на працях та дослідженнях науковців, ми за допомогою методу дедукції як методу переходу від знання загальних закономірностей до окремого прояву (аналіз понять) визначаємо, що державний вплив на діяльність суспільного мовлення можна описати через механізм державного регулювання.

У відповідності з логікою проектування механізмів повинне бути сформованим уявлення про те, що ми хочемо отримати наприкінці, а саме: мету, структуру, продукт. Ми пов’язуємо продукт діяльності суспільного мовлення, як результат комунікації, з розвитком громадянського суспільства в Україні. Тому цільова функція механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення міститься у забезпеченні постійно змінних потреб суспільства в інформації, комунікації та ін. задля постійного розвитку суспільства та формування громадянського суспільства.

При розробці концепції механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення треба враховувати, що сукупність елементів цього механізму або впливає на розвиток об’єкту, або забезпечує розвиток об’єкту.

Розробку концепції механізму проведемо на основі сукупності уявлень про його складові. Логіка розробки цього механізму буде спиратися на сукупність елементів та їх взаємозв'язок, що складаються з об'єкту, центру, суб'єктів механізму, алгоритму роботи, опису результатів (продукту), умов, допущень або обмежень застосування механізму [104]. Характеристику основних елементів представлено у таблиці (див. табл. 1.3)

Таблиця 1.3

Характеристика складових для проектування механізму

Назва	**Характеристика**
Центр	елемент, що управляє та здійснює відповідний вплив
Об'єкт	елемент, що управляється та змінюється під впливом центру управління, відповідно до його цілей
Суб'єкти механізму	носії предметно-практичної діяльності, що беруть участь в роботі механізму
Алгоритм	сукупність функцій управлінських впливів, методів, способів досягнення цілей управління
Параметричний *опис результатів*, що плануються, котрі характеризують стадію розвитку об'єкта.	
Умови, що сприяють або перешкоджають роботі механізму, також, що здатні змінити алгоритм роботи.	
Допущення та обмеження застосування механізму, що використовується при аналізі та за якими можливе досягнення цільової ефективності	
Характеристика *мови опису* елементів (логіко-аналітична, графічна, математична)	
Характеристика *цільової функції,* для реалізації якої створюється механізм	
Критерії якості результатів роботи механізму (кількісні і якісні)	

Залежно від ролі центру як елементу, що визначає правила «роботи» механізму, розрізняють механізм як інструмент впливу та механізм взаємодії суб'єктів. Так у першому варіанті взаємодія з суб'єктами за принципом зверху - до низу, і це більше ніж проста організаційна структура. До специфіки методів і способів управління, що застосовуються в такому механізмі, можна віднести організаційні, інституційні, фінансові, адаптаційні та ін. Ці методи можуть використовуватися у мотиваційних механізмах та механізмах примусу. Мотиваційні механізми створюють умови, що опосередковано впливають на

реалізацію цільових намірів і мотивують суб'єктів до досягнення механізмом цілей. Він зумовлює врахування інтересів і потреб суб'єктів, а якість алгоритму буде визначатися ступенем узгодженості стимулів, що запропоновані механізмом, та інтересів суб'єктів. Механізм примусу безпосередньо визначає правила дій або поведінки суб'єктів.

На етапі створення суб'єкту суспільного мовлення, забезпечення ресурсами, створення попередніх структур та ін. використовується механізм впливу та примусу. Але ми розглядаємо систему суб'єктів суспільного мовлення, яка була утворена у 2014 році та почала повноцінну діяльність лише у 2017 році. Тому відкритим є питання саме створення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні. Ми вважаємо, що сутність цього механізму міститься саме у взаємодії всіх суб'єктів.

Цей механізм визначає принципи і послідовність виконання відповідних дій між різноманітними суб'єктами. Об'єкт механізму взаємодії обмежується об'ємом та сферою інтересів суб'єктів. Роль центру (як незалежного арбітра) обмежується функцією організації та контролю виконання правил, що розробляються суб'єктами на основі врахування інтересів всіх сторін. Методи і способи взаємодії можуть складати різноманітні типи: такі, як інформаційні, перерозподіл, укладання угод, інтеграція та ін. Також характеристикою цього механізму є сталий зворотний зв'язок суб'єктів і центру механізму взаємодії та визначає певною мірою горизонтальні взаємовідносини між суб'єктами.

Що стосується інформаційної складової, то тут треба згадати концепцію економічного механізму, розроблену Л. Гурвіцем. Він виділяє комунікацію як головну складову в економічній моделі, де імплементація і система примусу до дотримання правил є основним елементом моделі. Також зазначається, що деякі аспекти моделі можуть застосовуватися не тільки до економічних інститутів, а й до політичних і соціальних [105]. Таким чином, ефективність механізму взаємодії повинна визначатися ступенем реалізації інтересів суб'єктів, а оптимальність – складністю схем взаємодії та інформаційних потоків.

Розглядаючи механізм як систему, дослідники наголошують, що механізм треба розглядати у вигляді двох підсистем, котрі взаємодіють – функціональної та підсистеми забезпечення [106]. В рамках функціональної підсистеми відбувається планування, стимулювання, відповідальність і головне вироблення продукту механізму. До підсистеми забезпечення можна віднести фінансування, контроль, інформаційне та правове забезпечення та ін.

Отже, ми можемо перейти до графічного представлення елементів механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення (див рис. 1).

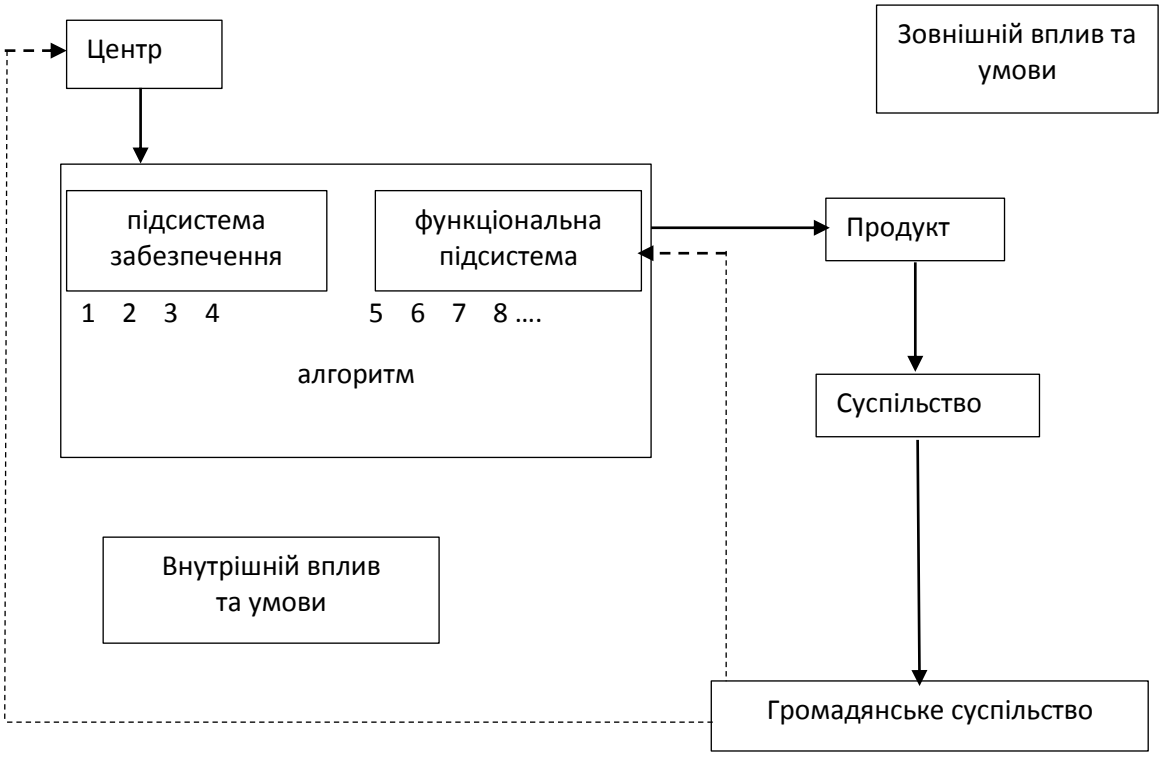


Рис. 1

Концепт механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення

Цільовою функцією механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення є вироблення продукту (комунікація, інформація та ін.), що сприяє розвитку громадянського суспільства.

До центру цього механізму ми відносимо органи влади, що мають функцію управління та регулювання діяльністю суспільного мовлення. До них можна віднести Верховну раду, Президента, Уряд.

Об’єктом механізму є суспільство, що під впливом продукту, який виробляється функціональною підсистемою змінюється, трансформується у громадянське суспільство.

Суб’єктами механізму є всі елементи, що впливають на вироблення продукту. Вони розподіляються по підсистемі забезпечення та функціональній підсистемі та мають різноманітні функції в рамках алгоритму функціонування даного механізму. Одним з головних суб’єктів є суспільне мовлення, що входять до функціональної підсистеми. Суспільне мовлення або система суспільного мовлення представлена відповідною структурою конкретних мовників. Саме вона виробляє той продукт, що надається суспільству і через який розвивається громадянське суспільство в інформаційному суспільстві. Ми визначаємо тісний зв’язок між продуктом, що виробляється саме суспільним мовленням та розвитком громадянського суспільства. Суспільні мовники є кінцевим ланцюгом у функціональній підсистемі.

Алгоритм механізму складається з алгоритмів діяльності суб’єктів підсистеми забезпечення та функціональної підсистеми. Розробка алгоритмів є основним завданням Центру. Зміни Центром в алгоритмах можуть складати функцію регулювання цього механізму. Треба зазначити, що важко виокремити даний механізм з механізмів більш високого рівня та механізмів з інших сфер суспільного життя. Тому алгоритми функціонування суміжних механізмів будуть впливати на вироблення алгоритму діяльності цього механізму.

До параметричного опису результатів, що плануються, та що характеризують стадію розвитку об’єкта, можна віднести ступінь задоволеності потреб і специфічних інтересів населення, яке складається з різноманітних груп. Також можна віднести опис параметрів, що відносяться до дотримання принципів, що сприяють формуванню громадянського суспільства

такі, як економічний і політичний плюралізм, особиста свобода, публічність і загальна поінформованість та багато інших. До цього опису також можна включити дані вітчизняних та міжнародних громадських організацій наприклад (див. табл. 1.4) [107].

Таблиця 1.4

Показники рейтингу демократичного розвитку України у 2009 – 2013 рр.

	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.
Виборчий процес	3,5	3,5	3,5	3,75	4,0
Громадянське суспільство	**2,75**	**2,75**	**2,75**	**2,75**	**2,75**
Незалежні медіа	3,5	3,5	3,75	4,0	4,0
Національне демократичне управління	5,0	5,0	5,5	5,75	5,75
Місцеве демократичне управління	5,25	5,25	5,5	5,5	5,5
Незалежність судової системи	5,0	5,0	5,5	6,0	6,0
Корупція	5,75	5,75	5,75	6,0	6,0
Розвиток демократії	4,39	4,39	4,61	4,82	4,86

До умов, що сприяють та перешкоджають роботі механізму та які здатні змінити алгоритм його роботи, можна віднести внутрішній вплив та умови, та зовнішній вплив та умови. До внутрішніх можна віднести наступні: слабка комунікація між суб'єктами, підготовленість та професійна поведінка суб'єктів, матеріальна складова, невідповідність цілей суб'єктів цілям діяльності механізму або цілям Центру та ін. До зовнішніх можна віднести політичну, соціальну та економічну ситуацію в країні, зобов'язання перед зовнішніми суб'єктами, також треба враховувати ставлення громадян до діяльності суспільного мовлення та ін.

Допущення та обмеження застосування цього механізму стосуються загального стратегічного бачення Центром розвитку суспільства та громадянського суспільства зокрема. Також допущенням концепту механізму є те, що продукт механізму або його цільове призначення впливає на суспільство

та змінює і трансформує його на громадянське. Обмеження застосування диктуються загальною концепцією економічного розвитку, який не передбачає ринкового середовища, самоорганізації та самоуправління суб'єктів цього механізму.

Мова опису даного механізму має вираз через графічне узагальнене представлення, що візуалізує основні елементи механізму та зв'язки. Також мова стосується логіко-аналітичного опису продукту та його впливу на суспільство, опису підсистем (головним чином фінансову та організаційну складову) та ін.

До критеріїв якості та результатів роботи механізму ми визначаємо якісні (дотримання стандартів, принципів, якісні зміни у суспільстві тощо) та кількісні (вони стосуються самого продукту та кількісні характеристики змін у суспільстві, які стосуються ознак громадянського суспільства.

Таким чином, ми завершили концептуалізацію механізму державного регулювання діяльності суспільних медіа та повинні перейти до розгляду та аналізу підсистеми забезпечення й функціональної підсистеми.

Разом з тим залишається відкритим питання розуміння проектування інформаційного середовища та ролі держави у цьому процесі, а також визначення механізмів інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства.

Висновки до розділу 1

Науковий, політичний та суспільний дискурс ставить сьогодні на порядок денний проблематику формування, розвитку та діяльності громадянського суспільства в нових реаліях функціонування українського суспільства. Сформовано певний комплекс ідей та поглядів на громадянське суспільство, але так і не сформувалося його загальновизнане визначення. Протягом всього історичного періоду дослідники визначали феномен громадянського суспільства

через соціально-політичний устрій держав того часу, цінності та культуру, також мали вплив провідні думки філософів, правові та економічні чинники тощо. Визначено, що на формування та розвиток громадянського суспільства мають вплив сучасні чинники, серед яких головним є вплив інформаційної епохи та відповідний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

Сьогодні громадянське суспільство характеризується рухом громадської думки, що формується з потоків інформації в диверсифікованих системах мас-медіа, і виникнення спонтанної, спеціальної мобілізації з використанням горизонтальних, автономних мереж комунікацій. Актуалізується питання про взаємопроникнення природи інформаційного і громадянського суспільства. Отже, в умовах об'єктивних світових процесів становлення інформаційного суспільства, одним з чинників формування громадянського суспільства стає інформація та відповідні інформаційно-комунікаційні технології. Таке твердження покладено в основу подальшого наукового дослідження і визначено як контекст при розгляді суспільних відносин щодо формування громадянського суспільства.

З метою встановлення актуальності предмету, що нами розглядається, було досліджено вітчизняний та зарубіжний науковий дискурс щодо розвитку громадянського суспільства, впливу інформаційної ери на цей процес, інформації, публічного управління і різноманітних медіа. Визначено, що найбільша кількість праць, присвячених зазначеним аспектам, міститься у політичних, філософських науках та галузі публічного управління. В рамках галузі науки «Публічне управління» дослідники розглядають: громадські рухи та громадські організації, які під спрямованим державним управлінським впливом постійно активізує суспільство; зміну парадигми публічного управління з інформаційної на комунікативну; визначення підходів до аналізу державного управління у сфері засобів масової інформації як суб'єкта соціального, економічного, культурного і політичного розвитку людини; удосконалення системи державних інститутів, на які покладені функції державного регулювання інформаційної сфери та контролю за дотриманням

вимог законодавства тощо. Визначено, що розглянуті дослідження не дають відповіді на нашу гіпотезу щодо механізмів формування суспільних медіа, як комунікаційно-інформаційного ресурсу розвитку громадянського суспільства в Україні. Отже, актуалізується питання організаційного, правового, економічного та ін. втручання публічного управління в процес становлення інформаційної складової формування громадянського суспільства в Україні.

Встановлено, що до основних факторів, котрі впливають на формування та функціонування громадянського суспільства, відносяться: громадські організації; громадські рухи; політичні партії; приватна власність; індивідуалізм; право; засоби масової інформації; інформація. Доступ до інформації – це фундамент соціальності, основа громадянського суспільства.

Запропоновано розглядати феномен громадянського суспільства в контексті інформаційного суспільства, де головним суспільним ресурсом виступає інформація. Доведено, що громадянське суспільство формується в межах соціального середовища, де серед індивідів виникають недержавні суспільні відносини і відбувається соціальна комунікація (соціальний фактор) та циркулює соціальна інформація за рахунок інформаційно-комунікаційної діяльності (технологічний фактор), яка забезпечує плюралізм поглядів та дозволяє людині самоідентифікуватися. Ми виділяємо технологічний фактор як реальний об’єкт, на який може здійснювати прямий вплив публічне управління за допомогою відповідних механізмів.

Запропоновано власне визначення поняття «суспільні медіа-ресурси». Суспільні медіа-ресурси – це сукупність способів і засобів соціальних комунікацій, що створюють єдиний комунікаційний простір соціуму, де відбувається генерація, формування потоків соціальної інформації з метою задоволення комунікативних потреб суспільства, де кожен індивід може виступати у ролі відправника, одержувача або передавача інформації.

В умовах олігополії на медіа-ринку України запропоновано створити нового суб’єкта ринку – суспільного мовника. Суспільне мовлення – це

фінансована громадськістю неприбуткова система телерадіомовлення, яка має на меті задовольняти потреби всіх громадян у громадському спілкуванні. Це здійснення 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 відносин громадськості з владою.

Аналіз публікацій щодо механізмів публічного управління створив базис для визначення ознак видів суб'єктного впливу – управління та регулювання. В сучасних українських реаліях суспільне мовлення треба розглядати як суб'єкт ринку, продукт якого направлений на задоволення потреб суспільства та виробляється і використовується на відповідних принципах. Також треба брати до уваги існування та трансформації цього мовлення протягом певного історичного періоду. Отже, продукт суспільного мовлення треба розглядати як суспільне благо, що надавалося населенню протягом тривалого часу, де головна роль держави визначається як регулювання відносин щодо розподілу цього блага. Тобто ми говоримо про регулювання відносин «суспільний мовник – громадяни» та регулювання відносин суб'єктів в ході діяльності суспільного мовлення. Ми визначаємо, що державний вплив на діяльність суспільного мовлення можна описати через механізм державного регулювання.

Концепт цього механізму спирається на сукупність елементів та їх взаємозв'язків, що складаються з об'єкту, центру, суб'єктів механізму, алгоритму роботи, опису результатів (продукту), умов, допущень або обмежень застосування механізму. З позиції системного підходу цей механізм треба розглядати у вигляді двох підсистем, що взаємодіють – функціональної та підсистеми забезпечення. В рамках функціональної підсистеми відбувається планування, стимулювання, відповідальність і головне вироблення продукту механізму. До підсистеми забезпечення можна віднести фінансування, контроль, інформаційне та правове забезпечення та ін.

РОЗДІЛ 2
МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СУСПІЛЬСТВІ

В розділі розглянуто сутнісні особливості проектування медіа-середовищ та формування інформаційно-комунікаційної взаємодії у суспільстві, визначаються сфери державного регулювання діяльності суспільного мовлення, проведено аналіз нормативно-правового забезпечення державного регулювання діяльності суспільного мовлення в європейських країнах та Україні.

2.1. Інформаційно-комунікаційна взаємодія у суспільстві та проектування медіа-середовищ

В сучасному українському науковому дискурсі все більше уваги надається таким явищам, як «громадянське суспільство» та «медіа» або «мас-медіа». Формування даного дискурсу відбувається на тлі розуміння розвитку людського суспільства в інформаційному або соціальному просторі. Все більше авторів доводять, що суспільство – це не що інше, як сукупність фізичних суб'єктів (особистостей), об'єднаних певними комунікативними відносинами, що мають соціально-інформаційну природу й утворюють соціально-інформаційний простір.

Зазначимо, що формування концепції та визначення «громадянського суспільства» має істотні відмінності щодо його розуміння в різні історичні епохи, в працях мислителів, що відносяться до різних наукових шкіл, прихильників тієї чи іншої ідеології або методології. Ретроспективний аналіз типів громадянського суспільства, еволюції його інститутів констатує мінливість відповідних соціальних феноменів у широкому діапазоні, їх залежність від стану суспільства в певну епоху.

Барматова С.П. доводить, що «громадянське суспільство» являє собою символічне поле - набір соціальних інститутів, практик і цінностей, що охоплює комплекс основних соцієтальних характеристик і параметрів життєдіяльності, відділене від держави і самоорганізоване. Це – соціокультурний і суспільно-політичний феномен, якому притаманні наявність і розвиток соціальних інститутів, суспільних цінностей і чеснот, соціальних практик, й процесу поінформованості [108].

Отже, одним з завдань нашого дослідження стає визначення механізмів формування інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства та визначення, який саме вплив може здійснювати на цей процес держава. Центральним питанням стає визначення методів та механізмів, через які публічна влада може або повинна забезпечувати гармонійний розвиток інформаційно-комунікаційної взаємодії в суспільстві. Проектування інформаційних середовищ та створення нових інформаційних ресурсів може відбуватися різними шляхами, але одним з головних гравців у цьому процесі повинна бути держава, яка формує поле з відповідними правилами гри. Тут необхідно дослідити соціальний простір, в якому відбуваються процеси структурування потоків соціальної інформації і навпаки – треба враховувати потоки соціальної інформації, які структурують цей простір.

Відомим теоретиком і дослідником соціального поля є П. Бурьдьє. Його підхід ґрунтується на розумінні соціального простору як простору взаємодії різних соціальних груп і окремих агентів, здійсненні ними соціальних практик, а також боротьби за легітимізацію смислів, котрі відповідають інтересам цих груп. Соціальний простір можна розглядати як сукупність різного типу полів. Поле – це теоретичний конструкт для розгляду феноменів соціального світу, що відповідають певній специфічній діяльності соціуму [109].

Визначальним елементом такої взаємодії є соціальна комунікація. Левін К. визначає цей феномен, як розширення життєвого досвіду людини за рахунок залучення до власного світу соціальних зв’язків та практик, котрі пропонують

уявлення про світ і впливають на психічні процеси індивіда. Групове життя формує динамічні системи, в дію яких залучена людина, реакція котрої передбачена схемою: «сприйняття – дія – суб'єктивне/об'єктивне» [110].

Левін К. зазначає, що для передачі соціально важливої інформації потрібен комунікаційний канал для здійснення соціальних актів та соціальної взаємодії. Він формується як наслідок взаємодії когнітивних структур (мови) і мотивації (системи цінностей). Залежність психології людини від соціального світу визначається теорією поля, яке складається із двох систем – життєвого простору та соціального поля. Життєвий простір містить фізичний і соціальний простори, а також історичний досвід. Науковий конструкт соціального поля визначається набором дев'яти компонентів, що мають розкрити його динаміку: позиція, пересування, когнітивні структури, сила, мета, конфлікт, страх, влада, цінності [110].

Зазначимо, що важливим поняттям при розгляді даного питання є «комунікація», яке змінюється одночасно з розвитком та ускладненням технічних засобів передачі повідомлень, глобалізацією і дедалі більшою інформатизацією світового суспільства. Одним з провідних дослідників комунікацій є японський вчений, соціолог, футуролог Йошита Масуда, який розглядає комунікацію як економічну категорію та суспільне благо, що впливає на розвиток всіх сфер суспільного життя. Рівень розвитку комунікацій є тим критерієм суспільного прогресу, який забезпечується завдяки скороченню тривалості запровадження новацій, збільшенню швидкості їх циркуляції та появі нових автоматизованих систем, покликаних продукувати динамічні процеси розвитку суспільства [111].

Сьогодні комунікація розглядається як важливий соціокультурний фактор розвитку суспільства, який впливає на формування суспільного світогляду, стилю мислення, поняття свободи та демократії. Розвиток комунікації сприяє виникненню нової системи індивідуально-демократичних цінностей (сердечності, щирості, довіри), які змінили сутність сучасного виробництва, а також вплинули на рівень розвитку суспільства.

Український дослідник Є. Романенко зазначає, що комунікація повинна змінити суспільний устрій, ієрархізуючи соціальну організацію, вона сприяє інтенсифікації культурних зв'язків, масовізації індустріального суспільства, уніфікації та стандартизації процесів формування відповідних державних ідеологій. Роль комунікації у розвитку суспільства діалектична: з одного боку, вона є стратегічно-інструментальним засобом розвитку суспільства, а з другого – саме суспільство як певна соціальна реальність є одним із способів налагодження та розвитку певних комунікативних зв'язків. Тобто, вона є одним із найбільш ефективних способів створення відповідних комунікативних систем, які впливають на характер виробничої діяльності, форму міжкультурних відносин, тенденції історичного розвитку та специфіку соціальної структури суспільства [112].

Різун В.В. наголошує, що при дослідженні соціальних комунікацій треба виділяти соціальні інститути та соціальні групи. Він визначає соціальні комунікації як: «... систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціально-комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [113].

Дрідзе Т. М. розглядає соціальну комунікацію з точки зору культурного розвитку, динаміки культурних процесів і визначає її як універсальний соціокультурний механізм, що орієнтується на взаємодію соціальних суб'єктів, відтворення і динаміку соціокультурних норм і прикладів такої взаємодії [114].

Корнєєв В. М. звертає увагу на те, що в соціальній комунікації соціальний інститут, що ініціює певний комунікаційний зв'язок, проектує саму можливість його створення вже на рівні організації такого інституту. Тут треба зазначити, що

штучне створення соціальних інститутів для проектування комунікацій від їх імені потребує надання інституту широкого спектру комунікаційних зв’язків з використанням нетипових комунікаційних парадигм. Така форма розгортання соціальних комунікацій дає підстави дефініювати ще й такий параметр соціальних комунікацій, як створення та концентрація середовища соціальної уваги, яке може ефективно інтегрувати різні соціальні групи, спільноти окремих суб’єктів інформаційної діяльності чи просто об’єктів інформування, не властивих певній соціокомункаційній парадигмі [115].

Він зазначає, що на відміну від лінійного уявлення про комунікацію як мережу з чіткими структурними компонентами, що забезпечують взаємозв’язок між комунікантами, сучасне розуміння соціальних комунікацій є нелінійним і може бути більш складним. Внаслідок існування чіткої мережевої структури соціальних комунікацій виникають інформаційні поля, де адресація в суб’єкт-суб’єктній комунікації розширюється унаслідок того, що в інформаційному середовищі є достатня кількість активних користувачів інформації, що можуть сприймати, поширювати, зберігати і передавати неадресну для них інформацію поряд з інформацією адресною. Таким чином, виникає складна нелінійна модель соціальних комунікацій, яка в першу чергу орієнтована на відображення багатовимірності процесу соціальних інформаційних обмінів [115].

Степанов В. Ю. доводить, що концептуально єдиним інформаційним простором є сукупність баз і банків даних, технологійїх ведення і використання, інформаційно-телекомунікаційних систем і мереж, що функціонують на основі єдиних принципів і за загальними правилами, що забезпечують інформаційну взаємодію організацій і громадян, а також задоволення їх інформаційних потреб. Інформаційний простір створюється (конструюється) суб'єктом. У зв'язку з цим у будьякому інформаційному просторі діє принцип конструктора, який обгрунтований у роботах з системного аналізу. Конструктором інформаційного простору може бути

індивід, підприємство, установа. В рамках держави або території конструктором інформаційного простору виступає влада, якій суспільство делегувало функції щодо управління складною системою — соціумом. Принцип конструктора в ЄІП реалізується владою різних рівнів через створення і виконання державних, егіональних, місцевих програм та через правову і фінансову підтримку суб'єктів інформаційного простору [116].

Розглядаючи сучасний медіа-простір із інструментальних позицій, звертаємо увагу на той факт, що він є середовищем не стільки пошуку інформації, скільки середовищем пошуку фрагментів інформації, які не підпорядковані жодній єдиній логіці та компілюються суб'єктом, виходячи з власних (часто апріорних) бачень і вподобань актора медіа-простору. Можна констатувати, що на сьогодні саме існування такої соціальної реальності є сумнівним, адже високий ступінь фрагментації суспільства не може не впливати на дезорганізацію соціальних практик. Більше того, віртуалізація сучасного медіа-простору дає змогу говорити про певну віртуальну реальність. До того ж, як зазначалось вище, актори медіа-простору практично не споживають інформацію через те, що по суті займаються компіляцією різнорідних частин інформації, при цьому отримуючи певну (створену самим актором із фрагментів) інформацію, яка не є інформацією, тому що відображає суб'єктивну композицію фрагментів, та жодним об'єктивним чином не пов'язана з реальною подією [117].

За Юдіною О.: «медіа-простір – це особлива реальність, яка є частиною соціального простору та організує соціальні практики й уявлення агентів, включених у систему виробництва та споживання масової інформації» [118]. Очевидним фактом є те, що сучасний медіа-простір практично є засобом обміну та конструювання фрагментів інформації (а не інформації), що цілком відповідає визначенню симулякру за Ж. Бодрійяром, де симулякр – це зображення без оригіналу, репрезентація чогось, чого насправді не існує. «Симулякр створив «маси» (замість класів) і вони становили історичний процес. «Маси» – мовчазна більшість, чорна діра, що поглинає соціальне; вони тяжіють до фізичної і

статистичної форми, одночасно несоціальної й надсоціальної, абсолютно соціальної. Вони не можуть бути керовані жодною політичною владою, але маси породжують ілюзії влади, ілюзії бути владою; функціонування всіх сучасних систем щеплено на тілі цієї смутної істоти мас» [119].

Повертаючись до розгляду віртуалізації сучасного медіа-простору, треба враховувати різновиди та функціонування веб-сервісу «соціальна мережа». Данич В. і Бельченко О. зазначають, що «соціальна мережа – це програмовий сервіс, майданчик для взаємодії людей у групі або в групах» [120]. Головним, що привертає нашу увагу у даному аспекті, є те, що завдяки інтеграції інтернет-ЗМІ і соціальних мереж з'являється новий інформаційний простір – інтерактивні конвертовані соціальні медіа. Новий потенційний цифровий публічний простір народжується саме на стику інтернет-ЗМІ і соціальних мереж, при цьому інтернет-ЗМІ формують порядок денний, визначаючи загальноважливі питання, а суспільство через соціальні мережі отримує можливість формулювати власні відповіді на ці питання [121].

З цього приводу Артамонова І.М. зазначає, що особливостями аудиторії соціальних сервісів є високий рівень реакції на публікації, а також залучення до аналізу поданої інформації великої кількості інших користувачів. Тобто, розроблюючи нові теми та створюючи ексклюзивний контент, видання можуть значно продуктивніше поширювати свою інформацію й збільшувати свою конкурентоспроможність за рахунок активної аудиторії соціальних медіа. Сьогодні Україна на шляху до розуміння того, що інтернет-технології – це потужне знаряддя в сучасному світі, а також метафора свободи і творчості як способу життя. Молоде покоління сприймає мережу як основний засіб освіти, особистісної комунікації, професійної діяльності, реалізації свободи й незалежності [122].

Також при розгляді даного питання треба враховувати сучасний етап світових суспільних трансформацій. Повертаючись до поняття «громадянське суспільство», треба зазначити, що воно щільно пов'язане з теорією модернізації,

яка мала свій розвиток протягом попередніх століть. Модернізаційний перехід, як прийнято вважати, впливає на кожен соціальний інститут, кожну групу населення, відчувається всіма верствами суспільства [15].

Модернізація характеризується як всебічний процес, який включає безліч одночасних змін на різних рівнях суспільного організму. Для відсталих у своєму розвитку товариств модернізація по суті набуває форми імітації та трансплантації зразків, товарів і технологій з більш розвинених країн. Таким чином, комунікація та контакт між різними культурами і суспільствами стають важливими передумовами модернізації. В якості генераторів модернізації нерідко виступають лідери країн, що розвиваються, які висувають плани і проводять відповідну політику, спрямовану на трансформацію суспільства в бік сучасних розвинених країн.

Сучасне бачення світу формує філософію постмодерну, який також має вплив на медіа-простір і процеси, що відбуваються в ньому. Основними ознаками постмодерну можна назвати полікультурність, естетику масової культури, плюралізм, релевантність, теорію гри та ін. Заперечення центризму є однією з основних ознак даного явища і передбачає перегляд соціопросторових координат, а сам простір підлягає деконструкції. Розвиток технологій спричинив «комунікаційне прискорення», яке має прояв у медіатизації суспільства і її залежності від смислів, що продукуються мас-медіа.

Відносно дослідження медіа-простору треба зазначити, що йому присвячені роботи дослідників багатьох галузей знань. У сучасному суспільстві медіа-простір та процеси, що відбуваються в ньому, все більше набувають рис постмодерну. Сучасний медіа-простір розглядається як місце конструювання певних цілісних (придатних для сприйняття) симулякрів, які мають заміщувати старі симулякри [123].

Певні члени суспільства мають можливості самі конструювати з фрагментів власні симулякри та пропонувати їх частині «маси» (хабітату). При цьому всі зазначені симулякри мають на меті симулювати один і той самий

соціальний простір. Більше того, якщо така симуляція відбувається за участю (із залученням) до її створення конкретної особи, стан байдужості змінюється та перетворюється на стан впевненості (віри). Відповідні процеси створюють, по суті, авторитети, які є такими тільки в межах певного хабітату та є невід'ємними від симулякра. По суті, такі авторитети стають часткою симулякра, не маючи реального авторитету [119].

Ваттімо Дж. розглядає суспільство постмодерну, в якому ідею свободи інформації розуміють як свободу варіацій, а не як бездоганну об'єктивність, а отже, класичному ідеалу демократії «як прозорого суспільства» протиставляється тотальна комунікація. Сучасний ідеал тотального інформаціоналізму – це «ідеал свободи, заснований скоріше на коливанні, множинності й зрештою ерозії самого «принципу реальності» [124]. У суспільстві постмодерну тотальний контроль за виробництвом і відтворенням інформації, таким чином, стає неможливим, що, з одного боку, послаблює можливості прояву тоталітаризму, а з другого – привносить дестабілізуючий акцент у відносини «маси» – «мас-медіа». Крім того, постійний контакт людини з віртуальною реальністю спричиняє сприйняття світу як ігрового середовища, у якому царює умовність смислів та варіабельність цінностей. Парадигмальною засадою цих процесів є постраціональна комунікація як імператив тотальної віртуалізації / раціоналізації / розречовинення суспільства [125].

Отже, сучасне суспільство функціонує у двох сферах одночасно – у раціоналістичних принципах Модерну, характеристикою якого є «принцип реальності», де інформація відповідає дійсності, та у постраціональній комунікації Постмодерну, характеристикою якого є сукупність локальних комунікацій, кожна з яких диктує власну логіку розуміння дійсності.

Бодрийяр Ж. говорить про виникнення певного виду залежності між мас-медіа і масами. Він зазначає, що виникає ситуація неконтрольованої влади мас над мас-медіа, що міститься у зворотному зв'язку. Це реалізується через можливість не тільки моделювати «реальність» мас-медіа, а й самі мас-медіа

моделюють цю «реальність» відповідно до запитів мас. Таким чином, маси є більш потужним медіумом, ніж всі мас-медіа, оскільки панівним культурним кодам індивіди завжди протиставляють власні коди, які ніколи не збігаються з першими [126].

Кастельс М. доводить, що базовою одиницею соціальних відносин у такому суспільстві є не які-небудь суб'єкти (індивідуальні чи колективні), а самий комунікативний простір або Мережа, що складається із багатьох суб'єктів, які характеризуються розмаїтістю цінностей та пріоритетів. Єдиної системи цінностей у такій мережній, постраціональній культурі бути не може, бо «будь-яка спроба кристалізації позицій в мережі… засуджує її до старіння, оскільки вона стає занадто жорсткою для мінливої геометрії, якої потребує інформаціоналізм» [127].

Важливим складовою у формуванні інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства є суспільна думка, яка виступає формою реалізації суспільної свідомості в процесі цивілізаційного розвитку. Вона виконує цілий ряд функцій. Серед них основні: оцінювальна, орієнтовна-пізнавальна, виховна, та часто виконує функцію соціального контролю і функцію регламентування. Суспільна думка впливає не тільки своєю оцінкою, але і визнанням певної цінності, що міститься в ній. Вона орієнтує, виробляє установку на формування певних якостей, лінії поведінки, тобто її ідеологічний вплив несе виховний заряд. Разом з тим вона підтримує одні види відносин, соціальні механізми - і відкидає інші, регулюючи тим самим поведінку великих мас людей. У цьому плані можна говорити про захисну, директивну функцію, і всі ці функції тісно пов'язані між собою.

Можна стверджувати, що зрілість громадянського суспільства визначається тим, наскільки реперезентативно суспільна думка виражає інтереси спільнот, позитивні тенденції розвитку суспільства. Крім того, саме суспільна думка є продуктом діяльності громадськості. Відносно модернізації суспільних комунікацій С. Даніленко доводить, що: «... громадськість як соціальний феномен у найбільш узагальненому вигляді виступає як група

людей, яка так чи інакше пов’язана з життєдіяльністю певної організації чи закладу. ... громадськість - це активне соціальне утворення, що в певний момент об’єднало всіх, перед ким стоїть спільна проблема, з метою колективного пошуку шляхів її вирішення» [128].

Разом з тим, Різун В.В. наголошує, що: «Прийнято говорити, що на формування масових настроїв впливає реальність (соціальні, економічні, політичні умови життя), яка безпосередньо діє на людей і змінює можливості реалізації намагань, бажань, хотінь, і віртуальна дійсність (пропаганда, ідеологія, реклама, журналістика і т. д.), яка через масову комунікацію впливає на свідомість громадян, маніпулюючи домаганнями і бажаннями, потребами людей» [129].

Розвиваючи ідею комунікацій і формування громадянського суспільства, треба згадати відомого італійського соціального теоретика Антоніо Грамши. Його вважають засновником теорії соціальних маніпуляцій. Він стверджував, що влада господарюючого класу повинна будуватися і на насильстві й на згоді. Механізмами влади є примус і переконання. Досягаючи відповідного рівня згоди між громадянами і владою утворюється культурна гегемонія. Він наводить, що держава – це вся сукупність практичної і теоретичної діяльності, за допомогою якої пануючий клас виправдовує і утримує своє панування, домагаючись при цьому активної згоди тих, якими керують [130].

Ґрамши А. визначає поняття «громадянське суспільство» як сукупність суспільної діяльності та інститутів, що є частиною держави, але яке – на відміну від «політичного суспільства» – не є інструментом безпосереднього владарювання. До цих інститутів належать опозиційні партії, профспілки, добровільні об’єднання громадян, школа, церква. Громадянське суспільство, це – царина, в якій панівний суспільний клас «організовує» згоду через ідеологічно-культурну гегемонію (на відміну від політичного суспільства, де панування організовано через примус) [131].

За ідеєю Грамши, за буденну свідомість повинні боротися як сили, що захищають свою гегемонію, так й революційні сили, бо культурне ядро і

буденна свідомість не тільки консервативні, а й мінливі. Сучасний стан інформаційно-комунікаційної взаємодії можна розглядати через погляд, який запропонував А. Грамши. Він говорив, що та частина повсякденної свідомості – здоровий глузд або стихійна філософія трудящих, відкрита для сприйняття комуністичних ідей. Саме тут – джерело «визвольної гегемонії». Якщо ж мова йде про буржуазію, яка прагне зберегти або встановити свою гегемонію, то їй важливо цей здоровий глузд нейтралізувати або пригнічувати, впроваджуючи в свідомість фантастичні міфи [131].

Інтелігенцію він розглядає як дійову особу у встановленні або підриві гегемонії. Провідною суспільною функцією інтелігенції є не професійна (інженер, учений, священик і т.д.), а створення і поширення ідеологій, встановлення або підрив гегемонії того чи іншого класу, що і є головним сенсом існування інтелігенції. Інтелігенція зародилася саме в сучасному суспільстві, коли виникла потреба у встановленні гегемонії через ідеологію.

Повертаючись до предмету нашого дослідження та в рамках логіки, яку ми наводимо вище, треба зупинитися на визначенні сутності дефініцій «медіа», «мультимедіа», «соціальні медіа», «електронні соціальні мережі» та дотичних до них понять у термінологічному полі досліджуваної проблеми. Зазначимо, що попри наявність багатьох робіт та публікацій щодо дослідження медіа, можна спостерігати неоднозначність та різноманітність підходів до даного поняття. В енциклопедії освіти АПН України наводиться: «…поняття медіа (з лат. medium – засіб) використовується в усьому світі як синонім засобів масової інформації та комунікації. До них традиційно зараховуються друковані видання, преса, фотографія, звукозапис, радіо, кінематограф, телебачення, відео, мультимедійні комп’ютерні системи, зокрема Інтернет. Під поняттям мультимедіа (англ. multimedia від лат. multum – багато, medium – засоби) розуміється комплекс апаратних і програмних засобів, які надають можливість користувачеві працювати в діалоговому режимі з різними типами інформації (графікою, текстом, звуком, відео), організованими в єдину систему».

На наш погляд, у зазначеному контексті можна спиратися на дослідження М. Шульги, яка наводить систематизацію соціальних медіа, розкриває сутність та розмежовує дискусійні поняття: «соціальні медіа», «новітні медіа», «сервіси Web 2.0 – 3.0» (див. рис. 2. 1). Вона розглядає соціальні медіа як сукупність пов'язаних між собою елементів, що відображають діяльність людини, а саме: комунікація; співпраця; фото/відео/аудіо-шерінг; відгуки та думки; дозвілля; інформаційні агрегатори [132].

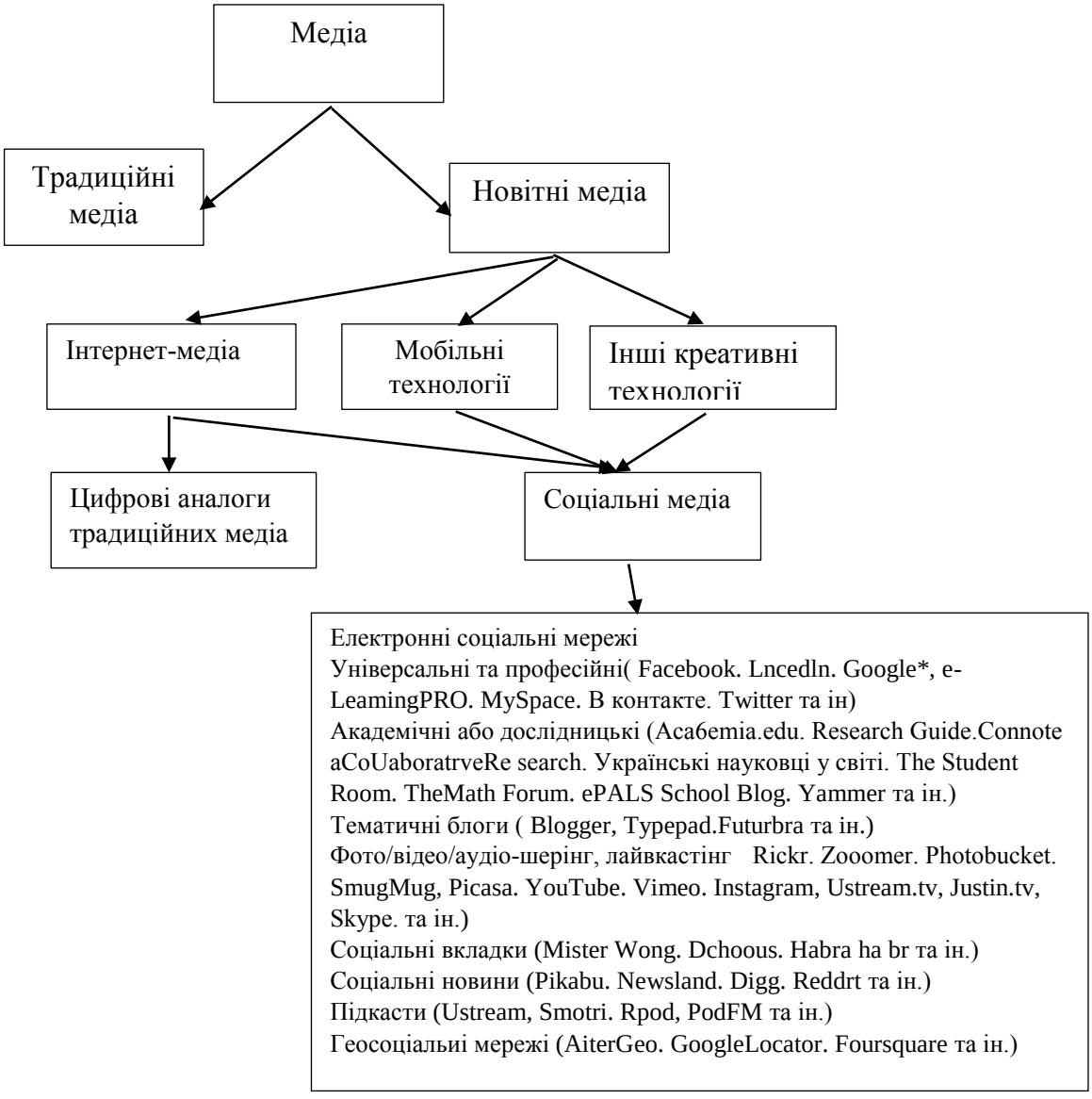


Рис. 2.1

Типологія сучасних медіа

Існує загальна думка, що формування мережевої взаємодії є відповіддю на ситуацію комунікаційного надлишку. У суспільствах, де головну комунікативну роль починають відігравати мережі, формування груп та об’єднань відбувається за іншим принципом. На відміну від традиційних соціальних структур, мережі здатні сприймати і самостійно створювати нові комунікативні конфігурації, недоступні для традиційних інститутів. Основою такого суспільства є мережева комунікація, однією з форм вираження якої є помітне зростання числа соціальних Інтернет-мереж. Вони виступають інструментом, за допомогою якого велика кількість користувачів глобальної мережі отримують додаткові можливості у спілкуванні [133].

Сучасні комунікаційні технології дозволяють створювати соціальні спільноти (Інтернетком’юніті) з практично будь-якими заданими характеристиками – освітніми, професійними, віковими. Вони формуються на тлі акселерації соціального часу і посилення динаміки комунікаційних форм у процесі суспільного відтворення. При цьому стійкі відносини поступаються місцем постійним змінам, а суспільство стає схожим на рефлексивні та комунікаційні спільноти [134].

Часто постає питання ефективності комунікацій. Погоджуємось з думкою Т.З. Адам’янц, який пропонує розуміти ефективність «як ступінь відповідності соціальної післядії матеріалів ЗМК позитивній соціокультурній динаміці, посиленню таких загальнолюдських цінностей, пріоритетів суспільного розвитку, як доброзичливість і повага до інших, спрямованість на творення, а не руйнування, дотримання правових і морально-етичних норм людського співіснування» [135].

В конструкті формування інформаційно-комунікаційної взаємодії треба згадати Е. Тофлера та його концепцію «третьої хвилі», яка пов’язана з епохою немасових засобів інформації. Він зазначає, що поряд з новою техносферою з'являється нова інфосфера, яка буде мати далекоглядні наслідки у всіх сферах життя, включаючи нашу свідомість. Усе суспільство рухається у бік розмаїття,

привнесеного «третьою хвилею», нові засоби інформації відбивають і прискорюють цей процес. У майбутньому телебачення дасть початок «індівідео» – мовленню у вузькому діапазоні, яке передає візуальні образи, адресовані одній людині [136].

В цій логіці з'являється нова модель соціального устрою, де його члени створюють, поширюють, збирають, зберігають, обробляють, передають та обмінюються інформацією. Залишається відкритим питання державного впливу, сприяння або участі в цих процесах. Отже, проблематика формування та функціонування громадянського суспільства тісно пов'язана з інформаційним суспільством та інформацією.

Так, наприклад, в Окінавській хартії глобального інформаційного суспільства, прийнятій 22.06.2000 р., наводиться, що «інформаційно-комунікаційні технології є одним з найбільш важливих факторів, які впливають на формування суспільства XXI століття, оскільки їхній революційний вплив стосується способу життя людей, їхньої освіти і роботи, а також системи зав'язків між державою та громадянським суспільством. Інформаційно-комунікаційні технології швидко стають життєво важливим стимулом розвитку світової економіки. Вони також дають змогу приватним особам, фірмам та спільнотам, які займаються господарською діяльністю, більш ефективно і творчо вирішувати економічні та соціальні проблеми. Нові інформаційно-комунікаційні технології визначають зміст соціальної трансформації, що полягає у нових можливостях людини і суспільства використовувати знання та ідеї. Інформаційне суспільство, як ми його уявляємо, дає змогу людям ширше використовувати свій потенціал та реалізовувати свої прагнення» [137].

Таким чином, підкреслюється важливість інформаційно-комунікаційних технологій у соціальних трансформаціях. Відштовхуючись від положення, що медіа – це засоби комунікації між різними індивідами та їх групами задля передачі відповідної інформації, можна стверджувати, що саме створення умов для появи таких медіа є основною метою діяльності держави в цьому процесі.

Сьогодні у світі є певний досвід формування взаємодії між державою та громадянським суспільством. Одним з таких шляхів державного втручання в інформаційній сфері є реалізація концепції сучасного суспільного мовлення.

Сучасні медіа, в цьому аспекті, можна визначити як універсальну технологічну платформу розповсюдження та обміну інформацією у суспільстві. Предметом впливу сучасних медіа є свідомість людини, узагальненою результативною ознакою такого впливу є соціальний медіа-концепт – своєрідне поєднання громадської думки та ідеї (ідеології), що змінює соціум в соціально-історичному розумінні. Соціальний медіа-концепт – сформоване в соціумі суспільне уявлення про інформаційну складову життєдіяльності, на основі якого створюються, реалізуються соціально-інноваційні інформаційно-комунікативні проекти [138].

Питаннями функціонування сучасного суспільного мовлення, ролі держави щодо створення та забезпечення діяльності опікуються вітчизняні та зарубіжні фахівці. Так, Разуваєва О. О. доводить, що: «є тільки один спосіб мати реально незалежний мас-медіа, один спосіб змусити його служити не приватним політичним інтересам, а всьому суспільству – це створити ЗМІ, власником якого повинне стати все суспільство, яке визначить його концепцію, забезпечить матеріальну незалежність і дозволить журналістам працювати поза чиїмось політичними й ідеологічними настановами. … Громадське мовлення – технічно та економічно автономне мовлення, яке служить суспільним інтересам, обслуговує все населення країни (регіону) на універсальній некомерційній основі» [139].

Такої ж думки дотримуються й фахівці Інституту Медіа Права: «Основою суспільного мовлення є те, що воно має здійснюватися в інтересах усього суспільства, а не в інтересах окремих його груп чи в інтересах держави. … Суспільне мовлення незалежне і від інститутів держави, і від бізнесу. Саме держава зобов’язується дбати про таку незалежність, це здійснюється і у спосіб законодавчого закріплення принципів незалежності, і через особливості

механізму управління та фінансування організацій суспільного мовлення. Як результат, суспільне мовлення для більшості країн Європи є важливим інститутом, який сприяє не лише забезпеченню інтересів суспільства, а й демократичному розвиткові держави загалом» [140].

У більшості країн світу суспільне мовлення є єдиною ефективною формою спілкування. Здатність цих ЗМІ поширювати інформацію багатьом громадянам роблять мовлення потужним інструментом для розвитку як політичних, так і комерційних цілей. У багатьох країнах телебачення є основним джерелом новин та інформації [141].

Таким чином, ми визначили залежність об'єкта нашого дослідження, а саме: формування, розвитку і становлення розвиненого громадянського суспільства - від наявності в державі сучасних медіа, складовою частиною яких є суспільне мовлення. Роллю держави в процесі створення та функціонування суспільних медіа має стати в створенні таких умов, при яких суспільне мовлення стане незалежним і від інститутів держави, і від бізнесу.

2.2. Роль держави щодо регулювання діяльності суспільного мовлення

Ідея служіння суспільству сьогодні стає філософією публічного управління в багатьох країнах світу. У сучасних державах на ЗМІ покладається вирішення низки суспільно значущих завдань, таких як індивідуальний розвиток громадян, тобто підготовка їх до життя в суспільстві та певному культурному середовищі. Здатність до комунікації та участь у ній є невід'ємним елементом сучасного громадянського суспільства та підґрунтям побудови дієвої комунікації.

В основі ідеї про те, що теле- і радіомовлення має бути поставлено на службу суспільним інтересам, лежить усвідомлення ролі мовлення як посередника та учасника в процесі комунікації в суспільстві. Ця ідея закріплена

конституціями багатьох, зокрема, європейських країн. Особлива роль, відповідно до цієї ідеї, повинна бути покладена на державу на тій підставі, що здатність мовлення встати на службу суспільству не виникає сама по собі, та виключно під дією ринкових сил. Прикладом такого підходу служить практика Федерального конституційного суду Німеччини, багато рішень якого спрямовані на конкретизацію основоположного поняття свободи комунікації та засобів масової інформації, викладеного в ст. 5 Основного закону, щоб свобода комунікації не залишалася законодавчою фікцією, але набула реальної значимості для всіх громадян: розповсюджувачів і користувачів комунікацій [142].

Міжнародні організації наголошують, що суспільні медіа відіграють важливу роль у забезпеченні доступу до суспільного життя і участі в ній. Суспільне мовлення, особливо в країнах, що розвиваються, може стати корисним інструментом розширення доступу до освіти і культури, примноження знання, зміцнення взаємодії між громадянами. Для більшості населення планети, куди можна віднести жителів неосяжних сільських просторів, а також неписьменних людей, радіо і телебачення залишаються найбільш доступним і найпоширенішим досягненням інформаційних і комунікаційних технологій, причому радіо як інструмент отримання інформації стоїть на першому місці.

Важливо зазначити, що суспільне мовлення, як модель організації мовлення, була розроблена для подолання внутрішньої слабкості двох панівних систем організації мовлення – моделі радіо- і телемовлення під державним контролем та комерційної моделі, орієнтованої на отримання прибутку. Шелтон Гунаратні зазначає, що модель суспільного мовлення, яка склалася з певного бачення ролі радіо, ґрунтувалася на побоюваннях, що ринкові механізми не зможуть забезпечити виконання певних цілей, а також на невірі в здатність держави домогтися тих же цілей, досягнення яких чекають від суспільного мовлення ще й сьогодні, тобто - інформувати, створювати і розважати. Таке бачення ролі й значення суспільного мовлення передбачає

створення громадської організації, що служить громадянам, культурі та демократії [143].

Сенс існування суспільного мовлення, який знаходиться поза державним і комерційним контролем, полягає у виконанні функцій публічної служби. Це радіо і телебачення всього суспільства, яке звертається до кожного як до громадянина. Служба суспільного мовлення полегшує доступ до суспільного життя та участі у ній. Вона розвиває знання, розширює горизонти і дозволяє людям краще зрозуміти себе, краще розуміючи світ та інших людей.

Суспільне мовлення можна визначити як місце зустрічі, де всі громадяни - бажані гості й рівні один одному. Суспільне мовлення – це інструмент інформації та освіти, доступний всім і призначений для кожного, незалежно від його соціального стану та економічного статусу. Його мандат не обмежується інформацією і культурним розвитком, воно повинно будити уяву і розважати. Але воно робить це, дбаючи про якість, що вигідно відрізняє його від комерційного мовлення [145].

У Декларації принципів, прийнятій на першій стадії «Всесвітнього саміту з інформаційного суспільства» (WSIS), було зазначено, що сьогодні існує спільне прагнення і прихильність побудувати таке інформаційне суспільство, в центрі якого стоять люди, їх залученість у справи суспільства і орієнтація на розвиток. Суспільство, де кожен може творити, отримувати доступ, користуватися і ділитися інформацією і знаннями, де важливу роль належить відіграти традиційним засобам інформації у всіх їхніх формах [145].

Розглядаючи роль громадянського суспільства і громадян в зміцненні ролі ЗМІ та їх якості, ЮНЕСКО у взаємодії з Азіатсько-Тихоокеанським інститутом розвитку радіо і телемовлення (AIBD) та з Світовою радіо і телевізійною радою (WRTVC) визначили участь і роль ключового акціонера громадян країни, з яких складається аудиторія, як слабку ланку в ланцюзі відносин між основними акціонерами, якими є: мовники, уряд, регулятори і громадяни. Міцні відносини, що будуються на взаємній довірі між

громадянами і мовниками, як було підкреслено, є життєво важливими для існування вільних і міцних засобів інформації, для функціонування демократії на здоровій основі [146].

У цьому полягає особливо важлива риса суспільного мовлення, коли громадянам надається шанс обговорювати питання урядової політики зі своїми лідерами безпосередньо. Такий прийом встановлення зворотного зв'язку використовується досить рідко навіть у демократичних суспільствах Заходу. Залучаючи місцевих жителів у формування щоденних програм, служба суспільного мовлення забезпечує не просто увагу до місцевих потреб, а й спонукає людей більше брати участь у демократичному процесі в інтерактивному режимі. Все це підсилює можливості й спонукає громадян до активності в публічних справах, забезпечуючи появу незалежних суспільних «сторожових псів» демократії, що особливо важливо в наш час, коли домінують корпоративні інтереси.

Важливість суспільного мовлення зовсім не самоочевидна. Знадобилося кілька десятиліть, щоб знайти його місце поряд з повністю комерційними ЗМІ та ЗМІ, що підпорядковуються державі. Сьогодні унікальний внесок суспільного радіомовлення більше не викликає сумнівів, відомий приклад – Бі-Бі-Сі. Суспільне мовлення відіграє незамінну роль у забезпеченні громадян інформацією, освітою і розвагою, вільними від комерційних, державних або політичних впливів. Організації суспільного мовлення розмовляють з громадянами як громадянин. Суспільні мовники заохочують доступ громадян та їх участь у суспільному житті. Вони розвивають знання, розширюють кругозір і дозволяють людям краще зрозуміти себе, краще зрозуміти світ та інших. Суспільне мовлення визначається як місце зустрічі, де всі громадяни вітаються і розглядаються як рівні. Це інструмент освіти та інформації, доступний і призначений для всіх, незалежно від їх соціального чи економічного становища. Його мандат не обмежується інформацією і розвитком публічного культурного мовлення, воно повинне також зворушувати уяву і розважати. Але суспільний

мовник робить це з турботою про якість, що відрізняє його від комерційного мовлення [144].

У дискусії в рамках теорії суспільного вибору дослідники зазначають: якщо суспільне мовлення відіграє важливу роль у демократії, то воно повинне забезпечувати простір, де громадськість може висловлювати свої ідеї вільно - і в якому інформація, думки, критика, розваги і освіта можуть бути поширені незалежно від комерційного тиску або політичного впливу. Для забезпечення цього керівним принципом у справі створення незалежного і демократичного суспільного мовника має бути встановлення плюралізму, якій не є частиною держави, і не є частиною ринку. Це може бути встановлено тільки на основі т.з. регульованого плюралізму, в якому діє редакційна та програмна незалежність, інституційна автономія та підзвітність. Головна ідея полягає в тому, щоб зробити відносини між суспільним мовленням, державою, ринком і громадянським суспільством максимально прозорими й мати можливість припиняти будь-які спроби втручання у свої справи [147].

Відмову урядів від отримання контролю над суспільним мовленням треба визначити як довгостроковий контракт, який є вигідним (у довгостроковій перспективі) для уряду та опозиції, і головне - для громадян, які хочуть функціонуючої демократії. Разом з тим, навряд чи можна очікувати, що уряд або правляча політична сила буде добровільно дотримуватися такого договору у період створення нормативних актів. Політична свобода засобів масової інформації, а також політична свобода в цілому, постійно загрожують урядам та політичним силам, і тому медіа повинні бути захищені за допомогою договорів та переважно конституційною законодавчою базою.

Суспільне мовлення повинне сформувати широкий плюралістичний спектр питань суспільних відносин, який значно ширший, ніж пропонований комерційним мовленням (наприклад, культурні та релігійні питання, що не містять комерційного інтересу). Цей широкий спектр змісту і думок створює відкритість для нових ідей, надає шанси для виправлення помилкових ідей і

політик, та підвищує можливості для меншин. Комерційний вплив на суспільне мовлення створює ризики того, що комерційні та політичні інтереси можуть об'єднуватись та використовуватися для управління суспільною сферою недемократичним, непрозорим чином.

Також, глобалізація світової економіки та ринкових процесів, домінування ринкових критеріїв у всіх сферах суспільного життя, крім тих, де не може бути сформований адекватний ринковий механізм, соціальні і культурні та ін. досягнення може поставити під загрозу. Суспільне мовлення може створити громадську думку та може сприяти підтримці та просуванню цих досягнень. В умовах глобалізації та глобального масштабу злиття та об'єднання комерційних мовників суспільне мовлення може стати певною противагою програмній політиці, що ґрунтується на приватному прагненні отримання прибутку. Зазначимо, що все частіше характерною рисою державної політики стає дерегуляція для використання всіх можливостей ринку, що в свою чергу сприяє формуванню мейнстриму у комерційному мовлені, який контрастує з ідеалами суспільного мовлення.

Суспільні медіа повинні бути некомерційними публічними мовниками. Програми мовників в цілому або певні типи програм мають т.з. провали ринку, тому рішення по вирішенню та фінансуванню цієї проблеми не може бути забезпечено за допомогою ринкових критеріїв та з погляду ефективності комерційних гравців. Також за цією логікою не можуть бути оцінені програми суспільних мовників за критеріями комерційних програм мовлення. Наприклад, здатність сплачувати та охоплення аудиторії не можуть бути критеріями оцінки суспільних мовників, що виробляють програми для соціального ефекту (стабільності суспільства, зміцнення демократії, здоров'я тощо). Відносна значимість програм суспільного мовлення повинна бути перенесена на апробовані інструменти соціального і політичного дискурсу.

В умовах глобалізації національні уряди намагаються формувати регулювання в контексті міжнародних тенденцій. Зрозуміло, що підтримка

суспільного мовлення легше досягається на національному рівні, де відповідне населення може поставити завдання для суспільного мовлення задля задоволення власних потреб [148].

Державна політика в цій сфері в основному прагне досягнення двох цілей. По-перше, вона намагається забезпечити набір привілеїв для суспільних медіа, визначити їх зобов'язання, сформулювати керівні структури, щоб забезпечити автономію і контролювати їх підзвітність. По-друге, вона також прагне створити відкриті ринки і посилити конкуренцію. Таким чином, намагається вирішити набір з двох принципів або невід'ємну дихотомію між культурою і ринком або між культурною політикою та економічною політикою [148].

Розглядаючи це питання, дослідники зазначають, що парадоксальним є тенденція до створення в одній організації подвійної системи – традиційного суспільного мовлення і комерційного суспільного мовлення, що ставить під сумнів аргумент забезпечення провалу ринку, який виправдовує надання йому пільг. Застосування подвійних систем ставить суспільного мовника на одному рівні з іншими та забезпечує в новому медіа-середовищі більш масову комунікацію та доступну різноманітність програмування для все більш спеціалізованих смаків [149].

Політика, як правило, виходить з точки зору суспільного інтересу. Мета полягає у забезпеченні різноманітного високоякісного доступу до засобів масової комунікації для всіх громадян в інтересах уникнення соціальної ізоляції та здійснення внеску в створення інформованої громадської думки. З появою нових засобів масової інформації доступ до нових комунікаційних технологій розглядається як наріжний камінь соціальних змін і культурного розвитку. Тим не менш, на практиці, політика доступу часто виявляється в основному на користь постачальників послуг, котрі бажають максимально використовувати ринкові можливості.

Треба наголосити - сучасна дійсність є такою - що засоби масової комунікації функціонують в умовах, коли більшість населення не має коштів, щоб

дозволити собі купити радіо чи телевізор, та без нових технологічних пристроїв люди не мають доступу до нових засобів масової комунікації. Медіа-індустрія має знання та навички для розвитку у відповідності з міжнародними тенденціями, але такій розвиток приносить користь лише обмеженому колу людей.

Сьогодні існують різноманітні думки щодо державного регулювання сфери мовлення. Один з способів полягає у формуванні нормативних важелів впливу на відносини в цій сфері. Інший полягає у тому, щоб створити відповідну систему фінансування і забезпечення ресурсами, які сприяють формуванню економічних стимулів виконувати суспільну функцію. Така постановка питання формує підходи до управління об’єктом фінансування. Якщо установа фінансується повністю за рахунок кон'юнктурних доходів, вона буде діяти згідно з правилами ринку. Якщо фінансується виключно за рахунок державних доходів, вона буде діяти згідно з очікуваннями уряду. І якщо вона фінансується виключно за рахунок добровільних пожертвувань громадян та організацій, вона буде діяти згідно з очікуваннями цих донорів. Установи, які фінансуються за рахунок виручки змішаної структури надходжень, будуть діяти у відповідності з очікуваннями всіх постачальників, і вони будуть намагатися забезпечити очікування відповідно до порцій доходів, що забезпечуються платниками.

Поряд із питанням про суспільних та комерційних мовників постає ще одне питання – це питання функціонування державних мовників. Державні мовники повинні забезпечити інформаційну функцію публічних органів влади - інформування людей про політичні цілі та програмні заходи, й фінансуватися з державного бюджету. Щоб не дозволити урядам зловживати мовленням для своїх політичних цілей, суспільне мовлення не повинне охоплювати загальну і широку програмну сферу, яка містить розваги, освітні та культурні програми і навіть новини або політичні коментарі.

Українські дослідники наголошують, що суспільне телерадіомовлення має будуватися на принципово інших засадах, ніж державні чи комерційні телерадіоорганізації. По-перше, стратегічне керівництво та контроль над ними

має бути покладено на Наглядові ради, Адміністративну раду, що будуть формуватися за прозорими та чіткими принципами. По-друге, джерела фінансування, порядок їх формування та надання мають унеможливити тиск з боку як державних органів, так і будь-яких фінансово-політичних груп. По-третє, утвердження принципів редакційної політики, які ґрунтуються на пріоритетах інтересів Людини та Суспільства, а не Держави та Капіталу. По-четверте, програмна політика, яка спрямована на представлення інтересів основних груп суспільства, включаючи національні меншини, та складається з інформаційного, освітнього, культурного та розважального компонентів. Таким чином, суспільне мовлення має бути фактором становлення соціальної згоди та національної єдності країни, виразником ментальності та культури її населення [150].

Сьогодні соціальна відповідальність не є більше ексклюзивним надбанням громадських організацій, включаючи суспільних мовників. З ліберізацією, дерегулюванням та саморегулюванням, соціальна відповідальність перейшла від держави та її інститутів до соціальних інститутів та комерційних підприємств. В цих умовах виникає питання, чи потрібно продовжувати політику жорсткого регулювання суспільного мовлення, щоб виконати зобов’язання з публічних послуг самостійно. І наступне: якщо не виробити нову політику, чи зможуть суспільні та комерційні мовники розділити соціальну відповідальність і громадські обов’язки?

Патрік Барвіс наголошує, що єдиною і найбільшою загрозою для суспільного мовлення є не нові технології і не пов'язані з цим зміни в поведінці аудиторії, а ідеологія, посилена комерційними та політичними інтересами. Це завжди проблема балансу між суспільними медіа і ринком [151].

За ринковим підходом єдина роль для суспільних медіа - це вирішення провалів ринку, за рахунок забезпечення соціально важливих програми, які не надаються ринком. Прикладом такої моделі є США. Основне припущення цієї моделі – якщо це може бути забезпечено ринком, то це повинно надаватися тільки на ринку. У такій моделі суспільні медіа працюють на малому масштабі

і тільки в тих місцях, де ніхто не знайшов спосіб заробляти гроші. В цілому активно запобігається конкуренція з комерційними мовниками.

У Великобританії функціонує інша модель, яка заснована на історичному розвитку та ґрунтується на високоякісному універсальному доступу для суспільних медіа до ринку. У підході до медіаринку за змішаною економічною моделлю застосовується потужне державне регулювання в сфері суспільних медіа, розглядаючи додаткові послуги як звичайний споживчій ринок з економічним регулюванням для забезпечення конкуренції. Британська модель не передбачає, що ринок є автоматично найефективнішим і дієвим постачальником того, що він постачає, а розглядається як практичне, емпіричне питання.

Патрік Барвіс висуває думку, що добре регульована діяльність суспільних медіа, як це робить Офком у Великобританії, може забезпечити потреби громадян послугами відповідної якості. В одній з його доповідей для Офкому зазначається, що досвід останніх 20 років показав: суспільна цінність не може бути забезпечена ні комерційними ринками, ні державною монополією. Замість цього поєднання сильних інститутів державного сектора і конкуренції з боку приватного сектору і некомерційних організацій досягає оптимального балансу відповідальності, інновацій та ефективності суспільної комунікації в двадцять першому столітті [152].

Стефан Колеман, розглядаючи роль суспільного мовника в двадцять першому столітті, визначив, що ця роль повинна охоплювати два принципи. По-перше, конкретна вимога забезпечити загальний доступ до контенту, який знаходиться в суспільних інтересах. Цей показник коливається від випусків новин і прогнозів погоди, які мають універсальне значення, до міноритарних суспільних інтересів, які не можуть бути задоволеними комерційними ЗМІ.

По-друге, визнання нового контексту суспільної комунікації:

- таке спілкування не може бути більше задумане в плані передачі широкого мовлення, але воно повинне охопити найширші можливості інтерактивного спілкування;

- суспільна комунікація повинна відповідати реальності глобальних мереж і не може бути призначена тільки для територіально-обмежених аудиторій;
- формування нормативної демократичної функції для громадських комунікаторів, а не просте повідомлення про роботу демократичних інститутів, щоб надихнути і сприяти участі громадськості у своєму власному управлінні [153].

Рада Європейської незалежної телевізійної комісії (2004 г.) дала описове визначення каналу суспільного мовлення як каналу, який поєднує в собі всі перераховані нижче елементи:

- Містить широкий спектр програм, що відповідають різноманітним смакам та інтересам, з урахуванням тимчасової сітки;

- Відповідає високим технічним і виробничим стандартам, що свідчить про добре фінансування, новаторський дух і відмінності від інших, повністю використовуючи пізнавальну та навчальну роль телебачення як засобу інформації;

- Враховує культурні, лінгвістичні та соціальні особливості меншин та інші особливі потреби та інтереси, особливо освітні, шляхом включення програм для школярів і надаючи додаткові можливості для інвалідів;

- Обслуговує регіональні та комунальні потреби, знайомить регіони один з одним;

- Дозволяє зберігати національну ідентичність, бути голосом нації, місцем, куди люди приходять по національних свят;

- Дозволяє мати велику кількість оригінальних матеріалів, створених спеціально для першого показу;

- Демонструє готовність йти на творчий ризик, кидати виклик глядацьким стереотипам, доповнювати інші канали - як публічного мовлення, так і ті, які мотивовані тільки комерційними міркуваннями;

- Володіє розвиненим почуттям незалежності та неупередженості, служить авторитетним джерелом новин, форумом для суспільної дискусії, забезпечує плюралізм думок та інформованість електорату;

- Охоплює всю територію країни;

- Обмежує тривалість рекламного часу (максимум до семи хвилин на годину протягом дня);

- Є доступним, що досягається або відсутністю плати, або її помірністю в місці прийому сигналу, що робить канал доступним переважній більшості населення [154].

Європейська федерація журналістів закликала політичні партії та парламенти всіх країн Європи прийняти Маніфест цінностей служби суспільного мовлення, який проголошує:

- Доступ для всіх і широкий вибір високоякісних програм, що містять об'єктивні новини та інформацію; програми, вільні від політичного та комерційного тиску.

- Плюралізм і якість, які дозволяють чути голоси всіх сегментів суспільства.

- Права власника належать товариству, а система управління фінансово прозора і підзвітна громадськості.

- Фінансування, яке гарантуватиме свободу від комерційного і політичного контролю і передбачає ліцензійні платежі або інші способи незалежного фінансування з громадських фондів, які не схильні до політичних маніпуляцій.

- Справедливість в роботі, соціальна захищеність, захист прав журналістів і всіх, хто працює в ЗМІ [155].

Для того, щоб отримати повне і разом з тим придатне для використання розуміння того, що являють собою суспільні медіа, корисно буде звернутися до деяких з тих визначень, що були запропоновані різними міжнародними організаціями та комісіями. При з'ясуванні ролі суспільного мовлення слід

виходити з тих факторів, які повинні бути прийняті до уваги при оцінці того, чи виконує наявна система очікувані від неї функції, котрі відповідають визначеним принципам :

а) Повсюдність: суспільне мовлення має бути в межах досяжності кожного громадянина по всій країні. Це високо егалітарна і глибоко демократична мета тою мірою, якою вона ставить усіх громадян у рівне становище, незалежно від доходу та соціального статусу.

б) Диверсифікація: послуги, пропоновані громадським радіо і телебаченням, мають бути диверсифіковані щонайменше за трьома напрямками: за видами програм, за цільовою аудиторією, за предметом обговорення. Громадське мовлення має відображати різноманітність суспільних інтересів, пропонуючи різні види програм, від новинних до розважальних.

в) Незалежність: публічне мовлення є форумом, де ідеї повинні виражатися вільно, що дозволяє циркуляцію різної інформації, думок і критиці. Це стає можливим тільки тоді, коли мовник незалежний, що забезпечується шляхом звільнення суспільного мовлення від комерційного і політичного впливів.

г) Впізнаваність: послуги, пропоновані публічним радіо і телемовленням, повинні відрізнятися від послуг інших мовних служб. Завдяки своєрідності програмування, якості та особливому характеру її програм публіка повинна мати можливість ідентифікувати те, що відрізняє саме цю послугу від інших [92].

Загалом в літературі переважає думка, що розуміння сучасного суспільного мовлення повинне починатися з повторної інтерпретації і визначення його принципів, які були визначенні в епоху визнання суспільного інтересу засобів масової комунікації, задовго до нинішньої епохи зближення і дерегулювання. Ці принципи складають основу для майбутнього суспільного мовлення з новим змістом та тлумаченням для всіх громадян країни в новій

реальності, що характеризується великою кількістю засобів інформації та фрагментацією аудиторії [156].

Стефан Колеман пропонує визначати суспільне медіа як відшкодування провалу ринку в чотирьох основних сферах, якими є:

- якість;
- універсальність;
- незалежність;
- різноманітність [153].

Беручи до уваги принципи, пов'язані з самим існуванням суспільного мовлення і місії, покладені на нього: інформація, освіта та розваги - визначені основні принципи програмування суспільного мовлення (докладніше див. додаток Е).

- об'єктивна, просвітницька інформація;
- загальний інтерес і програмування послуги;
- програми, які залишають свій слід;
- власного виробництва;
- національний зміст [144].

В цілому принципи зводяться до прагнення сформувати суспільне мовлення таким чином, щоб воно було: вільним від політичного та комерційного тиску та інтересів (принципи, пов’язані з незалежністю та автономією; було представником громадян та доступним для всіх громадян; та забезпечувало якісне програмування, що відображає національну культуру, ідентичність, творчість та вільне обговорення.

При розгляді вищезазначених принципів проблематичним залишається виправдання суспільних медіа як інформаційного продукту або блага, які дають довготермінові вигоди, за які, в свою чергу, людина замислюється - чи варто за це платити? Прикладом такого блага є державні витрати на високу культуру, наукові дослідження, освіту тощо. Недопостачання вільним ринком якості товарів - загальновизнано, і, відповідно, держава повинна опікуватися цим, тому державне

фінансування культури, освіти та ін. є виправданим. Отже, державне фінансування є відповідним засобом розповсюдження якісних товарів і, таким чином, підтримка суспільного мовлення є необхідною і бажаною.

Дослідження наукового дискурсу з цього питання показало: орієнтований на ринок підхід ґрунтується на переконанні, що ринок є єдиним «демократичним» механізмом регулювання. Головним аргументом є те, що ринок може сприяти запровадженню технологій у створення динамічної економіки і для зручності споживачів. Свобода вираження інтерпретується як різноманітність. Уряди розглядають принцип невтручання, але покладаються на введення самоконтролю та соціальної відповідальності. Тобто роль уряду обмежується створенням правових основ, що сприяє комерції, забезпечує стимули для виробників до саморегуляції, підтримує на ринку конкуренцію та споживчий вибір [157].

Критики ринкового регулювання стверджують, що якщо дозволити бізнесу визначати суспільні цілі, то це призведе до ерозії цінностей публічного мовлення, які традиційно підтримуються урядами. При визначенні економічної ефективності як кінцевої мети в ринковому середовищі системи мовлення відбувається зменшення інформації та комунікації для простих товарів, і не визнаються соціальні та культурні ролі комунікації в політичному та соціальному житті.

Дослідники зазначають, що ринковий підхід створив нове медіа-середовище, яке характеризується новими ідеалами, в якому - управлінські цінності, фінансова вигода, процес, ефективність і підходи замість творчості суспільного мовлення, соціального блага та правил. Ідея суспільного мовлення для підтримки загального блага і благополуччя стала вторинною. В політичному житті більше не розглядається питання щодо рішень підтримки і захисту інституції, яке змогло б забезпечити широкий спектр глибини і якості в якості оплоту проти іманентних недоліків фінансів і капіталу. Більше того, незважаючи на різноманітність і плюралізм ринкового підходу, він підриває

саму ідею мовлення як демократичну публічну сферу. Ринковий підхід – це скоріше система вірувань, які постійно активують медіа-культуру, в котрій масова комунікація - це, насамперед, бізнес [158].

Якубович, підсумовуючи доводи противників суспільного мовлення, виділяє три моделі його ізоляції, а саме:

а) Модель «виснаження», яка дозволила б не підпускати організації суспільного мовлення до цифрових технологій та Інтернету, резервуючи технології майбутнього за комерційним сектором.

б) Дистрибутивна модель установ суспільного мовлення, згідно з якою передачі, відповідні завданням і потребам суспільного мовлення, слід відокремити від організацій, що їх надають, та фінансувати їх придбання від будь-якого (комерційного) мовника, що отримав замовлення від регулюючого відомства.

в) Модель «постригу в монастир», згідно з якою установам суспільного мовлення відводиться ніша допоміжного каналу, що пропонує ті послуги, які комерційний мовник не в змозі надавати з вигодою для себе. Тим самим комерційні мовники будуть позбавлені від конкуренції з боку суспільних мовників [159].

Нездатність ринку задовольнити потреби суспільств - один з основних економічних аргументів на користь суспільного мовлення, який також має свої вади. Виходячи з того, що мовлення є товаром, виробленим для всіх, немає ніякого сенсу фінансувати виробництво товарів за рахунок суспільства, якщо вони споживаються лише деякими. В осяжному майбутньому виділення коштів та фінансування стануть найбільш проблемними викликами для організацій служби суспільного мовлення. Це являє собою іманентну загрозу для самостійності служби суспільного мовлення в новому економічному оточенні [160].

Однак ця загроза може бути мінімізована, якщо рухатися за трьома напрямками:

а) Зберегти певну частку фінансування з публічних фондів.

б) Мінімально покладатися на доходи від реклами, використовуючи одночасно повною мірою інші комерційні і ділові можливості.

в) Вводити нові системи управління, що дають глядачам більше можливостей контролю через зовнішні структури управління, а також у вирішенні питань виділення ресурсів на виготовлення програм [92].

У Європейському союзі комерційні мовники порушили питання державного фінансування суспільних медіа. У липні 2003 року відбувся суд та було прийняте рішення, що отримало назву «Альтмарк», у якому державна підтримка для мовника не кваліфікувалась як державна допомога, якщо виконуються наступні вимоги:

• Одержувач допомоги фактично здійснює дії, необхідні для виконання державних обов’язків, і ці зобов'язання повинні бути чітко визначені;

• Параметри, на підставі яких розраховується компенсація, були встановлені об'єктивно і прозоро;

• Компенсація не перевищує того, що необхідно для покриття всіх або частини витрат, понесених при виконанні державних обов’язків, беручи до уваги відповідні рахунки та розумний прибуток на виконання цих зобов'язань;

• Рівень компенсації необхідно визначати на основі аналізу витрат, як для типового підприємства, а в перспективі й адекватно забезпечити коштами, з тим щоб бути в змозі виконувати необхідні державні обов’язки, які витрачаються при виконанні зобов'язання [161].

Попередня модель мовлення мала відмінності між трьома видами національної мовної системи, де в основі лежали державне мовлення, або комерційне мовлення, та публічне мовлення, які стали зливатися в єдину систему, що складається з поєднання всіх типів мовлення, у якій суспільне мовлення відіграє важливу, але не домінуючу роль [162].

Основне завдання громадських радіо і телевізійних мовників – надавати всебічного сприяння реалізації права суспільства знати - завдяки різноманітності голосів і точок зору. Причому, як стверджують представники

громадської організації «Стаття 19», робитися це повинно в повній відповідності з місією служби суспільного мовлення, виконання якої залежить від адекватності фінансування суспільних мовників на основі закону. У поняття місії входить надання якісних послуг, що передбачають самостійність у програмуванні, й множинність думок [163].

Крім глобалізації, політики, ідеології та економіки, на зміну філософії мовлення мало вплив прискорення технологічного розвитку, що призвело до оцифровування, конвергенції медіа-технологій, і як наслідок - розширення платформ надання мовлення. Це призвело до дерегулювання, збільшення споживчого вибору, посилення конкуренції на локальних і глобальних ринках, появі нових ринкових ніш, збільшення доходів від реклами, та намагання знайти нові способи фінансування.

Нові цифрові та комунікаційні технології зробили мовлення дешевшим в основному за рахунок зменшення вартості виробництва контенту і його поширення. Як зазначає д-р Абул Вахид Хан, інформаційні та комунікаційні технології відкривають нові горизонти для побудови суспільства знання, яке долає соціальну маргіналізацію, дає освіту, полегшує обмін науковими знаннями, сприяє творчості й міжкультурному діалогу. Ці технології кидають нові виклики свободі слова, яка є основною умовою сталого розвитку, демократії і миру [164].

В епоху цифрових технологій організації СОВ набувають нового інструментарію, що дозволяє їм робити свою роботу значно краще. Для того, щоб повною мірою скористатися можливостями, всі більш-менш істотні платформи поширення інформації повинні отримати відповідне обладнання. Зрештою організації СОВ, як і всі засоби інформації, повинні слідувати за своєю аудиторією, до яких би технічних засобів вона не зверталася в пошуках змісту, що цікавить її. Дистрибутивні платформи та електронні системи пошуку програм повинні віддавати перевагу організаціям СОВ. Служба громадського мовлення повинна бути в змозі запропонувати, завдяки

Інтернету, персоніфіковані послуги, служити «порталом» і надійним гідом в новому світі різноманітності змісту і послуг [165].

Серйозні проблеми, з якими суспільні медіа зіштовхуються протягом останніх десятиріч, як то конкуренція на ринку послуг, легітимність завдань, довіра до новин та інформації, фінансова нестабільність і міграція аудиторії, вимагають не менш серйозних зрушень у позиціонуванні СОВ. Вони потрібні, якщо система хоче подолати кинуті їй виклики. У суперечках щодо майбутнього було визнано, що модель монополії державного мовника пішла безповоротно. Проблема полягає в її заміні. Дискусія обґрунтовує вищу мету перетворити сектор публічного мовлення в провідний компонент всієї системи мовлення та всього сектору засобів інформації. Звідси випливає, що боротьба суспільного радіо і телебачення неминуче веде до прямої конфронтації і конфлікту з існуючими гігантськими медіа-корпораціями.

На нашу думку, складним питанням залишається доказ переваги функціонування суспільних медіа від комерційних та державних, де корінною відмінністю є виконання обов’язків суспільними медіа перед громадянами. Складна природа суспільних медіа, як зазначають багато дослідників, створює багатовимірний об’єкт дослідження. Це можна порівняти з державним фінансуванням мистецтва, фундаментальних досліджень, що в майбутньому принесуть суспільству чисту вигоду в різноманітних формах. Розробка та використання відповідних методологій дослідження даної проблематики відноситься до предмету інших наук: таких, як соціологія, політологія, економіка та ін. Але головним чином сьогодні це питання стосується витрат на підтримку створення програмного продукту і технічне забезпечення. Можливо, у майбутньому розвиток інформаційних технологій та віртуалізація контенту переведе дане питання на індивідуальну основу (індивідуальну економіку) та створить інші стимули.

Пізнання складної природи суспільних медіа в інформаційну еру потребує відповідного інструментарію, що є наслідком нової філософії формування світогляду. Змістовне наповнення програм та програмування

потребують від працівників суспільних медіа розуміти цілі суспільства, бути всебічно освіченими, вільними від політичних поглядів та мати високу культуру, що, насамперед, є дуже важким завданням.

Наприкінці треба зазначити складність визначення ролі суспільних медіа. Одні дослідники зазначають, що суспільні медіа повинні покривати провали ринку, інші стверджують, що коріння міститься у культурних і соціальних цілях, які мають мало спільного з ефективною діяльністю ринку [166]. Ми вважаємо, що суспільні медіа повинні задовольняти інформаційні потреби суспільства, бути майданчиком для обміну соціальною інформацією щодо змінних цілей суспільства, еталоном поведінки і культури, що забезпечує розвиток суспільства та його ідентичність. Втручання держави повинне здійснюватися, коли недостатньо громадських інструментів контролю за ефективністю використання ресурсів (що забезпечуються ринком), за рахунок традиційної ролі створення економічних і організаціно-правових механізмів функціонування суспільних медіа. В цьому вбачається роль державного регулювання функціонування суспільних медіа.

2.3. Нормативно-правове забезпечення державного регулювання діяльності суспільного мовлення в європейських країнах та Україні

Вивчення наукової літератури та нормативно-правових документів показав, що в європейських країнах регулювання функціонування медіа відбувається на трьох рівнях: перший рівень – ООН, ВТО, ЮНЕСКО і т.д.; на рівні Євросоюзу – Радою Європи, ОБСЄ, ПАРЄ і т.д.; на рівні законодавства країн Євросоюзу. Документи органів ООН в першу чергу направлені на забезпечення прав людини, на забезпечення свободи слова, плюралізм в діяльності засобів масової інформації тощо [167]. Документи ВТО стосуються ефективного регулювання світової торгівлі та регулюють роботу міжнародних комунікаційних систем.

Конвенція ЮНЕСКО «Про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження», яка була схвалена Радою від імені співтовариства, сформувала частину права ЄС [168]. Конвенція наголошує, що кожна сторона може вжити заходи, спрямовані на охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження в межах своєї території. Одним з таких заходів пропонується підвищення різноманітності засобів масової інформації, у тому числі шляхом розвитку суспільного мовлення. В Україні цю Конвенцію було ратифіковано Законом N 1811-VI (1811-17) від 20.01.2010 [169]

Основний блок нормативно-правових документів складають документи органів Європейського союзу. Відповідно, ці документи мають як рекомендаційний, так й обов'язковий характер (див додаток Ж). Основними змістовними блоками діяльності ЗМІ, щодо яких ЄС та Рада Європи координують діяльність держав-учасниць, є прозорість та плюралізм мас-медіа, механізми та процедури ліцензування мовлення, транскордонне телебачення, розвиток суспільного мовлення [170].

Певна кількість Резолюцій і Рекомендацій визначає місце та значення суспільного мовлення у суспільному житті Європейського Союзу. Так, у Рекомендації Парламентської асамблеї Ради Європи «Про роль національного мовлення та управління ним» № 994, прийнятій у 1975 р., відзначається, що держава є лише гарантом інтересів громадськості, а також має забезпечити наявність органу, який буде здійснювати заходи публічного контролю за мовленням [171].

Рекомендація Парламентської асамблеї Ради Європи «Про парламентську відповідальність за процес демократичного реформування мовлення» № 1147, прийнята у 1991 р., відзначає, що не існує жодної універсальної моделі організації діяльності недержавних засобів масової інформації. Способи різняться у різних країнах та зазнають змін у питаннях врегулювання діяльності таких ЗМІ з урахуванням світового досвіду [172].

Резолюція № 1, 4-ї Європейської конференції міністрів з питань політики в галузі ЗМІ «Майбутнє громадського мовлення» (Прага, 7–8 грудня 1994 р.) сприяла розвитку інститутів громадянського суспільства й роздержавлення ЗМІ. Цим документом визначено загальні принципи функціонування ЗМІ, завдання, які міжнародна спільнота висуває перед ЗМІ громадського сектора мовлення, окреслено загальний порядок їх фінансування [173].

У більш широкому аспекті ці питання висвітлені у Рекомендації № R (99) 1 від 19.01.1999 р. Комітету міністрів Ради Європи «Про заходи щодо сприяння плюралізму в ЗМІ», Артиклі № 19 від березня 2002 р. «Доступ до ефіру. Принципи свободи слова та регулювання мовлення» [174]. Забезпечення незалежності та автономності ЗМІ широко розглянуто у Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи № R (96) 10 від 11.09.1996 р. «Про гарантії незалежності громадського телерадіомовлення», що дає змогу підвищити ефективність організації процесу створення недержавних ЗМІ [175].

У Декларації Комітету міністрів Ради Європи «Щодо гарантій незалежності суспільного мовлення у країнах-членах» від 27.09.2006 р. йдеться про забезпечення правової, політичної, фінансової, технічної та іншої підтримки, необхідної для забезпечення дійсної редакційної незалежності та інституційної автономії недержавних ЗМІ з метою запобігання будь-якого ризику політичного або економічного втручання [176].

Також одним з напрямків, яким опікуються органи Євросоюзу, є лібералізація та конкуренція в сфері мас-медіа. Спільний європейський ринок, що є одним з найбільших досягнень європейської інтеграції, стосується аудіовізуального мовлення так само, як і всього іншого. Головний аспект діяльності ЄС полягає в регулюванні ринкових процесів. Його правові норми служать для створення передумов функціонування ринку в Європі та для перешкоджання негативним наслідкам процесів вільного виробництва та обміну. Ця проблема стає головним питанням політичного та економічного порядку денного у країнах ЄС [177].

Важливу роль в цьому процесі відіграють судові рішення та рішення відповідних органів в рамках Євросоюзу, що витікають з цих судових рішень. Так, у 2003 році Європейський суд у Альтмаку розглядав питання компенсацій державою витрат на державні послуги та державну допомогу різноманітним установам і організаціям. Одним з наслідків цього розгляду було визначення умов, за яких компенсація публічних послуг не є сферою державної допомоги [178].

Суд дійшов висновку, що компенсації державній службі (до цих установ та організацій відносять й публічну службу мовлення – суспільне мовлення українською) не є державною допомогою при умові, що виконуються чотири кумулятивні критерії. По-перше, обов'язки одержувачів повинні фактично збігатися з обов'язками державної служби і повинні бути чітко визначені. По-друге, параметри, на основі яких розраховується компенсація, повинні бути встановленні об'єктивним і прозорим чином. По-третє, компенсація не повинна бути більшою за витрати необхідних на покриття їх частини або всіх витрат. По-четверте, установи або організації, що виконують обов'язки з державної служби, не були визначені в результаті тендеру державних закупівель, компенсацію розраховують на основі визначення витрат типового підприємства, що має добрий менеджмент і надає послуги відповідної якості. Разом з тим, для забезпечення конкуренції, компенсація не повинна перевищувати суми для покриття витрат на виконання обов'язків з публічної служби, тобто покриття фактичних витрат [178].

Потім у 2005 році Комісією Європейських суспільств прийнято рішення щодо застосування статті 86(2) Договору ЄС до державної допомоги у вигляді винагороди за публічні послуги, що надаються відповідними підприємствами, яким доручено обслуговування загальних економічних інтересів [179].

Серед положень, що наведені в даному документі, йдеться про те, що обов'язки, які покладені на обслуговування суспільних економічних інтересів або мають характер монополії на отримання доходу, мають підкорятися правилам конкуренції. Разом з тим, припускають виключення з правил

Договору за умовою дотримання наступних умов. По-перше, повинен бути акт доручення, згідно з яким держава несе відповідальність за виконання відповідного задання. По-друге, завдання повинне відноситись до послуги, що має загальний економічний інтерес. По-третє, самі виключення повинні бути необхідними для виконання даної цілі, що є пропорційними цим завданням (в документі визначається ця умова як вимога необхідності). Отже, вплив на розвиток торгівлі не повинен здійснюватися тою мірою, щоб це суперечило інтересам суспільства.

Для врегулювання державних компенсацій було прийнято документ, який визначає рамки для державної допомоги у вигляді компенсацій за державну службу з виконання суспільних обов'язків. Публічні обов'язки розуміють як будь-який обов'язок, при якому державні органи можуть прямо або опосередковано здійснювати домінуючий вплив в силу своєї власності на нього. Обов'язок здійснює будь-який суб'єкт, що займається економічною діяльністю незалежно від юридичного статусу підприємства і способу його фінансування [180].

У своїй резолюції про концентрацію та плюралізм в ЗМІ в Європейському Союзі, Європейський парламент рекомендує «нормативні акти, які регулюють державну допомогу повинні бути розроблені і здійснені таким чином, щоб дозволить публічній службі та суспільним медіа виконувати свої функції в динамічному середовищі, забезпечуючи при цьому, що громадські ЗМІ виконують функції, покладені на них державами-членами транспарентним і підзвітним чином, уникаючи зловживання державним фінансуванням з міркувань політичної або економічної доцільності» [181].

Треба згадати Віденську декларацію Європейського симпозіуму Міжнародного інституту преси з проблем ЗМІ 22–24 вересня 1993 р. В самій назві «Від мовлення, контрольованого державою, до суспільного мовлення» вже було закладено принцип переходу від державних ЗМІ до незалежного суспільного мовлення. Зазначається, що основною місією суспільних мовних організацій має бути інформування населення про події минулого,

теперішнього та майбутнього, які його безпосередньо цікавлять. Суспільні мовні організації також мають використовуватися як сфера обговорення та вираження основних людських цінностей [182].

Міститься заклик до керівництва та персоналу суспільних мовних організацій сприяти забезпеченню об'єктивної роботи журналістів. Їхньою найвищою метою має бути вільне і чесне інформування суспільства. Вимагає вжити заходів юридичного характеру, які гарантують різноманітність джерел фінансування, включно з абонементною платою слухачів та глядачів, різними формами матеріальної підтримки з боку громадськості, а також доходами від рекламної діяльності тією мірою, якою цього потребують міркування конкурентоспроможності, але не обмежуючись поданими джерелами [182].

Важливість суспільного мовлення для соціального, демократичного і культурного життя в Євросоюзі було підтверджено в резолюції Ради про суспільне мовлення. Як підкреслюється в резолюції: «широкий публічний доступ, без дискримінації та на основі рівних можливостей, з різними каналами і послугами є необхідною умовою для виконання особливих зобов'язань суспільного мовлення». Крім того, суспільне мовлення має «користуватися благами технічного прогресу», принести «громадськості переваги нових аудіовізуальних та інформаційних послуг і нових технологій» і зробити «розвиток і диверсифікацію діяльності в цифрову епоху». Нарешті, «суспільне мовлення має бути в змозі продовжувати надавати широкий спектр програм відповідно до його компетенції, визначеної державами-членами з метою задоволення суспільства в цілому, і в цьому контексті є законним для суспільного мовлення охопити широку аудиторію» [183].

Отже, ґрунтуючись на Рішенні суду в Альтмаку, Європейський Союз розробив низку документів, що регулюють діяльність в сфері забезпечення суспільства послугами, котрі становлять загальний економічний інтерес. Це визначило основні підходи країн-членів до організації та фінансування спільних медіа в цих країнах. В цілому міжнародні акти у сфері медіа, яку ми розглядаємо, стосуються регулювання загального антимонопольного

законодавства та регулювання торгівлі, забезпечення плюралізму, свободи слова, та забезпечення роботи міжнародних комунікаційних магістралей [184].

Також в Європейському Союзі розроблена і впроваджена певна кількість документів, що впорядковують та регулюють діяльність засобів масової інформації. Формування політики в цій сфері стосується збереження демократичних цінностей, максимізації лібералізації та конкуренції, розвитку та функціонування аудіовізуальних ЗМІ в Європі [185].

Беручи до уваги широку нормативну та рекомендаційну базу в сфері медіа і зокрема суспільних медіа, треба зазначити, що в науковому дискурсі західних країн не зменшились дискусії щодо сутності та принципів функціонування суспільних медіа. Зокрема Т. Сиверстен зазначає, що загальна демократизація та підвищення достатку в європейських суспільствах вирівняли соціальний розкол і зменшили розшарування. Він наголошує, що старий патерналізм служби публічних медіа як голосу влади, або соціальної еліти, більше не є прийнятним. Постмодерн все більше відкидає уставлення традиційного смаку і культурної ієрархії. Кордон між мистецтвом і комерцією став розмитим. Сьогодні споживачі розглядаються як відповідні арбітри смаку. Він наголошує, що існування служби публічних медіа – це виклик неоліберальному і постмодерністському настроям, конвергенції, інтернаціоналізації та глобалізації, приватизації та комерціалізації [186].

Панування в західних країнах неолібералізму виступає проти існування інститутів громадського сектору, де ринкові сили повинні, з цієї точки зору, працювати без перешкод. У публікації Офкому (Державний регулятор у сфері медіа у Великій Британії) 2004 року зазначається, що необхідно провести відмінність між керівництвом та відповідністю, з одного боку, та регулюванням і підзвітністю, з іншого. Для забезпечення успішного управління та регулювання виділяють три аспекти:

• Зовнішнє, міжгалузеве регулювання – застосовується до всіх учасників ринку.

• Відповідальність – ефективний нагляд від імені громадськості щодо використання державного фінансування для надання публічного сервісу з мовлення.

• Внутрішнє або корпоративне управління – управління та відповідність різних організацій та установ, які складають систему публічного сервісу з мовлення [187].

Всі громадські організації мають на меті забезпечувати не тільки цінності для окремих людей, а й цінність для людей як громадян. Суспільна цінність публічної служби мовлення (далі – ПСМ) має три складові: цінність для людей як окремих осіб, цінність для суспільства в цілому – для людей як громадян; і вплив на продуктивність більш широкого комерційного ринку – його чиста економічна цінність [186].

Так, наприклад, Бі-Бі-Сі створює публічну цінність у напрямках:

• Демократична цінність: Бі-Бі-Сі підтримує громадянське життя та національну дискусію, надаючи довірливі та неупереджені новини та інформацію, яка допомагає громадянам зрозуміти світ та заохочує їх до цього.

• Культурна і творча цінність: Бі-Бі-Сі збагачує культурне життя Великої Британії, об’єднуючи таланти та аудиторії разом, щоб відкрити нові горизонти, відсвяткувати культурну спадщину, розширити національне спілкування.

• Освітня цінність: пропонуючи аудиторії будь-якого віку світ формальних та неформальних освітніх можливостей у будь-якому середовищі, Бі-Бі-Сі допомагає побудувати суспільство, яке має сильні знання та навички.

• Соціальна та громадська цінність: створення можливості для багатьох громад у Великій Британії побачити, що вони мають спільні риси і чим вони відрізняються, Бі-Бі-Сі намагається зміцнити соціальну згуртованість та толерантність шляхом більш глибокого розуміння.

• Глобальне значення: Бі-Бі-Сі підтримує глобальну роль Великої Британії в якості найнадійнішого постачальника світових новин та інформації, а також демонструючи найкращу британську культуру для глобальної аудиторії [188].

Дослідник Деніс МакКвейл також наводить, що обґрунтуванням для існування ПСМ було те, що вона служить суспільним інтересам, визначеним як інформаційно-культурна і соціальна допомога суспільству в цілому, яка виходить за рамки безпосередніх, конкретних й індивідуальних інтересів, хоча на це мають вплив комерційні та індивідуальні інтереси [189].

Дослідники зазначають, що сьогодні завдання ПСМ, які виконуються під загальною рубрикою «соціально значимого контенту», повинні бути модернізовані і врегульовані відповідно до нових обставин [190]. Таким чином, зобов'язання, що стосуються підтримки політичного громадянства і демократії, вимагають нового підходу, особливо щодо заохочення до особистої демократичної участі, а також запровадження нових форм демократії участі. Лав Г. Ф. зазначає, що роль суспільного мовлення в умовах демократії має бути поширена і на міжнародній арені, в якості «сторожового пса», тому ЄС та інші європейські організації повинні допомогти створити «європейську суспільну сферу» [191].

Крім того, для того, щоб зменшити дефіцит демократії в країнах ЄС, ПСМ слід поширювати новини про європейський порядок денний, та допомогти набути і розвинути європейській спільноті відповідні знання, інтереси та інтерпретаційні навички для розуміння ЄС, його варіантів політики і дискусій [192]. З точки зору його культурних завдань, ПСМ повинні відповісти на глобалізацію, міграцію, все більш розвинену мультикультурну природу багатьох суспільств. Тому Комітет Міністрів у Білій книзі міжкультурного діалогу зазначає, що необхідно підтримати або підвищити соціальну згуртованість, сприяти міжкультурному та міжрелігійному діалогу, порозумінню між народами [193].

Що стосується освіти, новими завданнями для ПСМ стане формування освітніх навичок, необхідних у нових соціальних, технологічних і культурних умовах. Це так званні «нові» грамотності двадцять першого століття: технологічна грамотність; інформаційна грамотність; ЗМІ творчість; глобальна грамотність; грамотність відповідальності та ін. [194].

В європейському науковому дискурсі щодо ПСМ часто посилаються на дослідження Халін і Манчіні, які ідентифікували та виділили три фундаментальні ідеальні моделі взаємозв'язку між функціонуванням засобів масової інформації та чинними політичними системами [195]. До них увійшли:

1. Середземноморська / поляризована плюралістична медіа-модель, яка притаманна для країн, котрі відносно пізно демократизувалися. Вони характеризуються сильним урядовим втручанням в економіку і орієнтовану на еліту пресу з відносно невеликими видавництвами. Підприємства, що відносяться до публічного сервісу, як правило, керуються національними урядами та парламентськими установами, наприклад, якщо після проведення парламентських виборів керівництво та політична орієнтація змінюються, подібні зміни відбуваються й у підприємствах публічного сервісу. Журналістика менш професійна, зв’язки між політичними діячами та журналістами є сильними, тоді як правова система є відносно слабкою. Прикладами країн, які можна віднести до цієї моделі є Греція, Португалія та Іспанія.

2. Північноєвропейська / демократична корпоративна медіа-модель характеризується країнами, що мають давні демократичні традиції. Політика характеризується консенсусом і сильною державою з добре обґрунтованою правовою системою. Видавничий сектор є важливою частиною демократичної корпоративної медіа-моделі. Існує конкуренція на ринку друкованих засобів масової інформації, але незважаючи на це, ринок регулюється через різні політичні та культурні заходи, такі як субсидії для преси. До інших особливостей можна віднести не комерційний публічний сервіс та високий ступінь автономії для мовників. Журналістика є професійною та саморегульованою із загальними етичними стандартами для радіо, телебачення та газет. Прикладами країн, які входять до цієї моделі, є Швеція, Норвегія, Данія, Австрія та Німеччина.

3. Північноатлантична / ліберальна медіа-модель характеризується країнами з давніми демократичними традиціями, сильною та поширеною

свободою преси та сильним індивідуалізмом. Тираж газет є відносно високим, хоча й нижчим, ніж в демократичних корпоративних медіа-моделях. Відповідно до політичного устрою більшість країн мають мажоритарні системи. Як правило, засоби масової інформації не мають тісного зв'язку з урядом та політичними партіями, але замість цього вони керуються комерційними інтересами, а журналістський професіоналізм відносно сильний. Прикладами країн, що відносяться до ліберальної медіа-моделі є Великобританія, США, Канада та Ірландія.

У 2008 році Халлін і Манчіні спільно з багатьма дослідниками здійснили дослідження, засноване на трьох ідеальних медіа-моделях, визначених у 2004 році, а тепер ці три моделі доповнені четвертою ідеальною моделлю:

4. Східноєвропейська / посткомуністична медіа-модель. Вона включає країни Східної Європи, які були виключені з дослідження 2004 року. Причиною того, що вони не були включені в аналіз у 2004 році, полягала в тому, що вони відрізнялися від інших європейських країн співвідношенням між розподілом газет та соціально-економічними факторами, що стали наслідком швидких змін, які відбуваються в країнах з моменту розпаду Східного блоку. Країни цієї моделі не мають спільних рис стосовно історії, культури, релігії та рівня розвитку, крім історії комунізму та комуністичної системи. Їх можна віднести до поляризованої плюралістичної медіа-моделі, посткомуністичні країни характеризуються пізнішою та незавершеною демократизацією, або для деяких країн дуже складною модернізацією, сильним державним контролем, широким протекціонізмом та державним патерналізмом. Коли державна монополія на газетному ринку зникла, відбулась поява нових газет, помітно зросла кількість регіональних та місцевих газет. Мовні засоби масової інформації намагаються зберегти свою незалежність і продемонструвати політичну незалежність, але все ще працюють як політичні актори, що активно прагнуть пропагувати правлячу владу [196].

На останок треба згадати книгу-керівництво «Модель закону про публічну службу мовлення», підготовлену директором Юридичного

департаменту Європейської мовної спілки, доктором Вернером Румпхорстом. У цій публікації говориться: «суспільним є будь-яке мовлення, що задовольняє три умови: воно повинно слугувати інтересам суспільства, фінансуватись суспільством, контролюватись суспільством» [197].

Суспільство – це все населення країни (або регіону), яке зобов'язана обслуговувати конкретна мовна організація.

Поняття «все населення» має подвійне значення, а саме:

• по-перше, суто в технічному сенсі, воно означає, що кожне домашнє господарство в зоні обслуговування повинно мати можливість отримувати обслуговування у вигляді медіа-програм. Це те саме, що й концепція універсального обслуговування, яка притаманна іншим сферам обслуговування, орієнтованим на результат, таких як водо-, газо-, електропостачання, телефонний зв'язок і громадський транспорт тощо;

• по-друге, воно охоплює всі групи і верстви суспільства, тобто багатих і бідних, старих і молодих (і проміжні категорії), освічених і менш освічених, людей з особливими інтересами (будь то культурні, релігійні, наукові, спортивні, соціальні, економічні або які-небудь ще), але так само і суспільство в цілому. Все населення у цьому сенсі має обслуговуватися програмами суспільного мовлення (хоча навряд чи можливо добитися, щоб передачі подобалися одночасно всім).

Якщо говорити в позитивному сенсі, суспільне мовлення призначене для всього суспільства, для всього населення, тобто говорячи в негативному сенсі - воно не призначене ні для уряду, ні для парламенту, ні для президента, ні для будь-яких політичних партій, церков, будь-яких інших груп (приватних) інтересів або власників акцій. Воно повинно бути повністю незалежним, служити тільки інтересам населення, людей як громадян, а не як споживачів, наголошує Вернер Румпхорст [197].

Що стосується українського нормативного поля в цій сфері, то політика України в сфері засобів масової інформації будується на Конституції України, положення якої створюють умови для впровадження демократичних та

ліберальних принципів діяльності. Нормування діяльності ЗМІ мало розвиток у багатьох правових актах, що створили базис для регулювання та забезпечення діяльності суб'єктів даної сфери. Нормативно-правова база стосується безпосередньо інформаційної сфери та інформації, правових аспектів діяльності суб'єктів і регулювання відносин у сфері аудіовізуального, друкованого та ін. виробництва і розповсюдження.

Серед таких нормативно-правових актів можна навести наступні: Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про державну таємницю», «Про зв'язок», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про рекламу», «Про комунікацію», «Про Концепцію національної програми інформатизації», Закон України «Про авторські та суміжні права», «Про Національну програму інформатизації», «Про науково-технічну інформацію», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про електронний підпис», «Про електронний документообіг», «Про Національну комісію з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі», «Про державну економічну підтримку вітчизняних друкованих засобів масової інформації», «Про вдосконалення державного управління інформаційною сферою», «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» та інші.

Також треба згадати Закон України «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України» та Закон України «Про Національну Раду з питань телебачення та радіомовлення», Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», який заклав правові основи діяльності друкованих засобів масової інформації (преси) в Україні та встановив державні гарантії їхньої свободи згідно з Конституцією. Українська держава «гарантує економічну самостійність та забезпечує економічну підтримку діяльності друкованих засобів масової інформації, запобігає

зловживанню монопольним становищем на ринку з боку видавців і розповсюджувачів друкованої продукції».

У травні 2003 р. Кабінет Міністрів затвердив «Концепцію формування системи національних електронних інформаційних ресурсів», а згодом видав Розпорядження щодо заходів із реалізації даної Концепції. На виконання Розпорядження було спрямоване «Положення про систему національних електронних інформаційних ресурсів», у якому, зокрема, визначені організаційна структура, регламент взаємодії, права та обов'язки головної організації і користувачів інформаційної системи, щоб привести національні електронні інформаційні ресурси у відповідність до єдиних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими.

Але, при наявності великої кількості нормативно-правових документів, щодо свободи слова і цензури в Україні було визначено незадовільний стан. Так в ході парламентських слухань «Суспільство, засоби масової інформації, влада: свобода слова і цензура в Україні» було визначено, що в Україні склалася загрозлива ситуація із забезпеченням основних прав та свобод людини й громадянина на отримання повної, неупередженої інформації, необхідної для прийняття усвідомлених рішень. Значного поширення набув тиск на журналістів під час виконання ними своїх професійних обов'язків, що є фактично запровадженням політичної цензури. Засоби масової інформації втрачають належну їм у демократичному суспільстві функцію посередника між владою та суспільством. Такий стан справ, як зазначено в постанові, не змінився протягом терміну з останнього слухання [198].

Зауважимо, що становлення інституту суспільного мовлення в Україні розпочалося у 1997 р., коли Верховна Рада України прийняла Закон «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України». Законом було визначено правові й концептуальні підвалини його реформування, але Закон не був реалізований на практиці. З того часу прийнято чимало правових документів, проведено доволі багато фахових дискусій щодо вивчення кращих європейських практик становлення суспільного мовлення, визначення місії,

бачення, форм управління й джерел фінансування, оптимальної моделі для України (див. додаток З). У 2005 р. відбулися парламентські слухання на тему «Перспективи створення громадського телерадіомовлення в Україні», за результатами роботи яких було ухвалено рекомендації щодо реорганізації Національної телекомпанії і Національного радіо у канали суспільного мовлення до 2005 р. [199].

Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» № 1227-VII [198]. У відповідності до цього закону в травні 2014 р. мав розпочатися процес реформування НТКУ, НРКУ та близько 30 регіональних ТРК в Національну суспільну телерадіокомпанію (НСТУ). Процес створення суспільного мовлення в Україні було розпочато у березні 2015 р., після надання змін до чинного Закону Міжвідомчою робочою групою з питань реалізації закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». Так, згідно із Законом України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» (з правками від 19 березня 2015 р.), було започатковано процес створення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» на базі державних мовників – Національної телекомпанії та радіокомпанії, Державної телерадіокомпанії «Культура», обласних державних телерадіокомпаній, Державної телерадіомовної компанії «Крим» та інших. Суспільне мовлення, у відповідності до закону, складатиметься з двох телеканалів і трьох радіоканалів. На його фінансування на початковому етапі законом передбачено виділення 0,2 % від державного бюджету [200].

Зазначалося, що керівництво каналом здійснюватиметься Наглядовою радою НСТУ, до складу якої входитиме по одному представнику від депутатських фракцій і груп Верховної Ради України поточного скликання та дев’ять членів від громадських об’єднань та асоціацій. Відповідно до цього закону 7 квітня 2015 р. на базі УТ-1 (першого державного каналу) в Україні відбувся запуск загальнонаціонального каналу суспільного мовлення «UA: Першого», на який Україна чекала 23 роки. Таким чином, з формальної точки

зору, процес створення системи суспільного телерадіомовлення в Україні вже розпочато.

Разом з тим, вітчизняні дослідники зазначають, що утворення суспільного мовника у формі ПАТ, єдиним акціонером якого є держава, не забезпечить дотримання принципу незалежності, оскільки управління корпоративними правами господарського товариства, заснованого на державній формі власності, є компетенцією відповідного уповноваженого органу державної влади. Це, у свою чергу, може призвести до хаосу в управлінні та дискредитації самої ідеї суспільного мовлення [201].

Зокрема зазначається, що поставленим завданням найбільш відповідає установа, тобто організація, створена однією або кількома особами (засновниками), які не беруть участі в управлінні нею, шляхом об'єднання (виділення) їхнього майна для досягнення мети, визначеної засновниками, за рахунок цього майна (ст. 83 ЦКУ) [202]. Установа є максимально незалежною від засновника формою юридичної особи, участь якої в управлінні може бути обмежена затвердженням установчого акту та призначенням первинного складу органів управління.

Ми також підтримуємо думку багатьох дослідників про те, що повинні бути вирішенні питання створення механізму формування незалежних органів управління та формування фінансового механізму, що забезпечать незалежну та неупереджену діяльність суспільних медіа. Ключовими питаннями діяльності суспільних медіа є: формування органів управління, незалежний контроль, незалежність від держави, політичних партій та рухів тощо. Аналіз нормативного механізму забезпечення діяльності суспільних медіа в Європейському союзі показує, що на законодавчому рівні закріплено таку процедуру формування керівних органів управління, яка сприяє посиленню незалежності суспільного мовлення від стороннього, зокрема політичного втручання.

Наступним вкрай важливим і часто суперечливим аспектом функціонування суспільних медіа є забезпечення його фінансування. Головне

питання – це забезпечення стабільності та достатності фінансування. Саме створення спроможного фінансового механізму унеможливлює тиск правлячих політичних сил та урядів країн. Європейський союз складається з країн з відповідними моделями функціонування суспільних медіа, про які зазначалося вище, тому діють національні, специфічні моделі фінансування діяльності суспільного мовлення. Ці моделі створені з метою забезпечення суб'єктності та самостійності, забезпечення якості продукту суспільних медіа та об'єктивності й неупередженості інформації. В Україні Законом «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» визначено, що до джерел фінансування відноситься продаж власної теле- і радіопродукції, плата за користування авторськими та суміжними правами; державний і місцевий бюджети; добровільні й благодійні внески, пожертвування фізичних і юридичних осіб, крім анонімних тощо.

Зазначимо, що в рамках нашого дослідження, формування інституту суспільних медіа в цілому відповідає очікуванням громадян, але, також, треба звернути увагу на певні проблеми. Запровадження суспільного мовлення для України не має стати самоціллю – реформа державного сектору телерадіомовлення є необхідною для того, щоб новостворені суспільні радіо й телебачення почали слугувати інтересам громадян, стали мірилом якості журналістики та почали надавати українцям якісний контент, а не використовувалися для пропаганди політичних інтересів тих сил, що на той чи інший проміжок часу перебувають при владі в Україні, чи перетворилися на суто комерційний проект. Отже, утворення суспільного мовника повинно мати не формальний, а реальний результат, а його головною функцією має бути створення та розповсюдження власного якісного продержавницького інформаційного продукту, якому б глядачі віддавали перевагу перед комерційним чи іноземним. При цьому розбудова українського суспільного мовника має здійснюватися на цінностях європейських суспільних медіа, а саме: універсальності, незалежності, досконалості, різноманітності, відповідальності, інноваційності [203].

Для цього інформаційне наповнення суспільного мовника має містити найрізноманітнішу тематику та жанрове розмаїття, зокрема й власного виробництво, насамперед щодо новинної складової. У цьому контексті слід відмітити, що на «UA: Першому» (загальнонаціональному суспільному каналі) після зміни влади в державі та керівництва каналу відбулися позитивні зміни – канал став на шлях перетворення на громадське мовлення, а його новини зробилися принциповішими та сміливішими. Як зазначав Зураб Аласанія, тодішній генеральний директор Національної телекомпанії України, бренд «UA: Першого» станом на квітень 2016 р. мав 47 % пізнаваності та 25 % довіри населення [204].

На нашу думку, треба враховувати сучасний розвиток технологій в інформаційній сфері та їх впровадження в сферу медіа. Саме конвергенція різних засобів мовлення складає сучасну парадигму розповсюдження та отримання інформації суспільством. Телерадіомовлення, Інтернет, мобільні комунікації створюють можливості для створення інформаційних каналів, використання яких, в свою чергу, становлять конкурентні переваги суб'єктів мовлення.

Таким чином, розгляд та порівняння формування та функціонування суспільних медіа в Європейському союзі та в Україні дозволяє нам зробити наступні висновки. Базовими для урядів та функціонування суб'єктів мовлення є документи міжнародних організацій - таких як ООН, ЮНЕСКО, ВТО, до яких приєдналися країни Європейського союзу і Україна. Така наддержавна структура як Європейський союз розробила ряд нормативних документів та рекомендацій, що створили ґрунт для розвитку громадянського суспільства та забезпечення функціонування ЗМІ в рамках цього процесу. Діяльність ЗМІ регламентується основними принципами: такими, як свобода слова, незалежність, прозорість, відповідальність, конкуренція на ринку. Країни, що входять до Європейського союзу, розробили власні нормативно-правові документи, що регулюють діяльність ЗМІ на території даних держав. Окремо розроблені документи, що стосуються діяльності суспільного мовлення. Цими

документами сформовані механізми для фінансування діяльності мовника, організаційної сталості, змісту контенту та роботи журналістів.

Україна при розробці нормативних документів орієнтувалася на загальносвітові та європейські принципи діяльності ЗМІ. На цій базі створено велику нормативно-правову базу, яка регламентує та забезпечує незалежність діяльності ЗМІ в Україні. Окремо можна виділити процес формування суспільного мовлення, який відбувався протягом становлення України як незалежної та самостійної держави. Цей процес розпочався з 1997 року з прийняттям Закону «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», він супроводжувався політичним контекстом – і що ж заважало реально створити систему суспільного мовлення в нашій країні? Активізація щодо становлення суспільного мовлення та конкретні кроки відбуваються лише у 2014 році з прийняттям Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». Прийнято ще ряд документів, котрі повинні були створити надійні механізми фінансування, організаційну систему суспільного мовлення та забезпечити політичну незалежність і спрямованість журналістської діяльності. Але практика доводить, що ще не сформовано реальних механізмів функціонування суспільного мовлення в Україні, які забезпечать його незалежність та змогу стати відповідним інститутом громадянського суспільства.

Отже, держава повинна забезпечити основний принцип незалежності суспільного мовлення в Україні через встановлення чіткого та дієвого фінансового механізму, врегулювання організаційного механізму його діяльності. Така проблематика ставить завдання для подальшого розгляду цих питань у наступному розділі.

Висновки до розділу 2

З метою визначення методів та механізмів, через які публічна влада може або повинна забезпечувати гармонійний розвиток інформаційно-

комунікаційної взаємодії в суспільстві, розглянуто проектування інформаційних середовищ та створення нових інформаційних ресурсів. Визначено, що для передачі соціально важливої інформації потрібен комунікаційний канал для здійснення соціальних актів та соціальної взаємодії. Важливою складовою у формуванні інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства є суспільна думка, яка виступає формою реалізації суспільної свідомості в процесі цивілізаційного розвитку.

Встановлена ще одна контекстна складова дослідження інформаційної складової розвитку громадянського суспільства. Отже, сучасне бачення світу формує філософію постмодерну, який також має вплив на медіа-простір і процеси, що відбуваються в ньому. Основними ознаками постмодерну можна назвати полікультурність, естетику масової культури, плюралізм, релевантність, теорію гри та ін. Заперечення центризму є однією з основних ознак даного явища і передбачає перегляд соціопросторових координат. Розвиток технологій спричинив «комунікаційне прискорення», яке має прояв у медіатизації суспільства і її залежності від смислів, що продукуються мас-медіа.

Відштовхуючись від положення, що медіа – це засоби комунікації між різними індивідами та їх групами задля передачі відповідної інформації, можна стверджувати, що саме створення умов для появи таких медіа є основною метою діяльності держави в цьому процесі. Таким чином ми визначаємо залежність об’єкта нашого дослідження, а саме, формування, розвитку і становлення розвиненого громадянського суспільства від наявності в державі сучасних медіа, складовою частиною яких є суспільне мовлення. Роллю держави в процесі створення та функціонування суспільних медіа має стати забезпечення таких умов, при яких суспільне мовлення стане незалежним і від інститутів держави, і від бізнесу. Сенс існування суспільного мовлення, яке знаходиться поза державним і комерційним контролем, полягає у виконанні функцій публічної служби.

Аналіз досліджень показав, що суспільне мовлення відіграє важливу роль у розвитку демократії і повинне забезпечувати простір, де громадськість може висловлювати свої ідеї вільно і в якому інформація, думки, критика, розваги і освіта може бути поширена незалежно від комерційного тиску або політичного впливу. Керівним принципом у справі створення незалежного і демократичного суспільного мовника має бути встановлення плюралізму, також встановлена редакційна та програмна незалежність, інституційна автономія та підзвітність.

Державна політика в цій сфері повинна забезпечити набір привілеїв для суспільних медіа, визначити їх зобов'язання, сформулювати керівні структури, щоб забезпечити автономію і контролювати їх підзвітність, разом з тим створити відкриті ринки і посилити конкуренцію. Таким чином, треба здійснити вибір з двох принципів, або невід'ємну дихотомію між культурою і ринком, або між культурною політикою та економічною політикою. Державне регулювання сфери суспільного мовлення полягає у формуванні нормативних важелів впливу на відносини в цій сфері та створення відповідної системи фінансування і забезпечення ресурсами, які сприяють формуванню економічних стимулів виконувати суспільну функцію.

Аналіз законодавства європейських країн та України щодо формування та регулювання функціонування суспільних медіа. Визначено, що базовими для урядів та функціонування суб’єктів мовлення є документи міжнародних організацій - таких як ООН, ЮНЕСКО, ВТО, до яких приєдналися країни Європейського союзу і Україна. Така наддержавна структура як Європейський союз розробила ряд нормативних документів та рекомендацій, що створили ґрунт для розвитку громадянського суспільства та забезпечення функціонування ЗМІ в рамках цього процесу. Діяльність ЗМІ регламентується основними принципами - такими, як свобода слова, незалежність, прозорість, відповідальність, конкуренція на ринку. Країни, що входять до Європейського союзу, розробили власні нормативно-правові документи, що регулюють діяльність ЗМІ на території даних держав. Окремо розроблені документи, що

стосуються діяльності суспільного мовлення. Цими документами сформовані механізми для фінансування діяльності мовника, організаційної сталості, змісту контенту та роботи журналістів.

Україна при розробці нормативних документів орієнтувалася на загальносвітові та європейські принципи діяльності ЗМІ. На цій базі створено велику нормативно-правову базу, яка регламентує та забезпечує незалежність діяльності ЗМІ в Україні. Окремо можна виділити процес формування суспільного мовлення, який відбувався протягом становлення України як незалежної та самостійної держави. Цей процес розпочався з 1997 року з прийняттям Закону «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», продовження відбулось у 2014 році з прийняттям Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». Прийнято ще ряд документів, що повинні були створити надійні механізми фінансування, організаційну систему суспільного мовлення та забезпечити політичну незалежність і спрямованість журналістської діяльності. Але вивчення практики показує, що ще не сформовано реальних механізмів функціонування суспільного мовлення в Україні, які забезпечать його незалежність та можливість зробитися відповідним інститутом громадянського суспільства.

РОЗДІЛ 3
ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ

В розділі розглянуто підходи до вдосконалення фінансової складової підсистеми забезпечення функціонування механізму регулювання діяльності суспільного мовлення, запропоновано напрямки вдосконалення функціональної підсистеми механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення.

3.1. Фінансова складова підсистеми забезпечення функціонування механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення

Для обґрунтування формування складових підсистеми забезпечення функціонування механізму регулювання діяльності суспільних медіа ми спираємось на економічну теорію, за допомогою якої визначаємо продукт суспільного мовлення як один з видів суспільного блага. Таким чином структура фінансових надходжень суспільних мовників розглядається як основа їх діяльності та результат мовлення (вихід процесу), що в підсумку є тим найважливішим ефектом для «інформаційних суспільств», де громадяни все більше споживають інформацію.

Реалізуючи свою економічну функцію, держава надає суспільству суспільні блага. Суспільні блага – це товари і послуги, що доступні всім членам суспільства: послуги теле- та радіомовлення, національна оборона та ін. Фінансування виробництва суспільних благ здійснюється за допомогою оподаткування всіх членів суспільства. Вважається, що велика кількість споживачів суспільних благ спричиняє труднощі щодо стягування плати за блага, тому єдиним та ефективним виробником суспільних благ може бути тільки держава. Разом з тим дослідники доводять, що економічно раціональне

небажання людей добровільно брати участь у забезпечені виробництва суспільних благ вимагає застосування альтернативних механізмів компенсації витрат на виробництво суспільних товарів [205] .

Надання оптимального обсягу виробництва суспільних благ передбачає вирішення проблеми його фінансування. У зв'язку з не виключеністю економічних агентів із споживання суспільного блага вони схильні використовувати суспільне благо за рахунок інших споживачів або безкоштовно. Не виключеність блага в споживанні полягає в тому, що споживачі не можуть бути виключені зі споживання шляхом встановлення ринкових цін, вони також не можуть безпосередньо обирати обсяг споживання блага.

З економічної теорії відомо, що виробництво суспільних благ може здійснюватися також за допомогою ринкових механізмів їх фінансування. Зазначимо, що одним з таких ринкових способів є введення абонементної плати за використання суспільного блага. Завдяки властивостям суспільних благ суспільство зацікавлене в забезпеченні цими благами всіх потенційних споживачів. Разом з тим визначення оптимального обсягу надання суспільного блага є не простим завданням, оскільки виробництво суспільних благ не може бути опосередковано чисто ринковим механізмом.

Отже, державні інвестиції у виробництво і розподіл суспільного мовлення значною мірою виправдовуються очікуванням істотних зисків соціального і культурного характеру, які накопичуються в суспільстві, та зисків, яких набувають індивіди і суспільство в цілому. Іншими словами, суспільні медіа приділяють більше уваги запитам клієнтів, які виступають в соціальній ролі як громадяни і виборці, на відміну від ролі споживача [206].

Суспільні медіа функціонують за рахунок діяльності загальнодоступних некомерційних установ, що фінансуються за рахунок публічних джерел. Існування цих ресурсів знаходиться під тиском багатьох чинників - таких, як політичні, економічні, комерційні, технологічні та ін. Разом з тим,

комерціалізація різних сторін суспільного життя спричинила критику правомірності й ефективності дій держави як постачальника товарів і послуг в сучасному суспільстві. Як зазначає Роберт МакЧесні, американський теоретик медіакультури і масових комунікацій, «...те, що відбувається, є логічним наслідком всесвітнього прийняття неоліберальної концепції, що ринок і комерційні показники є найкращим регулятором діяльності засобів інформації та інших сторін життя суспільства. У цьому сенсі нападки на службу суспільного радіо- і телемовлення є складовою частиною нинішнього наступу на все некомерційне, включаючи інститути й цінності публічної служби» [207].

Для розгляду цього аспекту проблематики нам необхідно звернутися до контексту, в рамках якого ми розглядаємо це явище. Це в першу чергу пов’язано з тими економічними передумовами, що відображаються на функціонуванні економіки різноманітних країн. Так Де-Лонг і Фрумкін вважали, що «нова економіка» передбачає стійкість «стандарту захисту». Вони припустили, що нова економіка, зокрема, інформаційний сектор (у тому числі мовлення), відрізняється від «старої економіки» тому, що нова економіка не відповідає тому, що вони визначають як три стовпи ринкової системи: ексклюзивні права, суперництво і прозорість. «Нова економіка – це економіка не виключеності й не суперництва» [208].

Безкоштовне ефірне мовлення є цим красномовним прикладом. Воно не є конкурентним тому, що споживання трансляції однією людиною не заперечує можливість для споживання іншими. Ми можемо говорити про не виключеність, тобто безкоштовне ефірне мовлення є доступним для всіх, і воно є доступним й для однієї людини. На відміну від цього, платне телебачення повертається в стару економіку, виключаючи потенційних користувачів, які могли б насолоджуватися товарами і послугами, що пропонуються без будь-яких додаткових витрат. Отже, добробут людини знижується за рахунок додаткових витрат, вбудованих в систему, оскільки внутрішню не

виключеність мовного середовища обминули. Платне телебачення перетворює суспільне благо, як клас не виключеності товарів, на приватну користь [208].

Крім того, товари і послуги в медіа-сфері можуть бути надані через три типи інститутів: ринками, де діють комерційні мовники; урядом або державою, та неурядовими некомерційними організаціями. Кожен з цих інститутів має свої певні переваги та недоліки у зв'язку з правилами прийняття рішень щодо надання послуг громадянам. Тому розглянемо кожен з них детальніше.

В першу чергу, ці інститути треба розглядати через призму ринку та ринкової економіки на сучасному етапі. Ринки забезпечують створення програм, що виробляються з економічною ефективністю, використовують інновації та відповідають уподобанням споживачів. Однак виникають провали ринку, і в такому разі комерційна продукція буде відхилятися від забезпечення оптимуму суспільного добробуту. Зовнішні ефекти майже не розглядаються комерційними мовниками. Наприклад, програми, що викликають позитивні наслідки, стабілізують, утихомирюють та об'єднують суспільство, зміцнюють демократію, і негативні спричиняють дестабілізацію, розпад суспільства, послаблення демократії тощо. Інші недоліки комерційного мовлення з'являються, коли є асиметрична інформація, яка призводить до непередбачених витрат клієнтів. Також у споживачів можуть виникати додаткові витрати, що призводять до горизонтальної, вертикальної та діагональної концентрації сфери мовлення. Така концентрація або спрямування мовлення, зменшує кількість програм і може призвести до журналістської монопольної влади і як результат - до економічної монопольної влади.

Наступний аспект – це надходження від реклами. Коли програми мовлення фінансуються за рахунок реклами, є додаткові недоліки в результаті не виключеності. Програми не піклуються про вподобання глядачів, а керуються перевагами (інтересами) рекламної індустрії. Таким чином, комерційні мовники надають перевагу комерційному змісту та інтересам, вони не є плюралістичними, ігнорують програмні інтереси людей.

На відміну від цього, коли комерційні програми фінансуються за рахунок внесків або платежів, немає ніяких негативних ефектів для програм такого роду. Однак, треба враховувати дистрибутивні ефекти програм комерційного мовлення, оскільки доступ до програм залежить від покупної здатності громадян.

Ринки застосовують децентралізовані й горизонтальні правила прийняття рішень (добровільні рішення між постачальниками і клієнтами). Вони – по-перше, створюють високі стимули для забезпечення відповідності товарів і послуг, що користуються попитом у клієнтів, які здатні й готові платити за них. Відповідно мета ринку – це максимізація прибутку і, по-друге, створення ефективності; по-третє - вони підтримують свободу та самовідповідальність як постачальників, так й клієнтів.

З іншого боку, ринкове прийняття рішень може бути використано до товарів, що мають певні властивості. До таких властивостей можна віднести: додану вартість, ексклюзивність, симетричність (домовленість) щодо інформації між клієнтом і постачальником, яка не викликає зовнішніх ефектів для осіб, які не виступають в ролі постачальника або клієнта.

Отже, товари, які не мають даних властивостей, не можуть забезпечити всі ринки (викликають провали ринку), або можуть бути надані з певними недоліками (провокують дефіцит ринку). Дистрибутивність ринку визначається доходами клієнта, не беручі до уваги причини відмінностей доходу або критерії необхідності, що може стати актуальним для розподілу товарів з етичної, соціальної або політичної точки зору.

Уряд може враховувати ці дистрибутивні критерії. Він використовує централізовані й вертикальні правила прийняття рішень на відміну від децентралізованих і горизонтальних правил (як у комерційних). Він також може надавати товари з «провалами ринку», що мають невідповідну вартість (наприклад, у зв’язку з неконкурентним споживанням) або товари, що створюють відповідні зовнішні ефекти.

Зовнішні ефекти, асиметрія, не виключеність і субадитивні витрати можуть бути розглянути і виправлені урядом на основі демократичної легітимності. Ці загальні переваги надання урядом програм треба розглядати поряд з недоліками державного мовлення. Наприклад, ефективність державного мовлення в цілому менша, ніж комерційних мовників, а вподобання споживачів можуть не розглядатися. Також урядові асигнування не мають потужних стимулів до підвищення ефективності, і замість підтримки свободи і самовідповідальності створюють обмеження, залежності та менталітет вимогливості.

Однин з головних аргументів проти державного мовлення стосується загальної тенденції до зловживання мовленням для власних політичних цілей. Отже, постає питання варіантів контролю за державним мовленням з боку державних інститутів. Так, державне мовлення під контролем парламенту – це панування політичного змісту, а державне мовлення під контролем уряду – це домінування змісту, що схвалює його дії. Можуть створитися умови, коли правляча партія має інформаційну перевагу над опозицією або над опозиційними партіями. Державне мовлення, яким керують у протиріччі зі свободою вираження поглядів, громадської, індивідуальної та окремої думки - ставить під загрозу демократію, особливо коли немає гарантій та ефективних механізмів захисту державних мовників, які зазнають зазначеного контролю з боку державних інститутів.

Неурядові некомерційні організації (далі – ННО) застосовують суміш ринкових і урядових правил прийняття рішень. Люди працюють в цих організаціях не для отримання прибутку, як в комерційних організаціях, і не в результаті урядових директив, а задля задоволення особистих мотивів, як культурних, мистецьких, освітніх, релігійних або благодійних цілей. Отже, рішення цих організацій горизонтальні у зв’язку з добровільністю членів та вертикальні у відношенні права віддавати накази своїм членам щодо виробництва, розподілу та фінансування товарів, що вони надають. Тому

діяльність неурядових некомерційних організацій можна віднести до т.з. «третього шляху» (третій сектор, автономний сектор).

В цілому ці організації не такі ефективні, як ринкові, але є більш ефективними, ніж уряд, також щодо свободи громадян і самовідповідальності результати є проміжними. Тим не менш все залежить від внутрішньої структури і мотивів членів неурядової некомерційної організації поєднати ефективність і споживчу орієнтацію з прагненням суспільного добробуту «доброзичливого» уряду.

Неурядові некомерційні організації в цілому можна розглядати як відповідні установи, що забезпечують мовлення, оскільки не мають комерційного нахилу у наданні програм, як це відбувається на ринку, ні політичного (урядового) домінування у програмах, які забезпечені урядом. Однак, надання програм ННО вимагає високих внутрішніх мотивів, що є іншою формою панування або упередженості, тобто зміст, який є цінним для представників ННО, не є репрезентативним для всього суспільства в цілому. Як окремий аспект треба розглянути не виключеність споживання такого мовлення, яке доступне широкому загалу (не закодовані програми), що зменшує фінансові надходження від мовлення (від абонентської плати) та створює загрози існування цим мовникам.

В багатьох країнах ННО частково діють як комерційні мовники (мають фонди від реклами або продажу прав програм), підтримуються урядом через створення економічних механізмів забезпечення діяльності. Це збільшує джерела доходу ННО і, відповідно, кількість програм, що можуть фінансуватися, але ННО стають залежними від комерційних впливів і політичних інтересів уряду. Отже, ці мовники не можуть розглядатися як відповідні постачальники публічних послуг, скоріше вони являють суміш некомерційних мовників, приватних провайдерів і державних мовників.

Відповідно до предмету нашого дослідження розглянемо суспільне мовлення як альтернативу видам мовлення, розглянутим вище. Ці мовники

мають відповідні фінансові механізми забезпечення діяльності, короткий огляд їх переваг та недоліків створює уяву про джерела фінансування, які можуть збільшувати або зменшувати здатність суспільних мовників здійснювати свій мандат і місію. В нашій країні майже немає досвіду, який би можна було проаналізувати - тому звернемося до світової практики.

Так на загальноєвропейському рівні основні принципи фінансування суспільного мовлення вперше були закріплені в Празькій Резолюції щодо майбутнього суспільного мовлення 1994 року [207]. В Резолюції, зокрема, підкреслювалось, що державам необхідно підтримати, а у разі потреби – запровадити адекватну і надійну структуру фінансування, яка гарантуватиме організаціям суспільного мовлення обсяг фінансування, достатній для виконання покладених на нього загальної місії і завдань. При цьому в Резолюції було виділено декілька можливих джерел фінансування суспільного мовлення – абонентську плату, державні субсидії, доходи від реклами і спонсорства, доходи від реалізації аудіовізуальної продукції тощо.

Зазначимо, що згідно з ч. 1 ст. 19 Закону України «Про телебачення і радіомовлення» джерелами фінансування телерадіоорганізацій є бюджетні асигнування на виконання державного замовлення, абонентна плата, кошти, отримані від виробництва і трансляції реклами, створення телерадіопрограм на замовлення, іншої передбаченої законодавством і статутними документами комерційної діяльності, кредити, інвестиції, внески засновників, спонсорів, благодійних організацій. Щодо схем фінансування суспільного телебачення, то враховуючи положення ч. 5 вказаної статті даного Закону, згідно з якою фінансування суспільного телебачення і радіомовлення України здійснюється відповідно до Закону України «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України», у разі внесення змін до цього Закону, вони можуть бути різноманітнішими.

Розглядаючи чинний Закон України “Про суспільне телебачення і радіомовлення” від 17.04.2014 № 1227-VII зазначимо, що фінансування роботи Національної суспільної телерадіокомпанії (НСТУ) з держбюджету

відбуватиметься протягом 4 років, після чого кошти планується отримувати з різних джерел: від абонентської плати, продажу теле- і радіопродукції, розміщення державного замовлення, добровільних і благодійних внесків [200].

Повертаючись до європейського досвіду, треба зазначити, що у 1996 році положення зазначеної Празької Резолюції отримали подальший розвиток в «Рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи № R (96) 10 щодо гарантій незалежності суспільного мовлення», в якій Комітет Міністрів Ради Європи рекомендував країнам-членам Ради Європи включити у внутрішнє законодавство або інші правові інструменти положення, котрі б гарантували незалежність суспільного мовлення у відповідності до керівних принципів, викладених в Додатку до Рекомендації [209].

В частині фінансування суспільного мовлення Додаток до Рекомендації закріпив такі основні принципи [209]:

1) правова основа, яка регламентує діяльність організацій суспільного мовлення, повинна чітко передбачати редакційну незалежність та інституційну автономію організацій суспільного мовлення, зокрема – в частині придбання, оренди і продажу товарів і послуг, управління фінансовими ресурсами, складання і виконання бюджету;

2) правила, що регламентують фінансування організацій суспільного мовлення, повинні засновуватись на принципі, у відповідності до якого держави-члени Ради Європи беруть на себе зобов’язання підтримувати, а якщо необхідно – створити адекватну, надійну і прозору систему фінансування організацій суспільного мовлення, яка гарантує організаціям суспільного мовлення надходження фінансових ресурсів, необхідних для виконання їхніх завдань;

3) у тих випадках, коли фінансування організації суспільного мовлення повністю або частково засноване на регуляторних або виняткових внесках з державного бюджету або на абонентській платі, мають дотримуватись наступні принципи:

а) повноваження органів влади, які є зовнішніми стосовно до відповідної організації мовлення, щодо фінансування такої організації не повинні використовуватись для здійснення прямого або опосередкованого впливу на редакційну незалежність та інституційну автономію відповідної організації суспільного мовлення;

б) рівень внесків та абонентської плати повинен визначатись після консультацій з відповідною організацією мовлення з урахуванням тенденцій у витратах на її діяльність, і в такий спосіб, який би дозволяв організації мовлення виконувати свої завдання у сфері суспільного мовлення;

в) виплата внесків або абонентської плати повинна здійснюватися у такий спосіб, який би гарантував безперебійну діяльність організації суспільного мовлення і надавав їй можливість здійснювати довгострокове планування;

г) використання внеску або абонентської плати повинно відповідати принципу незалежності і автономії;

д) якщо внесок або абонентська плата мають бути розподілені між декількома організаціями суспільного мовлення, такий розподіл повинен здійснюватися в порядку, який би справедливо задовольняв потреби кожної організації;

4) правила фінансового контролю над організаціями суспільного мовлення не повинні завдавати шкоди їхній незалежності в питаннях підготовки програм.

У світі склалося кілька основних форм фінансування суспільного мовлення: урядові гранти, ліцензійні платежі, доходи від реклами і добровільна передплата. Тільки в невеликому числі країн деякі із зазначених форм використовується в чистому вигляді. На практиці в більшості випадків використовується поєднання всіх або частини цих форм. Розглянемо лише декілька з прикладів.

Наприклад, Австралійська модель передбачає фінансування двох загальнонаціональних мовників Австралії (Австралійська радіомовна

корпорація (ЕйБіСі) і Спеціальна Радіомовна Служба (ЕсБіЕс)) за рахунок асигнувань, спеціально виділених парламентом. Ці кошти покривають експлуатаційні витрати, трансляцію, розвиток цифрового телебачення, збільшення капіталізації. У 2003-2004 рр. загальна сума урядових грантів склала 758,6 мільйона доларів, трохи менше ніж 771,3 мільйона доларів за попередній період [210].

У Великобританії з часу утворення суспільного мовника БіБіСі фінансувалося за рахунок ліцензійної плати, яка стягується за приймачі. Цей дохід йде на фінансування радіо, внутрішнє телемовлення і онлайнових служб. Проводиться чітке розходження між «внутрішньою службою», чия діяльність фінансується за рахунок ліцензійних платежів, та інших служб, які можуть фінансуватися з комерційних та інших засобів. У міру того як Британська радіомовна корпорація починає надавати широкий набір платних послуг, виникає дихотомія між БіБіСі як чисто громадським мовником і БіБіСі як комерційно вмотивованою організацією.

БіБіСі відстоює збереження ліцензійних платежів як необхідної умови підтримки своєї здатності залишатися незалежною і, надаючи послуги загального характеру, служити «кожному на рівних умовах, забезпечуючи якість та оригінальність». Одним з аргументів є те, що культура, суспільство і демократія в Сполученому Королівстві набувають розвитку завдяки загальнодоступності високоякісних послуг радіо і телемовлення, які створюють суспільну вартість.

Фінансування за рахунок ліцензійних платежів покладає на БіБіСі обов'язок і відповідальність за однакове поважне і справедливе поводження з кожним, що мешкає на території Сполученого Королівства. Корпорація зобов'язана забезпечити їм високоякісні передачі, які вони цінують, навіть якщо їхня аудиторія не завжди буде великою. Такий безпосередній зв'язок між БіБіСі і британською публікою зумовила поведінку БіБіСі і характер її передач. Так як багаті і бідні, молоді і старі платять одні й ті ж гроші, БіБіСі поводиться з ними однаково шанобливо. За влучним зауваженням лорда Путмана,

«ліцензійна плата залишається найефективнішою і зрівняльною формою фінансування, коли-небудь придуманою для державної установи» [211].

Одним з цікавих моментів є те, що ліцензійна плата як єдине або основне джерело фінансування СОВ активно проводиться в життя лише в невеликому числі країн. Сюди входять Сполучене Королівство, яке використовує плату за ліцензію для фінансування БіБіСі; Німеччина, де вона використовується для часткового фінансування двох державних телестанцій ARD і ZDF; і Японія.

В Україні є багато досліджень світового досвіду фінансування суспільного мовлення, на які ми спираємося у розгляді даного питання, але наведемо лише відповідні дані (див. таблицю 3.1) [212].

Таблиця 3.1

Структура фінансування

громадського телебачення в країнах світу

Країни	Громадське телебачення	Абонплата **%**	Реклама і спонсорство %	Урядові субсидії %	Інше **%**
Фінляндія	YLE	100	**0.0**	**0.0**	**0.0**
Японія	NHK	98.0	**0.0**	**0.0**	2.0
Швеція	SVT	97.5	**0.0**	**0.0**	2.5
Англія	BBC	97.0	**0.0**	**0.0**	6.0
Німеччина	ARD	94.0	6.0	**0.0**	**0.0**
	ZDF	93.3	6.7	**0.0**	**0.0**
Словенія	Slovenia	90.0	10.0	**0.0**	6.0
Греція	ERT	87.7	9.1	0.5	2.7
Голландія	RTY	75.0	25.0	**0.0**	**0.0**
Франція	France 3	68.4	21.6	**0.0**	9.9
	France 2	57.6	34.7	**0.0**	7.7
Австрія	ORF	67.0	20.5	0.5	12.0
Чехія	CT	66.7	27.5	**0.0**	5.8
Хорватія	HRT	60.0	35.0	**0.0**	5.0
Словаччин	ST	60.0	20.0	20.0	**0.0**
Польща	T*P	31.9	56.3	**0.0**	11.8
Дайм	TV 2	25.0	75.0	**0.0**	**0.0**
Канада	CBC*	**0.0**	23.0	66.0	11.0
Австралія	ABC*	**0.0**	**0.0**	81.1	18.9

Загалом, у світлі практики Європейської Комісії, державне фінансування суспільного мовлення має бути пропорційним і надається за умови чіткого визначення місії суспільного мовлення, що створює «унікальний продукт», за яким оцінюється його діяльність. Поряд з цим, електронна комерція та продаж реклами не вважаються такими, що відповідають демократичним, соціальним та культурним запитам суспільства, і не можуть бути віднесені до місії суспільного мовлення. У той же час, здійснення мовлення через Інтернет може вважатись складовою місії суспільного мовлення.

Державне фінансування не повинно перевищувати вартості суспільного мовлення (тобто, здійснення завдань суспільного мовлення). З цього, зокрема, прямо випливає необхідність визначення «комерційної діяльності» та «діяльності, пов’язаної з реалізацією місії суспільного мовлення», запровадження окремої звітності для цих двох видів діяльності, обліку фінансових операцій на окремих рахунках в банку. З іншого боку, організація суспільного мовлення не повинна перешкоджати здійсненню конкуренції більш, ніж необхідно для досягнення покладеної на неї місії суспільного мовлення.

Іншими словами, суспільному мовнику забороняється встановлювати знижки на розміщення реклами або надання програмних послуг. З цього принципу також випливає, що за рахунок державних коштів не може фінансуватись комерційна діяльність суспільного мовника – збитки, спричинені комерційною діяльністю, мають бути компенсовані виключно за рахунок надходжень від комерційної діяльності. Таким чином, на відміну від стандартів Ради Європи в частині фінансових аспектів діяльності суспільного мовлення, які мають на меті забезпечити інституційну незалежність та редакційну автономію організацій суспільного мовлення, стандарти ЄС мають принципово інше спрямовування – визначення таких механізмів державного фінансування суспільного мовлення, які були б прийнятні з точки зору захисту економічної конкуренції на ринку [213].

Нагадаємо, що нездатність ринку задовольнити певні потреби суспільства, один з основних економічних аргументів на користь суспільного мовлення, також має свої вади. Виходячи з того, що мовлення є товаром, виробленим для всіх, «немає ніякого сенсу фінансувати виробництво гідних товарів за рахунок суспільства, якщо вони споживаються лише деякими» [214].

Як зазначають дослідники Колізс Р. та ін., в майбутньому кошти та фінансування стануть найбільш проблемними викликами для організацій суспільного мовлення. Це являє собою внутрішньо притаманну загрозу для самостійності служби суспільного мовлення в новому економічному оточенні. Вони зазначають, що ця загроза може бути мінімізована, якщо рухатися за даними напрямками [214]:

а) Зберегти певну частку фінансування з публічних фондів.

б) Мінімально покладатися на доходи від реклами, використовуючи одночасно повною мірою інші комерційні й ділові можливості.

в) Вводити нові системи управління, що дають глядачам більше можливостей контролю через зовнішні структури управління, а також у вирішенні питань щодо виділення ресурсів на виготовлення програм.

Отже, можна погодитись із наступними характеристиками, які необхідні для фінансування суспільного мовлення задля забезпечення його діяльності:

- Фінансування має бути суттєвим – таким, щоб суспільне мовлення могло стати противагою комерційним послугам, а не обмежуватися другорядною роллю.

- Фінансування має бути незалежним від комерційних і політичних тисків. Воно повинно покладатися на ліцензійні платежі, які надходять незалежно через їх автоматичний характер, а також на фінансування не повинні впливати державні чи економічні коливання.

- Фінансування має бути передбачуваним, тому його стабільність і багаторічний символ мають бути забезпечені. Якщо немає механізму, що гарантує стабільність, наприклад, державного фінансування, є реальна

небезпека стати фінансуванню засобом впливу або контролю суспільного мовника.

- Фінансування, нарешті, має зростати відповідно до витрат мовника, бути простим і справедливим, для того, щоб уникнути політичних протиріч [144].

Підкреслимо, що немає ідеального плану фінансування суспільного мовлення. Тим не менш, «ми повинні гарантувати, що фінансування, як мандата, так і місії, покладеної на суспільного мовника, відповідно до принципів, що лежать в основі існування цього мовника, насамперед, гарантує його незалежність від політичного та комерційного тиску, що характерні для державного і комерційного мовлення» [144].

Підтвердженням того, що наявність на ринку суспільного мовника, який фінансується за рахунок державних субсидій, сприяє «здоров'ю» ринку, є доробок Джонатана Саймона. Він здійснив дослідження чотирнадцяти ринків країн світу медіа, де присутні суспільні медіа. Провіряючи гіпотезу «конкуренція за якість» у наданні послуг широких медіа у міжнародному масштабі, він використав емпіричний підхід. Його емпіричний підхід визначає «здоров'я» як публічних, так й недержавних, приватних медіа, що ґрунтується на розгляді доходів, рівнів інвестицій, різноманітності програм, сприйняття аудиторією якості програм. Він зазначає, що ці критерії не є єдиними, за якими можна судити про здоров'я медіа. Вони не враховують багатьох сфер національної специфіки, таких як історія і культура, зміни у суспільних медіа по всьому світу [215].

Саймон Дж. зробив висновки, котрі ясно показують позитивні кореляції між здоров'ям суспільного мовлення і здоров'ям приватного мовлення. Він спростовує теорію, що високі рівні державного фінансування витісняють приватні інвестиції, що є очікуваною негативною кореляцією. Замість цього дослідження показують, що суспільні медіа повинні бути більш масштабними для впливу на їх ринки. Суспільні медіа є найбільш ефективними, коли вони не

тільки забезпечують високу якість, а й чинять тиск на комерційних конкурентів щоб зробити теж саме (Див. додаток И).

Головними висновками дослідження є:

1. В країнах де є суспільні медіа, які добре фінансовані й розвивають високоякісний і різноманітний контент, як правило, мають комерційні ринки, які генерують високі доходи та високі рівні інвестицій у високоякісний різноманітний контент. Така модель найбільш представлена у країнах Північної Європи, Австралії і Великобританії.

2. По кожному з критеріїв є позитивна кореляція між сильним суспільним мовленням і сильним комерційним ринком:

- позитивна кореляція між державним фінансуванням і комерційними доходами;
- позитивна кореляція між державним фінансуванням в організацію провідного каналу суспільного мовлення та інвестиціями в організацію провідного приватного каналу;
- сильна позитивна кореляція між різноманітністю програмування мовлення (оцінюється за часткою основних жанрів суспільних медіа) основних суспільних і основних приватних мовників;
- сильна позитивна кореляція між сприйняттям аудиторією якості основних суспільних мовників основних приватних мовників;

3. Тенденції показують, що країни, де суспільні медіа є слабкими, створюють менш сильний ринок, наприклад, Португалія, Італія.

Дані, отримані в ході дослідження, не визначаються функцією масштабу ринку і багатством. Доходи та інвестиції аналізуються на душу населення, і всі кореляції були перевірені для урахування змін у багатстві й залишаються статистично значущими.

Дослідження підтверджує теорію, що суспільні мовники відносяться до «доброчесного кола», підіймаючи очікування аудиторії всіх мовників, що, у свою чергу, вимагає від комерційних мовників інвестувати у різноманітну

продукцію високої якості й тим самим сприяють підвищенню суспільним мовникам власної якості.

Отже, можна констатувати, що публічно-приватна конкуренція на ринку медіа призвела не до зниження стандартів і «гонитви за виживання» а створила умови для «гонки до вершини» і до більш високого рівня інновацій і якості. Крім того, в умовах цифрової економіки та глобальної рецесії ця «гонка до вершини» допомогла світовій телевізійній індустрії залишитися досить стійкою, культурною й економічною. Так за даними Офкома (Ofcom) Великобританії, споживання телевізійних програм у кількох найбільших телевізійних ринках становить 214 хвилин на людину в день і залишається стабільним або збільшилося на переважній більшості ринків за останні роки, а глобальні доходи зросли на 5,2% щорічно протягом чотирьох років [216]

Разом з тим, існує певний ризик щодо зосередження тільки на державному фінансуванні суспільних медіа. Так, наприклад, досвід функціонування суспільного каналу ОТР (Росія). ОТР було засновано на державні кошти (близько 46 млн. дол.), і у травні 2013 року почало мовлення. Такі ж кошти були передбачені на фінансування каналу в бюджетах й на 2014 та 2015 роки. Але вже у 2013 році повідомлялось, що дана сума складає лише 65-70 відсотків коштів, необхідних для роботи суспільного телебачення, і що цих грошей вистачить тільки до вересня, а може і до кінця липня [215].

Спочатку передбачалося, що, крім державних коштів, канал буде фінансуватися за рахунок приватних пожертвувань, однак генеральний директор визнав, що ця ідея виявилася невдалою. За два місяці мовлення каналу глядачі пожертвували на його розвиток всього 50 тис. рублів: за словами Лисенка, «хтось надіслав 500 рублів, хтось 300».

За словами прес-служби ОТР, керівництво каналу сподівається на допомогу держави, оскільки ідея суспільного фінансування провалилася. При цьому цілком очевидно, що запланованої на наступний рік в російському бюджеті суми каналу також не вистачить.

Проблеми фінансового забезпечення функціонування суспільних медіа виникають й ЄС. У звіті Комісара Ради Європи з прав людини зазначаються деякі приклади загроз [217]. Так у 2016 році в Польщі була проведена реформа суспільних медіа, в результаті якої суспільне телебачення і радіо потрапили під прямий контроль уряду, а конституційна роль медіарегулятора була обмежена. Ця реформа вже негативно вплинула на свободу медіа і на діяльність журналістів, зокрема. Список, складений незалежною асоціацією «Товариство журналістів», свідчить про те, що з початку минулого року загалом 228 журналістів суспільного мовника було звільнено, переведено на нижчі чи інші посади або навіть самі журналісти звільнилися в знак протесту.

Проблема фінансування існує й в Румунії, де в жовтні 2016 року парламент ухвалив закон, котрий ліквідовує більше 100 неподаткових зборів, включаючи ліцензійний збір на ТБ і радіо, що є основним джерелом фінансування суспільних мовників. Цей крок був жорстко розкритикований з боку журналістських організацій, оскільки він призвів би до залежності суспільних ЗМІ від державного бюджету, в той час як система ліцензійних зборів розглядалася як краща гарантія редакційної незалежності суспільних медіа [218].

В Греції, де уряд країни несподівано прийняв рішення закрити суспільний мовник ERT в червні 2013 року в якості заходу із економії витрат, - ERT продовжував працювати в Інтернеті і, врешті-решт, його мовлення відновили в 2015 році. Однак, ліквідувавши, хоч і тимчасово, суспільні медіа, грецька влада завдала значної шкоди плюралізму ЗМІ в країні. На даний час радіо і телебачення Боснії і Герцеговини (BHRT) стикаються з аналогічною загрозою і можуть бути закриті, оскільки відсутній узгоджений план зі сталого фінансування суспільних медіа [218].

Подібна ситуація склалася й в Україні. Відповідно до закону гроші йдуть на забезпечення мовлення усіх каналів НСТУ: 2 загальнонаціональних телеканали «UA:Перший» та «UA:Культура», супутниково-кабельний

телеканал «UA: Крим», 3 загальнонаціональних радіоканали UA:Українське радіо, радіо «Промінь», радіо «Культура», 25 регіональних телерадіостанцій в кожній області.

Наслідком поширеної практики перегляду обсягу видатків, що фінансуються із загального фонду Державного бюджету, стало зменшення обсягу коштів для суспільного мовлення в 2017 році. НСТУ мала б отримати з бюджету 1,26 млрд грн., проте у Держбюджеті-2017 було закладено лише 75% цієї суми – на 309 мільйонів гривень менше [219].

В держбюджеті на 2018 рік на фінансову підтримку ПАТ «НСТУ» було закладено лише 776 мільйонів гривень, що вдвічі менше за передбачену законодавством суму, яка мала би в 2018 році становити не менше 0,2 % видатків загального фонду держбюджету України за попередній рік, що складає не менше 1,54 млрд грн.

Отже, тенденції недофінансування суспільного мовлення в Україні залишатимуться й у майбутньому (див рис. 3.1).



Рис. 3.1

Обсяг недофінансування суспільного мовлення

у 2017-2020 роках (млн. грн.) [220]

Розглядаючи український науковий і публічний дискурс щодо економічного механізму функціонування суспільного мовлення в Україні, помічаємо, що, наприклад, на думку Большакової О., у вітчизняних умовах необхідна максимальна «декомерціалізація» суспільних медіа, а відтак структура фінансування має складатися з трьох джерел: абонентська плата, державний бюджет (за умови виділення цих витрат в окремий рядок) та відрахування (збір) з комерційних каналів [221].

Дійсно, у країнах ЄС абонентська плата є основним і традиційним джерелом фінансування суспільного мовлення. Саме така модель забезпечує максимальну фінансову автономію суспільних медіа. При цьому прямі державні субсидії як джерело фінансування суспільного мовлення відсутні в переважній більшості країн (див. додаток К). У порівнянні з фінансуванням з державного бюджету цей вид фінансування має ряд наступних безумовних переваг [222].

По-перше, воно означає, що мовна організація не залежить від політичних волевиявлень тих осіб, які визначають розміри асигнувань з державного бюджету. Побудова програм і особливо подання політичних подій не обов'язково має відповідати побажанням можновладних осіб в якості попередньої умови для дійсного отримання запитуваної суми. Однак, оскільки величина абонентної плати, і зокрема, її періодичне коригування (збільшення), також залежать від вирішення певного офіційного органу (зазвичай парламенту або уряду), носило нейтральний характер та ґрунтувалося на об'єктивних потребах організації суспільного мовлення для виконання її обов'язків перед суспільством.

По-друге, фінансування за рахунок абонентної плати та очікувані результати були більшою мірою прогнозованими, ніж щорічні асигнування коштів з державного бюджету. А це надзвичайно важливо для середньо- і навіть довгострокового стратегічного планування та інвестування коштів.

По-третє, до тих пір, поки фінансування здійснюватиметься з державного бюджету, мовна організація буде, цілком ймовірно, залишатися державною організацією, з усіма похідними обмеженнями. Зокрема, мовник буде, ймовірно, пов'язаний зі структурою державних зарплат, що є серйозним недоліком в системі, де існує пряма конкуренція з комерційними мовними компаніями. Там, де фінансування відбувається за рахунок абонентної плати, можна припускати, що мовна організація володіє також правом на самоврядування (хоча, природно, і підлягає контролю з боку суспільства).

Ще одна велика перевага фінансування за рахунок абонентної плати полягає в тому, що встановлюється важливий психологічний зв'язок між громадянином-платником абонентної плати та громадської організацією мовлення – одержувачем платежів. Громадянин знає, за що він платить свої гроші і дає оцінку мовленню.

Для сучасної України дане питання залишається відкритим і складним. Дослідження Європейської Аудіо-візуальної Обсерваторії у низці держав СНД щодо уведення абонентської плати відкладається на невизначений або віддалений час. Автори дослідження висувають декілька причин: по-перше, відсутність відповідних традицій та політичної культури, а по-друге, – бурхливий розвиток комерційного телерадіомовлення, яке «прищепило більшості населення очевидну залежність від легковажних розважальних передач» [223].

Такої ж думки дотримуються й інші дослідники, розглядаючи тезу, що на перших етапах створення і функціонування неможливо буде обійтися без бюджетного фінансування державних замовлень і спеціальних зборів з комерційних телерадіоорганізацій [224].

На думку окремих спеціалістів, втілення в Україні фінансування суспільного мовлення через абонплату може бути суттєво ускладненим неготовністю населення України нести додаткові витрати на його функціонування, що зумовлено як негативним ставленням до запровадження

фактично нового податку, так й відсутністю усвідомлення потреби у суспільному мовленні на масовому рівні.

На наш погляд, видаються не зовсім доречними побоювання, що населення не сприйматиме ідеї абонентної плати, оскільки будь-які форми мовлення все одно фінансуються громадянами. Різниця в тому, що за державне телебачення людина платить як податкоплатник, за комерційне – як споживач товарів та послуг, за кабельні канали – як абонент, а за суспільне мовлення – як громадянин. При цьому він оплачує послуги мовника не опосередковано, а прямо.

Ще одне ґрунтовне соціологічне дослідження було проведене компанією Kantar TNS у 2017 році в рамках Проекту Ради Європи «Зміцнення свободи медіа та створення системи Суспільного мовлення в Україні». Під час дослідження вивчалась аудиторія, рівень задоволення, загальний рівень довіри та рівень довіри до новин, що надаються Суспільним мовником. У форматі особистого інтерв'ю було опитано 9600 респондентів віком від 18 років у 24 областях країни, окрім окремих районів Донецької та Луганської областей і Криму [225].

Більшість населення по всій Україні не декларують готовності платити за суспільне мовлення, залежно від регіону, погодились би платити до 17% респондентів. Оптимальна вартість передплати на пакет із суспільних каналів та радіостанцій на місяць становить 40 грн. [226]

Українськими фахівцями наголошується, що для вирішення проблеми слід шукати нову модель фінансування суспільного мовлення та проводити адвокаційну кампанію для її прийняття. Отже, для суспільного мовлення сьогодні визначають такі джерела надходжень:

1. Фінансування із державного бюджету (як було показано вище, воно нестабільне);

2. Рекламні надходження (щороку скорочуються через скорочення часових квот на рекламу) та комерційна діяльність. Разом цей вид надходжень складає 5-8% річного бюджету мовника;
3. Абонентська плата із домогосподарств. За даними дослідження TNS серед усього населення України лише 9% готові платити абонплату за суспільне мовлення, у розмірі від 25 до 65 грн. на місяць [129].

Щодо абонентської плати наведемо ще одне опитування. Це дослідження провели Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з Київським міжнародним інститутом соціології з 23 жовтня по 5 листопада 2017 року. Було опитано 1614 респондентів віком від 18 років у всіх регіонах України, за винятком АР Крим і окупованих територій Донецької та Луганської областей. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,6% [227].

Так, на питання «Чи готові Ви заплатити до 10 грн на місяць за можливість дивитися/слухати/читати об'єктивні й неупереджені новини, аналітику на каналах суспільного мовлення про події у вашій області, Україні та світі?» отримали відповідь:

Однозначно так	12,8%	Швидше так	16,9%
Швидше ні	24,4%	Однозначно ні	36,8%
Важко сказати	9,1 %		

Разом з тим, фахівці пропонують, оскільки введення нового податку (абонплати) не є прийнятним у перші роки існування суспільного мовлення, оптимальним є вибір вже існуючого податку і переведення його із загального фонду Державного бюджету до спеціального. Як приклад наводиться забезпечення фінансової незалежності судової влади через цільовий судовий збір.

Також пропонується фінансування суспільного мовлення за рахунок ренти за користування радіочастотним ресурсом. Після аналізу доходів Державного бюджету було визначено, що існує податкове надходження, котре можна логічно пов’язати із видатками на підтримку НСТУ – це рентна плата

(збір) за користування радіочастотним ресурсом України. Користувачами радіочастотного ресурсу є телерадіомовники та надавачі телекомунікаційних послуг, саме вони є платниками щомісячної ренти. Зараз усі надходження від цієї рентної плати йдуть до загального фонду Державного бюджету, а отже на даний момент немає конкретного цільового зацікавленого отримувача цих коштів (див. рис 3.2) [227].

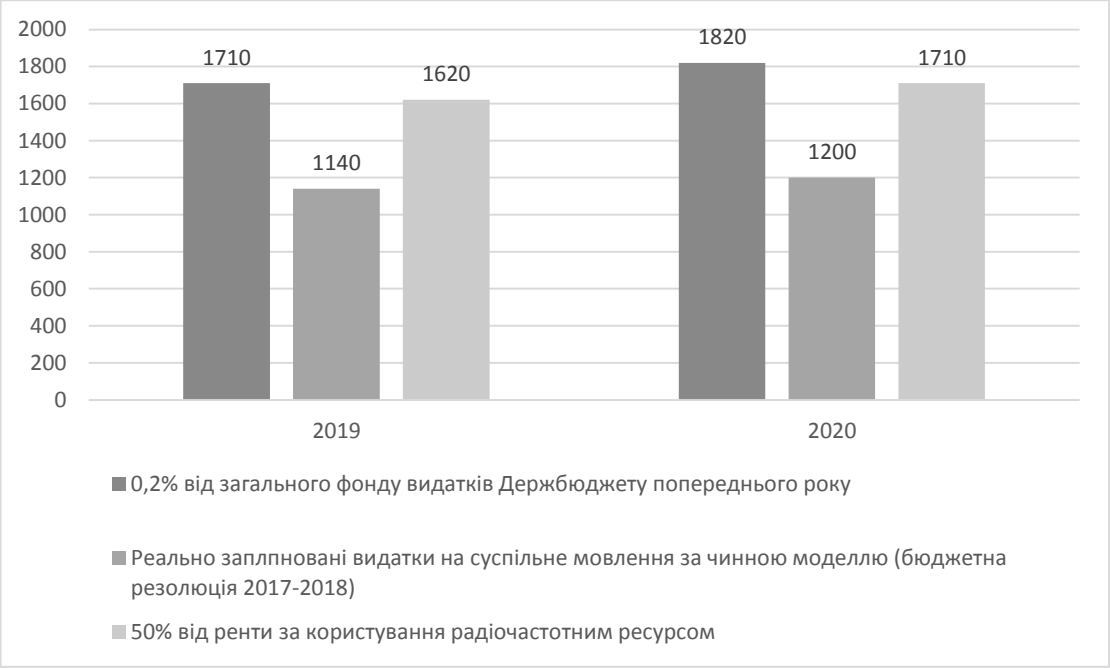


Рис. 3.2

Надходження від ренти за користування радіочастотним ресурсом.

Виокремлення 50% частки від рентної плати у спеціальний фонд Держбюджету з подальшим цільовим спрямуванням на підтримку НСТУ потребує внесення змін до Бюджетного Кодексу та Закону «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», а також міжнародної підтримки таких змін.

Дискусійним є питання заробітку суспільного мовлення на комерційній рекламі. У більшості країн Європейського союзу на поширення реклами

встановлені обмеження. Для українського ж ринку реклама є дохідним ресурсом, а тому повністю відмовитись від неї не вдасться.

Ще один аспект – це фінансування спонсорами. У розумінні суспільного мовлення як такого пряме спонсорство відкидається. Адже будь-яке залучення політичних чи комерційних організацій впливатиме на контент. Таким чином, можлива цензура ефіру.

Наступне реальне джерело фінансування суспільного мовлення - це сплата податку з реклами комерційними мовниками. За думкою виконавчого директора Індустріального телевізійного комітету Катерини Костенко 75% комерційних мовників, яких вони представляють, готові сплачувати такий податок за умови не участі суспільних медіа в рекламному ринку. Якщо він бере участь в рекламному ринку, то до нього мають бути такі самі вимоги, як і до комерційних мовників з погляду обмеження реклами [228].

Рішенням, яке допоможе задовольнити усі критерії, є переведення видатків на суспільне мовлення із загального фонду Державного бюджету до спеціального. Це рішення передбачає наявність цільового податку (або відсотка від певного податку), з якого фінансуватиметься суспільне мовлення.

Оскільки введення нового податку (абонплати) не є прийнятним у перші роки існування суспільного мовлення, оптимальним є вибір вже існуючого податку і переведення його із загального фонду Державного бюджету до спеціального.

Отже, ми пропонуємо наступну структуру фінансової складової підсистеми забезпечення механізму регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні (див. табл. 3.2.).

Вважаємо, що фінансування суспільного мовлення повинне відбуватися на початковому етапі за рахунок бюджетних коштів, із поступовим переходом до апробованих світових моделей. Для цього необхідно протягом певного часу формувати довіру до суспільних мовників, які будуть фінансуватися за рахунок абонентської плати як свідомого громадянського вчинку. Разом з тим, ми

погоджуємося з запропонованою новою моделлю фінансування суспільного мовлення в Україні, що запропонована у Додатку №5 до Протоколу №20 засідання Наглядової ради ПАТ "НСТУ" від 05 квітня 2018 року [229].

Таблиця 3.2

Структура фінансової складової
підсистеми забезпечення механізму регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні

№	Джерело фінансових надходжень	Відсоток від потреби СМ	Примітки
1.	Абонентська плата (збір)	25-60%	Потребує поступового впровадження та визначення механізму стягнення
2.	Державні субсидії	40%	Потребує виокремлення у спеціальний фонд Держбюджету з подальшим цільовим спрямуванням
3.	Рента за користування радіочастотним ресурсом	до 75%	Потребує згоди парламенту
4.	Спеціальний податок з реклами комерційними та іншими мовниками	до 10 %	Залежить від стану ринку та є важкопрогнозованим, може викликати проблеми щодо стягнення
5.	Спонсорство, добровільні пожертвування, гранти тощо.	до 10 %	Є важкопрогнозованим для внесення до фінансового плану мовника

3.2. Суб'єкти функціональної підсистеми механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення

Функціональна підсистема механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення складається з суб'єктів, що задіяні у виробленні продукту механізму. Як ми вже зазначали, кінцевим суб'єктом є суспільне мовлення, але відповідно до Закону України «Про суспільне мовлення» у його функціонуванні беруть участь: Наглядова рада НСТУ; Правління НСТУ; Голова Правління НСТУ; Ревізійна комісія НСТУ; Редакційна рада. Вони складають функціональну підсистему механізму та мають відповідні функції (див. додаток Л). Також треба зазначити, що ця схема

відповідає ознакам корпоративного управління публічними товариствами, з чого випливає багато питань щодо формування та функцій чинних суб'єктів, які задіяні у функціонуванні суспільного мовлення (наприклад, питання зборів акціонерів та питання, що там вирішуються) (див. рис. 3.3).

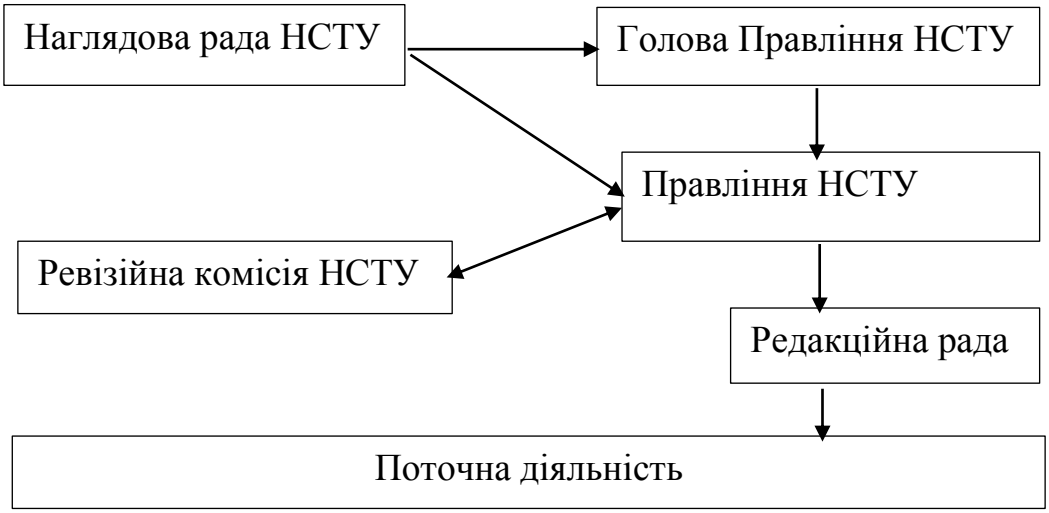


Рис. 3.3

Чинна схема діяльності суспільного мовлення

Проаналізуємо дану схему з позиції концептуального уявлення про механізм державного регулювання діяльності суспільного мовлення. Отже, розглядаючи зовнішній вплив та роль Центру щодо їх врахування, ми повинні зазначити, що ідея і мета суспільного мовлення повинна визначатися з урахуванням економічних, організаційних, технологічних та ін. особливостей механізмів розподілу суспільного блага. Тут треба брати до уваги наявну систему розподілу блага, яка складається з державного, комерційного і суспільного мовлення. Отже, суспільне мовлення повинно бути неурядовим некомерційним суспільним мовленням - та його завдання, прийняття рішень, зміст програмування, організація, фінансування повинно бути публічним, прозорим, здійснюватися не політичними, державними громадськими інститутами, а окремими неурядовими громадськими інститутами.

Суспільне мовлення повинно бути відокремлене від зловживань влади у його спробах зберегти або забезпечити дотримання пропорцій політичної влади. Ці установи не повинні контролюватися урядом, але повинні контролюватися політично незалежними радами директорів, які мають бути набрані громадянами (представниками суспільства, яке є об'єктом механізму), що відчувають відповідальність за політичні, соціальні і культурні наслідки програм мовлення, і які повинні бути в змозі безпосередньо впливати на ці програми. У цих рад мають бути риси урядів, засновані на демократичних принципах і роботи за сумісництвом, але створені не за допомогою демократичних виборів, а через окремі неполітичні способи найму та прийняття публічного рішення [230].

Треба погодитись, що така політична незалежність і нейтральність суспільного мовлення важко реалізується на практиці тому, що залишаються мотиви для окремих політиків та провідних політичних партій для контролю суспільного мовлення. Для реалізації демократичних принципів така політична незалежність є основною передумовою, однак політки, партії, опозиція повинні мати однакові можливості для представлення громадськості своїх політичних поглядів.

Визначаючи суб'єктів функціональної підсистеми механізму та проблематику зворотного зв'язку зазначимо, що однією з найважливіших ознак суспільного мовлення, як і одного з критеріїв незалежності, є контроль суспільством за його діяльністю, оскільки суспільство є не тільки об'єктом суспільного мовлення та платником за його послуги, а й його контролером. Представники громадськості повинні гарантувати, що організація-мовник насправді якнайкраще виконуватиме свою місію служіння національним інтересам. Для такої наглядової функції у суспільствах західних країн створюють спеціальний орган – Наглядову раду, або Раду з мовлення (у різних країнах вона має різну назву). Представники громадськості, що входять до цієї

Ради, відіграють роль, подібну до ролі власників акцій у компанії. Їх призначають, як правило, двома способами, залежно від таких двох моделей.

Згідно з першою, певні інституції і групи суспільства мають право делегувати, на їх власний розсуд, по одному представнику до Ради мовлення на певний (фіксований) період часу (у середньому – на чотири роки).

Наприклад дослідник Вернер Румпхорст зазначає, що представники громадськості повинні бути об'єднанні у Раду з мовлення. Такий орган може бути структурою у самій мовній організації, або незалежним органом, і може грати роль власників акцій в компанії. Він визначає дві моделі призначення представників в даний орган [231].

До першої моделі він відносить можливість певних інститутів і груп в громадянському суспільстві делегувати по одному представнику за їх власним вибором до Ради з мовлення на фіксований період часу. Прикладами таких інститутів є церкви, університети, театри, письменники, журналісти, музиканти, фермери, жінки, молодь, спортивні федерації, екологічні організації, роботодавці, профспілки і т.д.

Друга модель має фіксовану кількість членів, яка призначається парламентом або декількома суспільними інститутами (наприклад, одна третина призначається парламентом, інші третини - урядом і президентом). Оскільки члени Ради повинні представляти інтереси громадянського суспільства, треба докласти зусиль для того, щоб вони представляли інтереси громадськості, а не тих, хто їх призначив.

Рада з мовлення виконує три основні функції:

- призначення генерального директора, який є головним адміністратором організації і несе основну відповідальність за всі програми;
- призначення Адміністративної ради (Правління), що має повноваження з контролю і прийняття рішень в адміністративних і фінансових сферах;
- постійний контроль над програмами з наданням рекомендацій та вимогою їх виконання.

Розглядаючи ці моделі зазначимо, що ми підтримуємо думку Вернера Румпхорста щодо призначення суспільного мовлення для всього населення, а не для уряду, парламенту, президента, ні для політичних партій, церкви та інших приватних груп інтересів. Воно повинно бути повністю незалежним і служити людям як громадянам, а не як споживачам.

Відповідно до стандартів Ради Європи контроль за діяльністю організацій суспільного мовлення здійснює колегіальний наглядовий орган, до якого входять представники різних організацій та сил. Відповідно до Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи № (96) 10 «Про гарантії незалежності громадського телерадіомовлення», норми закону, які регламентують створення такого наглядового органу, повинні «гарантувати, щоб члени контролюючих органів: призначалися за допомогою відкритої і плюралістичної процедури; колективно представляли інтереси суспільства в цілому; не мали б права безпосередньо чи опосередковано виконувати свої функції, отримувати зарплату чи мати частку в підприємствах або інших організаціях медіасектора або суміжних секторів». Члени наглядового органу мають діяти лише в інтересах організацій суспільного мовлення.

Створення незалежного органу управління, який підпорядковується насамперед закону, – обов'язкова передумова забезпечення незалежності всього суспільного мовлення. Саме на наглядовий орган мають покладатися основні обов'язки з контролю за діяльністю організації, з призначення адміністративного органу чи керівника (див. рис. 3.4). Наглядовий орган не здійснює попередньої цензури програм, однак безпосередньо відповідальний за формування політики мовлення організації та контролю за тим, як політика дотримується [232].

Отже, функції та утворення внутрішніх та зовнішніх (наприклад Офком, Великобританія) наглядових органів організацій суспільного мовлення повинні чітко бути прописані в законодавстві.

Треба зазначити, що ключовим критерієм діяльності є автономія організацій суспільного мовлення, яка досягається шляхом відділення суспільного інтересу від політичних, комерційних і приватних інтересів різних груп тиску. Це передбачає вирішення наступних питань:



Рис. 3.4

Наглядова рада як елемент функціональної підсистеми

• Як утворюється і якими повноваженнями наділяється орган, що наглядає за діяльністю організацій суспільного мовлення, включаючи його відносини з представниками законодавчої влади, політичними партіями та публічною службою;

• Відносини між органом з нагляду (або його еквівалентом) і менеджментом чи виконавчим органом,

• Відносини між головою наглядового органу та керівником виконавчого органу, а також відносини між кожним з них і іншими членами, що входять до структури;

• Процедури призначення, що демонструють самостійність і професіоналізм на всіх рівнях [92].

Незалежно від складу Наглядової ради та способу її призначення, правила, що регламентують статус наглядових органів, повинні виключати можливість будь-якого політичного чи іншого втручання. Призначення членів

Наглядової ради має відбуватися прозоро і у чіткій відповідності до конкретних процедур [92].

Сьогодні в Україні суспільне мовлення функціонує у рамках наступної чинної організаційно-правової форми. Згідно із Законом України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» ст 1.: «суспільне телебачення і радіомовлення України утворюється у формі акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (далі – НСТУ), 100 відсотків акцій якого належить державі» [200].

Але з погляду ролі Центру в організаційно-економічному механізмі залишається проблема визначення організаційно-правової форми, у якій суспільне мовлення функціонуватиме в Україні, це проблема забезпечення наступних гарантій виконання поставлених перед ним завдань:

- незалежності – організаційної (від власників та держави) і фінансової (від осіб, які є розпорядниками джерел фінансування) – для забезпечення об’єктивності інформаційних програм і недопущення тиску на редакцію;
- контролю за додержанням правил професійної етики журналістів – для забезпечення об’єктивності та достовірності інформаційних програм;
- контролю за додержанням стандартів художньої та технічної якості програм – для забезпечення широкої аудиторії;
- достатнього і стабільного фінансування.

Знову наголосимо та погоджуємося, що найскладнішою проблемою є забезпечення такого механізму контролю діяльності суспільного мовлення та таких джерел і форм фінансування, які б не створювали загрози незалежності суспільного мовлення [233].

Визначаючи суб’єкти, що можуть виступати засновниками суспільних медіа, треба зазначити, що основна роль – це виділення майна та забезпечення ресурсами. Розгляд цього питання спрямовує нас на наступний орієнтовний перелік суб’єктів.

Держава (уряд) – до власності якої належить майно, яке пропонується передати суспільному мовнику та яка може виділити бюджетні асигнування для початку роботи мовника. Підприємці – фізичні особи та юридичні особи, які також можуть брати участь у формуванні ресурсів суспільного мовника. Неприбуткові недержавні організації, благодійні фонди та ін. володіють ресурсами та мають схожі цілі для реалізації мовником своїх функцій. Політичні партії, на наш погляд, не можуть бути суб'єктами цього процесу тому, що вони переслідують політичні інтереси, які часто превалюють над суспільними. Громадяни України та територіальні громади на сьогодні не можуть виступати засновниками суспільного мовлення, оскільки не мають фінансових коштів для створення ресурсної бази та подальшого фінансування.

Ми розуміємо, що наведений перелік суб'єктів не є вичерпним та їх участь як суб'єктів-засновників є дискусійною. Ми виходимо з реалістичного положення суспільних відносин в Україні та спираємось на принцип незалежності та самостійності суспільних медіа, які не повинні мати ні політичного, ні комерційного впливу через будь-які можливості.

Відповідно, засновники формують наглядову раду, але принцип незалежності, прописаний у законодавстві, повинен реалізуватися через залучення широкої громадськості до роботи у відповідних органах управління. У будь-якому разі існує можливість створення різноманітних коаліцій членів наглядової ради, що буде переважати за кількістю голосів та ставити під загрозу прийняття прозорих та демократичних рішень. Таким чином, може послабнути контроль за прийняттям стратегічних рішень щодо діяльності суспільного мовника.

Один з варіантів схеми взаємодії органів суспільного мовлення запропонувала у 2005 році Коаліція громадського мовлення. До цієї Коаліції увійшли: Незалежна Асоціація телерадіомовників України; Громадська рада з питань свободи слова та інформації; громадська організація «Телекритика»; Інститут політики; Академія української преси; Комітет „Рівність

можливостей”; Київська незалежна медіа-профспілка. Після обговорення даної проблеми вона оголосила заяву, в якій викладено бачення принципів діяльності суспільного мовлення. Управління установою суспільного мовлення пропонується здійснювати за трьохкомпонентною моделлю (див.рис.3.5):

1. Дирекція – поточне управління;
2. Адміністративна рада – професійний контроль за поточним управлінням;
3. Громадська рада – громадський контроль та стратегічне управління.



Рис. 3.5

Схема трехкомпонентного управління сіспільним мовленням

Задля повного розуміння схеми управління установою суспільного мовлення назви органів контролю мають відповідати їх функціям. Оскільки жоден з цих органів не виконує класичні функції наглядової ради в повному обсязі, а ці функції поділені між ними, доцільно іменувати їх відповідно –

Громадська рада (орган громадського контролю) та Адміністративна рада (орган професійного контролю за адміністрацією суспільного мовлення). Термін “правління”, який неодноразово пропонувався для найменування органу професійного контролю, на наш погляд, не відповідає функціям цього органу, адже правління в класичній моделі управління підприємством є органом, який здійснює поточне управління його діяльністю, а не поточний контроль. Тому для додаткового контролюючого органу доцільно обрати назву, яка не викликає асоціацій з чинним законодавством, наприклад “Адміністративна рада”.

Ще одна принципова схема взаємодії органів управління суспільним мовником запропонувала О. Большакова (див. рис. 3.6).

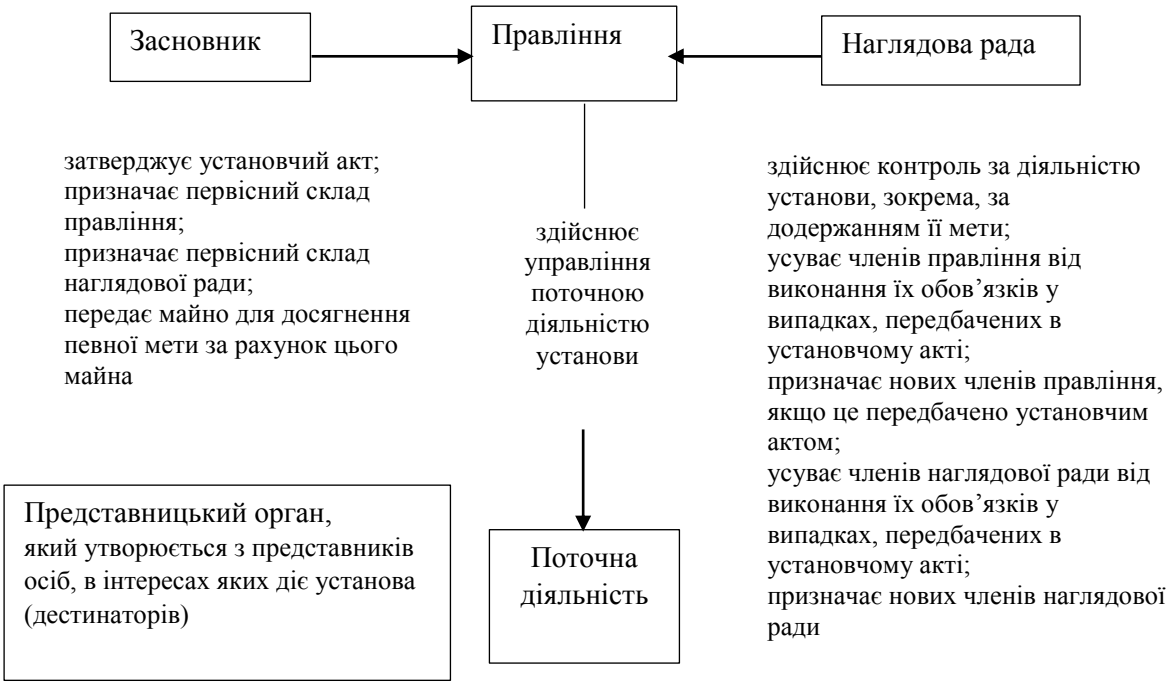


Рис 3.6

Схема взаємодії органів установи в процесі управління поточною діяльністю суспільного мовлення

Відмінною складовою цієї схеми є пропозиція ввести представницький орган, який утворюється з представників осіб, в інтересах яких діє установа (дестинаторів – отримувачів кінцевого продукту). З позиції нашого концептуального уявлення про механізм державного регулювання діяльності

суспільного мовлення – це суб'єкт, що здійснює функцію зворотного зв'язку. Саме цим дана пропозиція є слушною та узгоджується з нашими уявленнями про недосконалість чинної схеми.

Громадська організація «Стаття 19» дотримується тієї точки зору, що представники суспільства, які встановлюють правила поведінки для організацій суспільного мовлення, повинні призначатися таким чином, щоб мінімізувати ризики політичного чи комерційного втручання. Відповідні процедури повинні бути ясно викладені в законі, вони мають бути прозорими і демократичними. Для того, щоб зробити участь громадськості максимальною, з числа можливих призначенців потрібно виключити таких осіб:

• перебувають на публічній службі або працюють в уряді;

• співробітників або посадових осіб політичних партій, або займають виборні або невиборні посади в уряді;

• посадових осіб, акціонерів, що мають економічні інтереси в телекомунікаційній галузі [162].

Продовжуючи розгляд зворотного зв'язку, зазначимо, що різноманітні чинні норми та пропозиції, котрі лунають у закордонному та вітчизняному дискурсі, щодо взаємодії суб'єктів в процесі управління діяльністю суспільного мовлення, мають недоліки у формуванні або забезпеченні зворотного зв'язку між:

1) Центр механізму – суспільство/громадянське суспільство;

2) Функціональна підсистема механізму (виробник продукту) – суспільство/громадянське суспільство.

Розгляд цієї проблематики потребує окремих досліджень і визначається нами як перспектива удосконалення чинної схеми функціонування Суспільного мовлення в Україні.

Разом з тим ми пропонуємо до суб'єктів, що беруть участь у зворотному зв'язку, включити інститут Омбудсмена. Однією з функцій буде представництво та захист громадян, коли дії суспільного мовника порушують

їх права за рахунок якості програмного продукту. У деяких країнах особливо в останні роки для цього були вироблені спеціальні процедури.

Наприклад, Омбудсмен – це фігура, абсолютно незалежна від редакційного та управлінського персоналу Канадської радіомовної корпорації (СіБіЕс), він підзвітний безпосередньо президентові СіБіЕс, а через нього – Раді директорів корпорації. Омбудсмен діє як апеляційна інстанція за скаргами тих, хто незадоволений відповідями, отриманими від редакторів або управлінського персоналу СіБіЕс. Він (вона) зазвичай втручається тільки у тих випадках, коли автор звернення вважає відповідь, отриману від представника корпорації, незадовільною і доводить свою думку до відома служби омбудсмена. Однак омбудсмен може втрутитися і тоді, коли Корпорація не зуміла дати відповідь на скаргу протягом відповідного терміну. Омбудсмен визначає, чи були в процесі журналістського розслідування або в ході ефіру, про який йдеться у скарзі, допущені порушення принципів журналістської етики та стандартів корпорації [234].

У США Омбудсмен є представником громадськості при Національному Суспільному Радіо (NPR). Він уповноважений реагувати на скарги, коментарі та критику на адресу програм Національного Суспільного Радіо. Служба Омбудсмена абсолютно не залежить від журналістського або управлінського персоналу Національного Суспільного Радіо, підпорядковуючись безпосередньо Президентові, а через нього – Раді директорів Національного Суспільного Радіо [235].

Незалежна колегія з розгляду скарг (ICRP) була заснована правлінням Австралійської радіомовної корпорації (ЕйБіСі), щоб полегшити незалежний розгляд скарг, без будь-яких витрат для скаржника. Члени колегії призначаються правлінням, виходячи з їх професійного досвіду в галузі:

- Журналістської етики та практики.
- Організації роботи ЗМІ.
- Електронних ЗМІ та виробництва програм.

• Процедури розгляду скарг і звернень.

• Аналізу проблем суспільства і держави [236].

У багатьох інших країнах по всьому світу також призначають омбудсменів і медіаторів, щоб розглядати скарги і здійснювати моніторинг діяльності служби суспільного мовлення. У Франції, наприклад, медіатор призначається Президентом Республіки, щоб давати оцінку і реагувати на звернення громадян щодо певних програм. Перший крок – це розгляд в підрозділі, який на відповідному каналі відповідає за розгляд скарг та зв'язок з населенням. Якщо індивід не задоволений відповіддю, наданою йому відповідним каналом, він може вдатися до допомоги медіатора, який сам оцінює поведінку каналу і обґрунтованість скарг, що надійшли від громадян. У Швейцарії також є омбудсмен, завданням якого є забезпечити дотримання стандартів і методів журналістської роботи, прийнятих у суспільних медіа.

Отже, ми визначаємо необхідність створення певної служби Омбудсмена, що за місцем в механізмі бере участь у формуванні зворотного зв’язку між Центром механізму і суспільством/громадянським суспільством. Звідси виходить, що до процедури призначення особи Омбудсмена причетний лише Центр механізму зі всіма наступними діями та нормативно-правовим закріпленням цієї процедури.

Завершуючи опис механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення, треба розглянути Продукт механізму та здійснити його опис, та визначити критерії оцінки.

Розглядаючи продукт суспільного мовлення зазначимо, що він відрізняється від країни до країни залежно від законодавчих норм і традицій, а також від економічних, культурних, історичних та інших особливостей цієї країни. Разом з тим встановлено ряд вимог, які мають універсальний характер, що були прийняті Радою Європи на Празькій конференції в грудні 1994 року:

1) суспільне мовлення є допоміжним засобом для створення інформаційного громадянського суспільства, а також органом

представницького плюралізму, що об’єднує різні суспільні групи, формує суспільну думку;

2) суспільне мовлення пропонує широкий діапазон якісної продукції всіх видів для всього населення;

3) встановлює стандарти якості в популярних програмах;

4) обслуговує інтереси меншин і різних прошарків населення;

5) забезпечує незаангажовану й цілком незалежну інформацію та цікаві, аналітичні програми, що базуються на фактах і здатні завоювати довіру аудиторії, а також стати точкою відліку в умовах швидких змін на інформаційному ринку;

6) відіграє важливу роль у стимулюванні суспільних дебатів, що є вкрай важливим для належного функціонування демократії;

7) забезпечує доступ усього населення до подій, які являють суспільний інтерес, у тому числі й спортивних заходів [237].

Отже, суспільні медіа повинні бути взірцем якості мовлення та бути лідером в цьому питанні на ринку відповідної діяльності. Постає питання, яким чином може бути забезпечена висока якість продукту суспільних мовників?

Так, наприклад Мулган і др. пропонує орієнтуватися на сім типів якості мовлення:

- Якість і професіоналізм виробника;
- Споживчі якості і ринок;
- Якість і естетичне середовище;
- Телебачення як ритуал і спілкування;
- Телебачення і особистість;
- Телевізійна екологія;
- Якість як різноманітність [238].

Але завжди оцінювання діяльності суспільних медіа повинно спиратися на показники (індикатори), які узгоджуються з ключовими питаннями або аспектами суспільного мовлення, і які відображають його мету та цілі мовлення. Отже, для

кожної цілі суспільного мовлення повинні бути розроблені заходи, які можуть бути відслідковані з плином часу задля створення цілісного уявлення про їх досягнення та порівняння з іншими мовниками.

Робин Фостер та ін. запропонував наступну модель оцінювання діяльності суспільних медіа [239].

1. Діапазон і баланс:
    - Діапазон жанрів в (наприклад, суб-жанрів, формат);
    - Значна кількість різних жанрів;
    - Наявність програм у відповідний час;
    - Збалансована інвестиційна через жанри.
2. Якість
    - Оригінальність та інновації;
    - Високі значення виробництва;
    - Прийнятні стандарти смаку і пристойності;
    - Амбітні програми (складні, провокативні, стимулюючі).
3. Різноманітність
    - Відображає потреби та інтереси різних спільнот;
    - Призначена всіх типів аудиторії;
    - Широкий спектр точок зору;
    - Поставляється різноманітністю виробників / авторів;
    - Пропаганда різних спільнот.
4. Соціальна цінність
    - Культурна ідентичність:
        - просування мистецтва національної спадщини;
        - відображення країни та її народів і регіонів.
- Інформована демократія:
    - наявність і неупередженість новин про поточні справи;
    - просування кампанією соціальних дій.
- Освічені громадяни:

- питомі освітні програми та контент;
- оригінальні дитячі програми;
- різноманітність інформативного, фактичного програмування.

Система оцінювання повинна: по-перше, узгоджуватися з цілями, що зазначені у законодавстві; та, по-друге, повинна відображувати сучасний стан суспільних інтересів і цілей. Крім того, треба враховувати, що ці показники не будуть відображати цінність кожного заходу суспільних медіа для окремого громадянина.

Сьогодні, для сучасного стану політичної та економічної ситуації в Україні, станом активності суспільства, його запитами до прозорості та ефективності використання державних коштів, треба створити відповідну систему оцінки витрат на суспільні медіа.

Одним з підходів є запровадження стандартів в діяльність організацій. Отже, в Україні відомі стандарти на основі процесного підходу та інші, які застосовують на підприємствах та вважаються, в кінцевому рахунку, показником якості.

Імовірним стандартом якості для застосування в Україні може стати ISAS BC 9001, розробленим виходячи з кращих методів діяльності телерадіомовної індустрії. «Фонд вивчення засобів інформації і суспільства», що базується в Женеві за підтримки «Фонду Хосо Бунка» (Японія), ЮНЕСКО, Федеральне управління комунікації (OFCOM) і Швейцарське агентство розвитку і кооперації (SDC) взяли на себе ініціативу у розробці стандарту ISAS BC 9001 та проведенні аудиту організацій служби суспільного мовлення на предмет відповідності цього стандарту [240].

Аудит дозволяє виміряти ступінь відповідності стандартам, керуючись наступним критеріям:

Задоволення запитів глядачів і слухачів.

- Якість і точність інформації.
- Якість і різноманітність інших видів програмного продукту.

- Інновації та творчість.
- Незалежність і прозорість управління.
- Розробка та дотримання правил професійної етики.
- Представленість національних меншин.
- Загальність доступу.
- Соціальна спрямованість.

ISAS BC 9001 розробляє конкретні показники стосовно кожного з цих критеріїв [241]. Будь-яка мовна організація, яка ставить своєю метою відповідність даним стандартам, може подати заявку на проведення аудиту незалежними професіоналами, які отримали відповідну акредитацію.

Отже, на основі системного підходу та дедуктивного методу запропонуємо власне бачення удосконалення функціональної підсистеми та деяких аспектів встановлення зворотного зв'язку механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні. Для цього ми використовуємо графічну мову опису (див. рис 3.7).

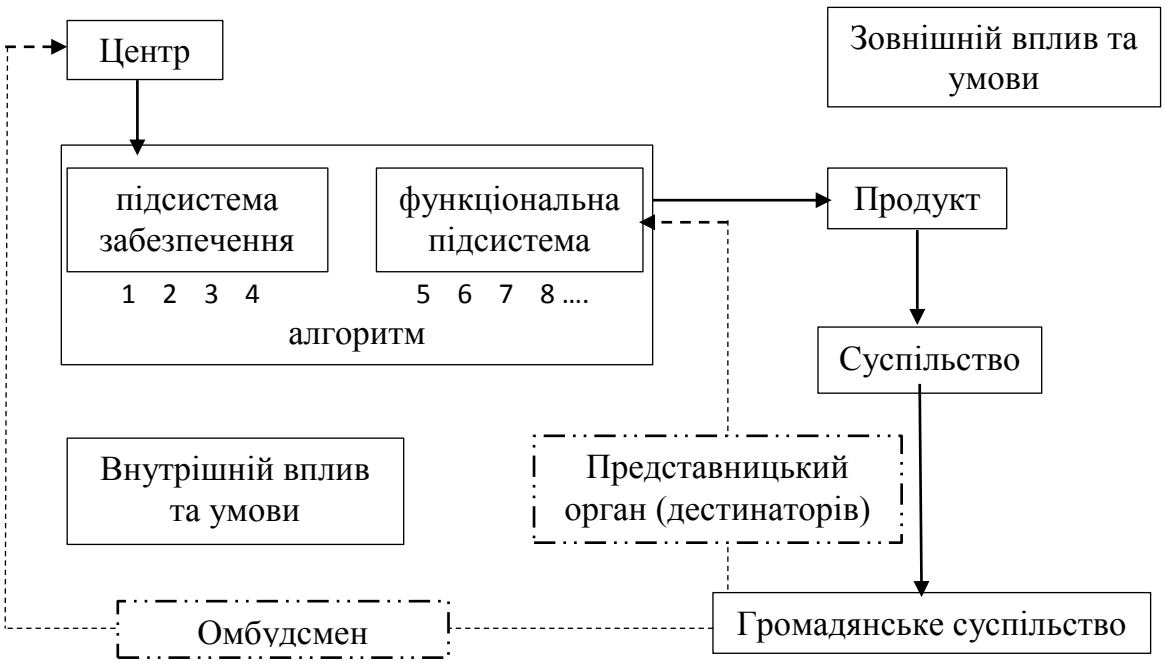


Рис. 3.7

Пропозиції щодо вдосконалення зворотного зв'язку в механізмі державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні

Введення додаткового елементу (представницького органу дестинаторів) створює зворотний зв’язок між діяльністю суспільного мовлення, з вироблення продукту для суспільства, та безпосередньо споживачем (суспільством) цього продукту. Таким чином ми можемо говорити про повноцінний управлінський цикл з відповідним зворотним зв’язком, який дозволяє виробляти продукт із заданими параметрами та їх контролем (див. рис. 3.8).

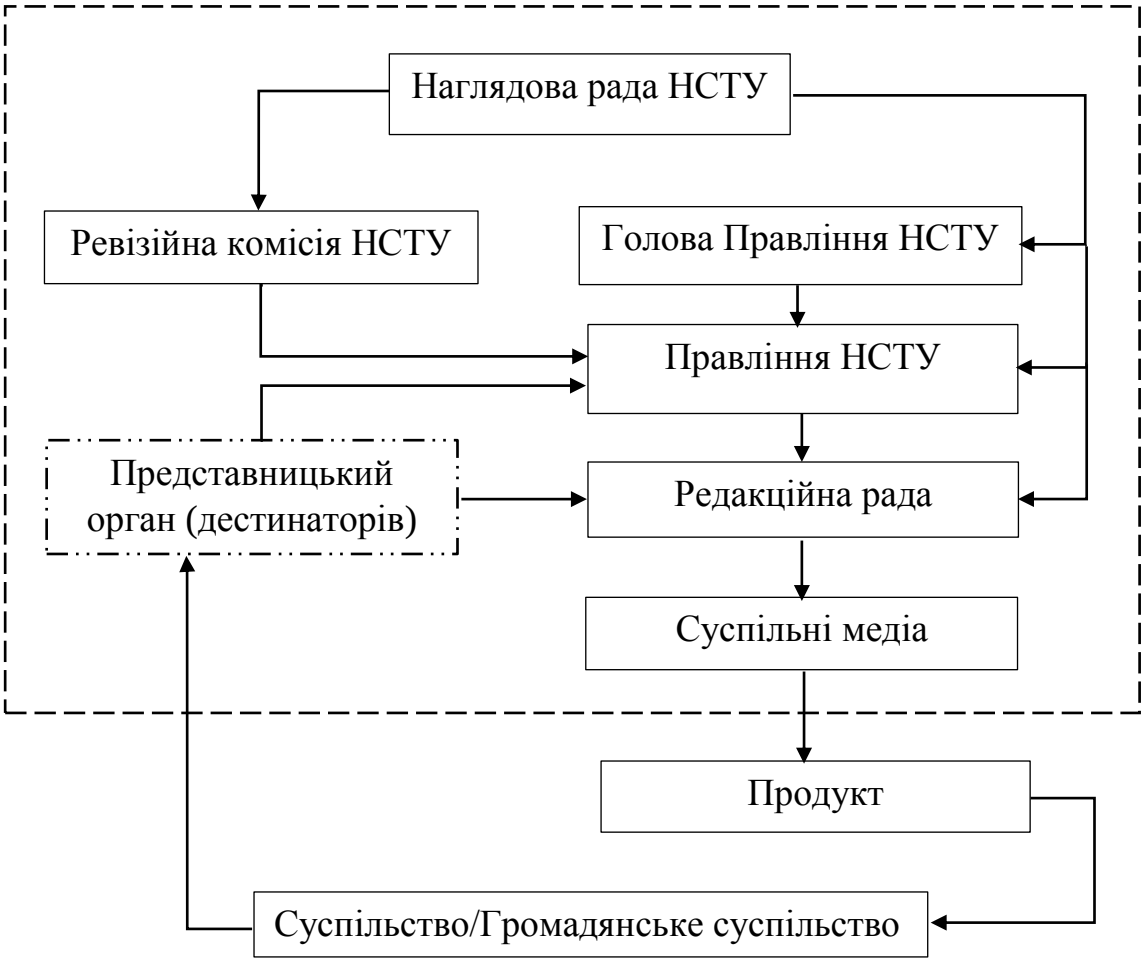


Рис. 3.8

Структура та взаємозв’язки між елементами функціональної підсистеми механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні

Знову зазначимо, що встановлені Законом норми забезпечують функціонування суспільного мовлення (НСТУ) на основі корпоративного управління. Але при цьому залишаються відкритими питання формування і перегляду функцій Наглядової ради, Правління, Редакційної колегії в рамках розуміння місії та приналежності суспільного мовлення до громадянського суспільства, яке утворюється суспільством, функціонує для суспільства та фінансується суспільством. Окремим питанням, що було визначено під час дослідження, є визначення принципів діяльності Представницького органу дестинаторів, його функцій, механізму формування та алгоритму діяльності.

Висновки до розділу 3

Для обґрунтування формування підсистеми забезпечення функціонування механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення ми спираємось на економічну теорію, за допомогою якої ми визначаємо продукт суспільного мовлення як один з видів суспільного блага. Визначено, що надання послуг суспільним мовленням, яке можна визначити одним з видів суспільних благ, створює не виключеність споживання всіма членами суспільства. Отже, не виключеність споживання не дозволяє застосувати деякі ринкові механізми фінансування суспільного мовлення.

Аналіз світового досвіду фінансування суспільних мовників показав, що моделі економічного механізму функціонування цього мовлення достатньо різноманітні. Але, разом з тим, можна виділити одним з основних джерел фінансування абонентську плату. Абонентська плата, яку сплачують громадяни для фінансування діяльності суспільного мовлення в країні, забезпечує принцип відповідальності суспільного мовлення перед суспільством - мовлення, яке працює для суспільства та підконтрольне йому. Поряд з цим також розглядаються державні субсидії як основне джерело фінансування суспільного мовлення. Розглядаючи вітчизняні та зарубіжні приклади

зосередження на державному фінансуванні, ми дійшли висновку, що покладання на це джерело створило ризики функціонування суспільного мовлення в тих країнах, котрі ми розглядали.

Спираючись на науковий та громадський дискурс, ми пропонуємо наступну структуру елементів фінансової складової підсистеми забезпечення організаційно-економічного механізму регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні:

Абонентська плата (збір)	до 25-60%
Державні субсидії	до 40%
Рента за користування радіочастотним ресурсом	до 75%
Спеціальний податок з реклами	до 10 %
Спонсорство, гранти тощо	до 10 %

Функціональна підсистема механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення складається з суб'єктів, що задіяні у виробленні продукту механізму. Відповідно до Закону України «Про суспільне мовлення» у його діяльності беруть участь: Наглядова рада НСТУ; Правління НСТУ; Голова Правління НСТУ; Ревізійна комісія НСТУ; Редакційна рада. Треба зазначити, що ця схема відповідає ознакам корпоративного управління публічними товариствами, з чого випливає багато питань щодо формування та функцій чинних суб'єктів, які задіяні у функціонуванні суспільного мовлення.

Визначено, що відповідно до запропонованого концепту механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в чинному функціонуванні суспільного мовлення та його забезпеченні виникла проблема встановлення зворотного зв'язку між: Центром та суспільством/громадянським суспільством; Функціональною підсистемою та суспільством/громадянським суспільством.

Розгляд всіх аспектів проблематики зворотного зв'язку потребує окремих досліджень і визначається нами як перспектива удосконалення чинного механізму діяльності суспільного мовлення в Україні. Разом з тим ми

пропонуємо до суб'єктів, що беруть участь у діяльності функціональної підсистеми ввести додатковий елемент – представницький орган дестинаторів, який функціонально буде виконувати роль зворотного зв'язку: «Функціональна підсистема – суспільство/громадянське суспільство».

Пропонується до суб'єктів, що беруть участь у зворотному зв'язку «Центр – суспільство/громадянське суспільство», включити інститут Омбудсмена. Однією з функцій буде представництво та захист громадян, коли дії суспільного мовника порушують їх права за рахунок якості програмного продукту. Отже, ми визначаємо необхідність створення певної служби Омбудсмена, що за місцем у механізмі державного регулювання діяльності суспільного мовлення бере участь у формуванні зворотного зв'язку між Центром механізму і суспільством/громадянським суспільством. Звідси виходить, що до процедури призначення особи Омбудсмена причетний лише Центр механізму зі всіма наступними діями та нормативно-правовим закріпленням цієї процедури.

Таким чином, ми можемо говорити про повноцінний управлінський цикл з відповідним зворотним зв'язком, який дозволяє виробляти продукт з заданими параметрами та їх контролем.

Проблемним питанням залишається забезпечення високої якості продукту запропонованого механізму (суспільного мовлення). Система оцінювання повинна: по-перше, узгоджуватися з цілями, що зазначені у законодавстві; по-друге, повинна відображати сучасний стан суспільних інтересів і цілей. Для всебічного оцінювання діяльності, прозорості та ефективності використання коштів пропонується впровадити стандарт якості ISAS BC 9001, апробований провідними країнами світу.

ВИСНОВКИ

У дисертаційному дослідженні запропоновано вирішення актуального наукового завдання щодо обґрунтування теоретичних положень і концептуальних підходів до вдосконалення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні та надання практичних рекомендацій з його удосконалення. Проведене дослідження теоретичних та практичних проблем надало змогу оцінити ступінь вивчення, сконцентрувати увагу на більш дискусійних питаннях, виявити невирішені раніше проблеми, обґрунтувати методологію власного підходу, сформувати низку висновків і рекомендацій, що мають теоретичне та практичне значення.

1. Встановлено, що сьогодні суспільство розглядається як сукупність фізичних суб'єктів, об'єднаних певними комунікативними відносинами, що мають соціально-інформаційну природу й утворюють соціально-інформаційний простір. Модернізація, як всебічний процес одночасних змін у суспільстві, який створює умови, де головними продуктами виробництва і споживання виявляються інформація і знання. Визначено, що на формування та розвиток громадянського суспільства мають вплив сучасні чинники, серед яких виділяють інформаційно-комунікаційні технології, що розширюють когнітивні можливості людей та їхній комунікативний потенціал. Сьогодні формування громадянського суспільства визначається через спонтанну, спеціальну мобілізацію з використанням горизонтальних, автономних мереж комунікацій. На розвиток громадянського суспільства має вплив громадська думка, що формується з потоків інформації в диверсифікованих системах мас-медіа. Отже, в умовах об’єктивних світових процесів становлення інформаційного суспільства головним питанням є взаємопроникнення природи інформаційного і громадянського суспільства.

2. Визначено, що доступ до інформації складає фундамент соціальності, основу громадянського суспільства. Доведено, що громадянське суспільство

формується в межах соціального середовища, де серед індивідів виникають недержавні суспільні відносини і відбувається соціальна комунікація (соціальний фактор) та циркулює соціальна інформація за рахунок інформаційно-комунікаційної діяльності (технологічний фактор), яка забезпечує плюралізм поглядів та дозволяє людині самоідентифікуватися. Ми виділяємо технологічний фактор як реальний об'єкт на який може здійснювати прямий вплив публічне управління за допомогою відповідних механізмів. В умовах олігополії на медіа-ринку України запропоновано ввести нового суб'єкта ринку – суспільного мовника.

Запропоновано концепт механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення, який спирається на сукупність елементів та їх взаємозв'язків, що складаються з: об'єкту, центру, суб'єктів механізму, алгоритму робот, опису продукту, умов, допущень або обмежень застосування механізму. Цей механізм розглядається через взаємодію функціональної підсистеми та підсистеми забезпечення. У рамках функціональної підсистеми відбувається планування, стимулювання, відповідальність і головне вироблення продукту механізму. До підсистеми забезпечення можна віднести фінансування, інформаційне, правове забезпечення та ін. Визначено сферу державного регулювання відносин: суспільний мовник – громадяни та їх організації; регулювання відносин суб'єктів у ході діяльності суспільного мовлення. У сучасних українських реаліях суспільне мовлення визначається як суб'єкт медіа-ринку, продукт якого треба розглядати як суспільне благо, де вплив держави спрямований на регулювання відносин щодо розподілу цього блага.

3. Обґрунтовано, що через проектування інформаційних середовищ та створення нових інформаційних ресурсів публічна влада забезпечує гармонійний розвиток інформаційно-комунікаційної взаємодії в суспільстві. Важливим аспектом інформаційно-комунікаційної взаємодії є суспільна думка, що виконує функцію соціального контролю і функцію регламентування та яка

формується у відповідному медіа-просторі. Зрілість громадянського суспільства визначається тим, наскільки реперезентативно суспільна думка виражає інтереси спільнот. Визначено, що медіа-простір і процеси в ньому набувають рис постмодерну, що передбачає перегляд соціопросторових координат, а сам простір підлягає деконструкції. Отже, треба розглядати модель соціального устрою, де його члени створюють, поширюють, збирають, зберігають, обробляють, передають та обмінюються інформацією. Сучасні медіа у цьому аспекті можна визначити як універсальну технологічну платформу розповсюдження та обміну інформацією у суспільстві. Встановлено зв'язок між діяльністю держави в інформаційній сфері і функціонуванням на ринку різноманітних медіа, складовою частиною яких є суспільне мовлення, які забезпечують розвиток громадянського суспільства.

4. Визначено, що держава визначає зобов'язання суспільного мовлення, формує структури, забезпечує автономію, контролює підзвітність, забезпечує набір привілеїв для суспільних медіа та разом із тим створює відкриті ринки і підтримує конкуренцію. Інституційна автономія та підзвітність забезпечується прозорими відносинами між суспільним мовленням, державою, ринком і громадянським суспільством. Держава забезпечує плюралізм, в якому встановлена редакційна та програмна незалежність, також забезпечується незалежність суспільного мовлення і від інститутів держави і від бізнесу через законодавче закріплення принципів незалежності. Встановлено, що державне регулювання сфери суспільного мовлення полягає у формуванні нормативних важелів впливу на відносини в цій сфері та створення відповідної системи фінансування і забезпечення ресурсами. Втручання держави повинно здійснюватися коли недостатньо суспільних інструментів контролю за ефективністю використання ресурсів, за рахунок традиційної ролі створення економічних, організаційних і правових механізмів функціонування суспільних медіа.

5. Встановлено, що базовими для урядів та функціонування суб'єктів мовлення є нормативно правові документи міжнародних організацій до яких приєдналися країни ЄС і Україна. В ЄС розроблено низку нормативних документів та рекомендацій, що створили ґрунт для розвитку громадянського суспільства та забезпечення функціонування ЗМІ в рамках цього процесу. Окремо розроблені документи, що стосуються діяльності суспільного мовлення. Цими документами сформовані механізми для фінансування діяльності мовника, організаційної сталості, змісту контенту та роботи журналістів. Визначено, що в багатьох країнах ЄС суспільне мовлення визначається як служба суспільству, що вимагає контролю фінансування і витрат, які не повинні порушувати баланс ринку. Необхідно враховувати, що в країнах ЄС суспільне мовлення домінувало на медіа-ринку тривалий час, тому комерційні мовники вимагають рівних умов. Саме на ці аспекти спрямований регулюючий вплив законодавства ЄС, та які є відмінними від регулюючого впливу вітчизняного законодавства. Визначено, що в Україні процес становлення суспільного мовлення почався з 1997 року з прийняттям відповідного Закону, але реальне становлення відбулось у 2014 році з прийняттям Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». Наголошено, що сформованість реальних механізмів функціонування суспільного мовлення в Україні, які забезпечать його незалежність та дозволять стати відповідним інститутом громадянського суспільства, знаходяться на початковому етапі.

6. Обґрунтовано структуру елементів фінансової складової підсистеми забезпечення механізму державного регулювання діяльності суспільного мовлення в Україні: абонентська плата (до 25-60%); субвенції з державного бюджету (до 40%); рента за користування радіочастотним ресурсом (до 75%); податок з реклами (до 10 %); спонсорство, пожертвування, гранти тощо (до 10 %). Встановлено, що введення абонентської плати яку сплачують громадяни Україні як основного джерела фінансування потребує готовності та

спроможності населення, а також розробки механізму стягнення. Поряд з цим, також розглядаються субвенції з державного бюджету як основне джерело фінансування суспільного мовлення, закріпленні чинним законодавством. Визначено, що зосередження тільки на державному фінансуванні створило ризики функціонування суспільного мовлення в країнах ЄС, Україні та у країнах на пострадянському просторі.

7. Визначено, що склад суб'єктів (чинна система НСТУ) функціональної підсистеми концепту механізму державного регулювання в цілому відповідає тому баченню, що склалося в українському науковому та суспільному дискурсі щодо складових системи суспільного мовлення. Встановлено, що чинна модель має недоліки у забезпеченні зворотного зв'язку між «Функціональною підсистемою механізму» – «суспільство/громадянським суспільством». Обґрунтовано та запропоновано ввести додатковий елемент «Представницький орган дестинаторів», який забезпечить зворотний зв'язок між функціональною підсистемою та споживачем продукту. Для встановлення повноцінного управлінського циклу з відповідним зворотним зв'язком обґрунтовано та запропоновано до суб'єктів, що беруть участь у зворотному зв'язку «Центр» – «суспільство/громадянське суспільство» включити інститут Омбудсмена. Однією з функцій цього інституту буде представництво та захист громадян, коли дії суспільного мовника порушують їх права за рахунок невідповідної якості програмного продукту. Визначено, що чинна система НСТУ відповідає ознакам корпоративного управління публічними товариствами з чого випливають питання щодо формування та функцій чинних суб'єктів, які задіяні у функціонуванні суспільного мовлення й можуть складати основу для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні: Указ Президента України від 26.02.2016р. №68. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/68/2016.
2. Україна. Демократичне врядування у секторі безпеки. URL:https://ukrainesecuritysector.com/uk.
3. Оніщенко Н., Кузнєцова Н. Громадянське суспільство і виклики часу: від теорії до практичних дій. *Віче*. 2014. № 7. С. 30–33. URL: http://veche.kiev.ua/journal/4133/.
4. Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні: загальні тенденції, регіональніособливості: аналіт. доп. Київ: НІСД, 2014. 78 с.
5. Яблонський В. М., Балакірєва О. М., Бєльська Т. В. та ін. Розвиток громадянського суспільства України в умовах внутрішніх і зовнішніх викликів / за ред. О. А. Корнієвського. Київ: НІСД, 2016. 72 с.
6. Себайн Джордж Г., Торсон Томас Л. Історія політичної думки. Київ, 1997. С. 62–89.
7. Локк Джон. Два трактати про врядування. Киев: Основи, 2001. 265 с.
8. А. де Токвиль. Демократия в Америке. URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Tokville.Democracy.1.pdf.
9. Горлач М. І., Кремень В. Г. Політологія: наука про політику: підручник для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 840 с.
10. Гегель Г.В.Ф. Философия права. Москва: Мысль. 1990. 524 с.
11. Горбань А. В. Феномен гражданского общества: идея и механизмы реализации. *Культура народов Причерноморья*. 2012. № 229. С. 75–78.
12. Сляднева Н.А. Гражданское общество и информационное общество: проблема коэволюции. *Информ. ресурсы России*. 2009. № 2. С. 3
13. Кальной И.И. Гражданское общество: истоки и современность. Симферополь, 2006. 490 с.
14. Абрамова Ю. Н. Эволюция архивного дела в России первой половины XVIII века в контексте теории модернизации. *Документ. Архив. История. Современность*: сб. науч. тр. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. Вып. 16. С. 257–263.
15. Побережников И. В. Теория модернизации: основные этапы эволюции. *Проблемы истории России*. Екатеринбург: Волот, 2001. Вып. 4: Евразийское пограничье. С. 217–246. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/2769/1/pristr-04-10.pdf.

16. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. Москва: ООО «Издательство АСТ», 2003. 576 с.
17. Фливберг Б. Хабермас и Фуко теоретики гражданского общества. *Социологические исследования*. 2000. №2. С. 127.
18. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. СПб.: Наука, 2000. 382 с.
19. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы. Исследования относительно категории буржуазного общества. Москва: Весь Мир., 2016. 344 с.
20. Вербилович О. Теория коммуникативного действия: ключевые категории и познавательный потенциал. URL: https://cmd.hse.ru/data/ 2014/03/04/1333203494/Вербилович_Теория%20коммуникативного %20 действия.pdf.
21. Корольчук Юрій. Громадянське суспільство: між конфліктом і консенсусом (крізь призму комунікативної філософії). URL: http://www.ji.lviv.ua/n21texts/korolchuk.htm.
22. Bennett L. Grounding the European Public Sphere. Looking Beyond the Mass Media to Digitally. Mediated Issue Publics. *I KFG Working Paper Series (43), Kolleg-Forschergruppe «The Transformative Power of Europe»*. Berlin: Freie Universität, 2012. 34 p.
23. Fraser N. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Calhoun C.J. (ed.) Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press, 1991. P. 109–142.
24. Ryan, M. (1992) Gender and Public Access: Women's Politics in Nineteenth Century America, pp. 259–288 in Calhoun, Craig J. (ed.), Habermas and the Public Sphere. Cambridge, MA: MIT Press.
25. Бауман; пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Логос, 2002. 130 с.
26. Співак В. М. Глобальне громадянське суспільство: реалії та майбутнє. URL: http://archive. nbuv. gov. ua/portal/ soc_gum/Vdakk/2010_1/34. pdf.
27. Здоровега М. Особливості становлення глобального громадянського суспільства. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. Львів, 2014. Вип. 26. С. 100–106.
28. Кружалова С.Е. Формирование и развитие глобального гражданского общества как способа «гуманизации» и «цивилизации» глобализации. URL: http://www. rusnauka. com/3._KAND_2007/Politologia/16398. doc. htm.

29. Бебик В. Глобальне громадянське суспільство: теорія, методологія, менеджмент. *Український центр політичного менеджменту*. Київ, 2012. № 4–5. URL: http://www. politik. org. ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=56&c=1190.
30. Буряк В. В. Глобальное гражданское общество и сетевые революции. Симферополь: ДИАЙПИ, 2011. 150 с.
31. Боднар К.А. Зміна парадигм у становленні та розвитку теорії громадянського суспільства (історико-філософський аспект): дис. ... канд. філософ. наук. Київ, 2010. 19 с.
32. Okin J. R. The Information Revolution: The Not-for-dummies Guide to the History, Technology, And Use of the World Wide Web. Winter Harbor ME.: Ironbound Press, 2005. 352 p.
33. Baase, S. A Gift of Fire: Social, Legal, and Ethical Issues for Computing and the Internet. Publisher: Prentice Hall; 2008. 528 p.
34. Porter A., Read, W. H. The Information Revolution: Current and Future Consequences / Alan Porter, Walter H. Read. Westport, Connecticut: Praeger, 1998. 308 p.
35. Anheier H., Glasius M., Kaldor M. (eds). Global Civil Society. A. Giddens (Foreword). Oxford: Oxford Univ. Press, 2001. 348 p.
36. Manuel Castells. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. URL: http://annenberg.usc.edu/Faculty/Communication%20and%20Journalism/~/media/78.ashx.
37. Blumler J. G., Gurevitch M. Linkages Between the Mass Media and Politics. *The Crisis of Public Communication.* 2nd ed.. New York: Routledge, 2005. Chapter 2. P. 11–24.
38. Hazen, Don and Julie Winokur, ed. (1997). We the Media – A Citizen's Guide to Fighting for Media Democracy. New York: The New Press.
39. Stromberg D., Snyder J.M., Jr. The Media's Influence on Public Policy Decisions. *Information and Public Choice.* Ed. Islam R. Washington, D.C.: The World Bank, 2008. Pp. 17–31.
40. Washington D. The Role of Media in Democracy: A Strategic Approach. *Technical Publication Series*. Center for Democracy and Governance Bureau for Global Programs, Field Support, and Research. U.S. Agency for International Development. URL: http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/usaid/media_in_democracy.pdf.
41. Werner Rumphorst (2003) Model public service broadcasting law. With an introductory note and explanatory comments. Handbook. URL: https://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_p_model_law_psb_210207_tcm6-50150.pdf.

42. Armstrong M. Public Service Broadcasting, Fiscal Studies, 2005. 26(3). Pp. 281–299.
43. Безродна В. І. Особливості формування громадянського суспільства в процесі політичної модернізації України: автореф. дис. ... канд. політ. наук. Одеса, 2003. 16 с.
44. Гриценко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект): дис. ... д-ра політ. наук. Київ, 2003. 425 с.
45. Калініченко М М. Політико-владний потенціал громадянського суспільства в сучасній теорії політики. автореф. дис... канд. політ. наук. Київ, 2006. 20 с.
46. Хлівнюк Т. П. Вплив засобів масової інформації на політичний простір сучасної України: автореф. дис. ... канд. політ. наук. Одеса, 2008. 16 с.
47. Легеза Я. О. Особливості взаємодії громадської думки та влади в Україні: автореф. дис... канд. політ. наук. Київ, 2008. 19 с.
48. Калініченко Б. М. Влада засобів масової інформації: політологічний аналіз: дис. ... канд. політ. наук. Київ, 2009. 209 с.
49. Даниленко С. І. Громадянський вимір інформаційно-комунікаційної революції: концептуально-теоретичні та політико-прикладні аспекти: автореф. дис. ... д-ра політ. наук. Київ, 2011. 36 с.
50. Черноног Р. А. Держава і громадянське суспільство: соціокультурні аспекти розвитку: автореф. дис... канд. філос. наук. Київ, 2003. 20 с.
51. Карась А. Ф. Філософія громадянського суспільства як інтерпретація свободи і соціальності: автореф. дис... д-ра філос. наук. Львів, 2005. 42 с.
52. Маловічко О. В. Організаційний потенціал держави у дискурсі глобалізації та інформатизації: автореф. дис. ... канд. філос. наук. Київ, 2010. 20 с.
53. Степанов. В.Ю. Інформаційний простір: державно-управлінський аспект : моногр. / В. Ю. Степанов. Харків : С. А. М., 2015. 567 с.
54. Бутирська Т. О. Оптимізація взаємодії державної влади і громадянського суспільства (управлінський аспект): автореф. дис... канд. наук з держ. упр. Одеса, 2004. 20 с.
55. Білокопитов, Дмитро Вікторович. Розвиток взаємодії органів публічної влади з інститутами громадянського суспільства в умовах глобалізації: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. Харків, 2017. 20 с.
56. Дніпренко Н. К. Зміна парадигми в державному управлінні інформаційною сферою: комунікативний аспект: автореф. дис... канд. наук з держ. упр. Дніпропетровськ, 2005. 20 с.

57. Головій В. М. Механізми взаємодії влади та ЗМІ в контексті становлення громаданського суспільства в Україні: автореф. дис... канд. наук з держ. упр. Запоріжжя, 2009. 20 с.
58. Бухтатий О. Є. Взаємовідносини органів державної влади та засобів масової інформації в умовах демократичного державотворення: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. Харків, 2010. 20 с.
59. Власюк О.С., Крисаченко В.С., Степико М.Т. та ін. Український соціум. / за ред. В. С. Крисаченка. Київ: Знання України, 2005. 792 с.
60. Зимогляд В.Я. Протиріччя і конфлікти у процесах інституціоналізації громадянського суспільства. *Інформаційне суспільство і держава: проблеми взаємодії на сучасному етапі*: матеріалаи міжнар. наук.-практ. конф. (Харків, 26 жов. 2012 р.). Харків, НДІ держ. буд-ва та місц. самоврядування, 2012. 214 с.
61. WEF. The Future Role of Civil Society. World Scenario Series – World Economic Forum. 2013. URL:http://www3.weforum.org/docs/WEF_FutureRoleCivilSociety_Report_2013.pdf.
62. Фукуяма Ф. Великий разрыв / пер. с англ. под общ. ред. А. В. Александровой. Москва: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. 474 с.
63. Baase S. A Gift of Fire: Social, Legal, and Ethical Issues for Computing and the Internet. *Sara Baase. Publisher*: Prentice Hall; 2008. 528 p. URL: http://elisa.ugm.ac.id/user/archive/download/307910/5844e0a67df64bcd27a5caba3f03.
64. Коляденко В.А. Інфокомунікаційні технології як чинник політичної модернізації: автореф. дис. ... канд. політ. наук. Одеса, 2002. 16 с.
65. Пархоменко О. В. Соціальна інформація як чинник інноваційного розвитку. // *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. Маріуполь, 2010. URL: http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/715/3.pdf?sequence=1.
66. Марина Шульга. Дискурсивні практики як умова ефективної соціальної комунікації. *Комунікація*. Київ, 2012. №2. URL: https://www.libr.dp.ua/PDP/Communication-2_March2012_final.pdf.
67. Колісник В. П. Становлення сучасного інформаційного суспільства та поширення спотвореної інформації. *Інформаційне суспільство і держава: проблеми взаємодії на сучасному етапі*: матеріал міжнар. наук.-практ. конф. (Харків, 26 жов.. 2012 р.). Харків., 2012. 214 с.

68. Сляднева Н. А. Современные технологии информоперирования: расцвет или коллапс креатива? *Информационные и телекоммуникационные технологии*. 2007. № 2. С. 51–56.
69. Иванов В. Ф. Социальная информация и ее свойства. *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*. № 4 (2008). С. 96–107. URL:http://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/article/download/105/92.
70. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособ. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. 461 с.
71. Афанасьев В. Г., Урсул А. Д. Об эффективности социального управления. *Вопросы философии*. Млсква, 1982. № 7. С. 57–69.
72. Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. Москва, 1975. 408 с.
73. Урсул А. Д. Информация. *Методологические аспекты*. Москва: Наука, 1971. 293 с.
74. Варганов В. В. «Функционально-кибернетический» подход в философском анализе понятия «информация» / под общей ред. проф. О. И. Кирикова. *Философия в XXI веке*: междунар. сб. науч.трудов. Воронеж: Воронежский госпедуниверситет, 2006. Вип. 9. С. 208–223.
75. Бебик В. М. Глобальне інформаційне суспільство: поняття, структура, комунікації. Інформація і право. Київ, 2011. № 1(1). URL: http://ippi.org.ua/bebik-vm-globalne-informatsiine-suspilstvo-ponyattya-struktura-komunikatsii.
76. Іванов В. Соціологія масової комунікації. Київ, 1999. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=109.
77. Бебик В. Соціальні комунікації: поняття, типологія, засоби. *Соціальна психологія*. Київ, 2009. № 5. С. 49–63.
78. Соколов А. В. Метатеория социальной коммуникации. Санкт-Петербург: Рос. нац. б-ка, 2001. 352 с.
79. Кондов Костянтин. Особливості реалізації соціального контролю в соціологічних теоріях інформаційного суспільства. *Український інформаційний простір*: наук. журн. Київ: КНУКІМ, 2014. С. 138–263.
80. Жугай Наталія. Огляд статті Клея Ширкі «Політична сила соціальних медіа: технології, публічна сфера і політичні зміни». *Комунікація*. Київ, 2012. №2. С. 79–86.
81. Лалл Джеймс. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. Київ, 2002. URL: https://krytyka.com/ua/reviews/mas-media-komunikatsiya-kultura-hlobalnyy-pidkhid.

82. Попов Н .П. Индустрия образов. Идеологические функции средств массовой информации в США. Москва: Политиздат, 1986. 144 с.
83. Запорожець Т. М. Медійний простір як середовище зародження інфолюдини. URL: http://ippo.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=2180&temid=41.
84. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография. Москва: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. 243 с.
85. Bladocha B. Printed Press in Lower Saxony. T*he Role of Local and Regional Media in the Democratization of the Eastern and Central European Societies* / ed. by J. Adamowski, M. Jablonowski. Warszawa: ASPRA-JR, 2001. P. 117–128.
86. Авер'янов В. Б. та ін. Політологічний енциклопедичний словник / упоряд. В. П. Горбатенко; відп. ред. Ю. С. Шемшученко та ін. НАН України, Інститут держави і права ім. В. М. Корецького, Українська асоціація політологів. 2-ге вид., доп. і перероб. Київ: Генеза, 2004. 735 с.
87. Ільганаєва В. Інституалізація соціально-комунікаційної сфери суспільства. *Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації*. Київ, 2008. № 1–2. С. 149–153.
88. Грицай С. В. Визначення поняття «медіапростір» з позицій міждисциплінарного підходу. Вісник Харківської державної академії культури. Харків, 2012. Вип. 36. С. 235-243. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2012_36_27.
89. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. Москва: Информ, 2003. 464 с.
90. Підгорна В. Особливості функціонування мас-медіа в Україні. URL: old.niss.gov/Table/Ostrog/012.htm
91. Curran J. Rethinking the Media as a Public Sphere. *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere* / ed. by P. Dahlgren and C. Sparks. London: Routledge, 1991. P. 27–57.
92. Служба общественного вещания: справочник лучших приемов и методов работы / за ред. Индражит Банержи, Калинга Сеневиратне. UNESCO 2006. URL: http://ru.unesco.kz/public-service-broadcasting-a-best-practices-sourcebook.
93. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / переклали з англ. Ольга Возьна, Галина Сташків. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
94. Jakubowicz K., Media publiczne. *Początek końca, czy nowy początek*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007. 300 s.
95. Лукеренко К. Про терміни. URL: http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/suspilne-movlennya/2005-01-28/5551.

96. Красноступ Г. Правове забезпечення створення суспільного та громадського телебачення в Україні. *Юридичний журнал*. 2009. № 9. URL: http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3120.
97. Raymond Williams'. Communicative Materialism. *European Journal of Cultural Studies*. 20 (6). P. 744–762. URL: http://fuchs.uti.at/wp-content/RaymondWilliams_CommMat.pdf.
98. Syvertsen Trine. «The Many Uses of the 'Public Service' Concept». NORDICOM Review, 1999. vol. 20, no. 1, Pp. 512. URL: http://nurmandi.staff.umy.ac.id/files/2012/02/theorypublicservice.pdf.
99. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад.: Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.
100. Державне управління: словник-довідник / за заг. ред. В. М. Князєва, В. Д. Бакуменка. Київ: УАДУ 2002. 228 с.
101. Трещевский Ю. И. Механизм государственного регулирования российской экономики: методология исследования, особенности формирования и повышение эффективности: автореф. дис... д-ра. екон. наук. Воронеж, 1999. 20 с.
102. Ткачова Н. М., Чернов С. О. Механізм державного регулювання інноваційного ринку в Україні. Збірник наукових праць ДонДУУ, серія «Державне управління процесами життєдіяльності і галузевого розвитку регіону» Донецьк. 2003. Т. IV С. 162–168.
103. Мордвінов, О. Г. Управління аграрним природокористуванням в умовах ринкової рансформації: монографія. Київ: УАДУ, 2000. 344 с.
104. Бычкова А. М. Экономический механизм:определение, классификация и применение. *Вестник Омского университета. Серия «Экономика».* 2010. № 4. С. 37–43.
105. Гуриев С., Плеханов А. Экономический механизм сырьевой модели развития. Вопросы экономики. Москва, 2010. № 3. С. 3–10.
106. Исупова С. Механизм реализации муниципальной экономической политики. *Содействие развитию экономики на муниципальном уровне* / под ред. Х. Берра и С. Исуповой. Серия: Муниципальное управление. Москва, 2007. Вып. 5. С. 29–32.
107. Nations in Transit Ukraine. 2013. URL: http://www.freedomhouse.org/report/nations-transit/2013/ ukraine#.Ut_ NVdL Gxko.

108. Барматова С. П. Громадянське суспільство в Україні: тенденції та загрози. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2012. № 1. С. 27–29. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rpzn_2012_1_10.

109. Бурдье П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; отв. ред., предисл. Н. Шматко. Москва: Фонд науч. исслед. “Прагматика культуры”, Ин-т эксп. Социологии, 2002. 160 с.

110. Левин К. Теория поля в социальных науках [Электронний ресурс]: пер. с англ. Санкт-Петербург: Сенсор, 2000. С. 214–225. URL: http://www.studmed.ru/levin-k-teoriya-polya-v-socialnyh-naukah_14fadca3547.html.

111. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. Washington, 2005. 456 p.

112. Романенко Є. Комунікація як необхідна складова розвитку сучасного суспільства. *Демократичне врядування*: наук. вісник. 2012. Вип. 9. URL: http://www.lvivacademy. com/visnik9/fail/Romanenko.pdf (04.04.2014).

113. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.

114. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии. *Общественные науки и современность*. Москва, 1996. № 3. С. 145–152.

115. Корнєєв В. М. Кваліфікація соціальнокомунікаційного підходу в науці про соціальні комунікації Актуальні питання масової комунікації. 2013. Вип. 14. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/apmk_2013_14_30.pdf.

116. Степанов В. Ю. Державна інформаційна політика як інструмент забезпечення єдиного інформаційного простору. *Інвестиції: практика та досвід*. - 2011. - № 4. - С. 78-81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_4_22

117. Ядранський Д. М. Сучасний медіа-простір як симулякр інформаційного середовища. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. Запоріжжя, 2013. № 2. С. 117–121. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2013_2_25.

118. Юдина Е. Н. Медиапространство как новая социологическая категория. *Преподаватель XXI век*. Москва, 2008. № 2. С. 151–154.

119. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. *Поэтика и политика*: альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. СПб., 1999. С. 193–226.

120. Данич В. Н., Бельченко А. А. Этимология и развитие понятия «социальная сеть». URL: http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/ Nvdu/2011_2/11baapss. pdf.

121. Интеграция Интернет-СМИ и социальных сетей в Рунете: новая публичная сфера или пространство контроля? URL: http://www.academia. edu/764044/.

122. Артамонова І. М. Інтеграція соціальних мереж та Інтернет-ЗМК: вплив на соціалізацію споживачів сучасних медіа. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. Запоріжжя, 2014. № 1-2. С. 4–9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_1-2_3.

123. Пискун Т. В. Медиапространство как особая социальная структура: к методологи вопроса. *Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки*. Одеса, 2010. Т. 15. Вип. 14. С. 101–106.

124. Ваттимо Дж. Прозрачное общество. / пер. с ит. Дм. Новикова. Москва: Издательство «Логос». 2002. 128 с. URL: https://docplayer.ru/31817965-Vattimo-dzhanni-prozrachnoe-obshchestvo.html.

125. Висоцька О.Є. Віртуальна реальність та постраціональна комунікація в контексті становлення суспільства постмодерну. *Гуманітарний часопис*. Харків, 2007. № 4. С. 5–11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gumc_2007_4_3.

126. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург, 2000. URL: http://www.lib.ru/FILOSOF/BODRIJAR/silent.txt.

127. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва, 2000. 606 с.

128. Даниленко С. Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж: монографія. Київ: ІМВ, 2010. 310 с.

129. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ, Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с. URL: Режим доступу до підруч.: http://journlib.univ.kiev.ua/ Teoriya_mas_com.pdf.

130. Антонио Грамши. Тюремные Тетради (избранное). URL: http://aleksandr-kommari.narod.ru/gramshi_tyuremnie_tetradi__izbrannoe_.htm.

131. Роман Тиса. Основні поняття політичної теорії Антоніо Ґрамші. URL: https://vpered.wordpress.com/2011/12/29/tysa-gramsci/

132. Шульга М. І. Система соціальних медіа у процесі інтеграції у маркетингові комунікації. URL: http://naub.org.ua/?p=1245.

133. Галіч Т. О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя. *Соціологія майбутнього:* наук. журнал з проблем соціології молоді та студентства. Харків, 2010. Вип. 1. С. 145–152.

134. Аксиологический й идеологический статус сетевого общества в информационном социальном пространстве постановка проблемы. URL: http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/luk_nur.htm.

135. Адамьянц Т. З. Социальная коммуникация. Москва: ИС РАН, 2005. 158 с.

136. Тоффлер З. Третья волна. Москва: АСТ, 2004. 781 с. URL: https://usic.at/upload/ba089e58759a7c7fb8a542 b0dlcc71f7150698a6/toffler%20-%203rd%20wave.pdf.

137. Окинавская хартия глобального информационного общества от 22.07.2000 г. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/998_163.

138. Любивий В. Соціальний медіа-концепт у контексті формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців. *Вища освіта України*. Київ, 2015. № 4. С. 67–73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vou_2015_4_12.

139. Разуваєва О. О. Громадські ЗМІ як спосіб подолання політичної ангажованості медіа. *Актуальні питання масової комунікації.* Київ,2006, Вип. 7. С. 67–70.

140. Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення / за ред. Т. С. Шевченка, О. А. Сушко. Київ, 2010. 264 с.

141. Supporting Public Service Broadcastingю Learning from Bosnia and Herzegovina's experience. UNDP, 2004. URL: http://www.undp.org/content/dam/aplaws/publication/en/publications/democratic-governance/oslo-governance-center/ogc-fellowship-papers/supporting-public-service-broadcasting-learning-from-bosnia-and-herzegovinas-experience/PublicServiceBroadcasting.pdf.

142. Вольфганг Хоффман-Рим. Общественное вещание: современное состояние и перспективы регулирования в Германии. *Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення* / за ред. Шевченка Т. С., Сушко О. А., Київ: Тютюкін, 2010. 264 с.

143. Shelton Gunaratne, Handbook of the Media in Asia, Sage New Delhi, India, 2001.

144. Public broadcasting: Why? How? UNESCO/ WRTVC, 2001. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058.

145. WSIS. Declaration of Principles Building the Information Society: a global challenge in the new Millennium. URL: http://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/dop.html.

146. Joseph, A., Media Matter, Citizens Care. The who, what, when, where, why, how, and buts of citizens' engagement with the media. Paris, France: UNESCO, May 2005. URL: http://genderlinks.org.za/gmdc/publications/media-matter-citizens-care-the-who-what-when-where-why-how-and-buts-of-citizens-engagement-with-the-media-2005-01-01/.

147. Thompson M. 2001. Zapped: Why public service TV has to change. Speech by Mark Thompson, director of BBC Television, Banff Festival, June 2000. [O] Available: Accessed on: 2002/11/27.

148. Syvertsen. T. Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization. *Television & New Media* (Impact Factor: 0.22). 05/2003; 4(2):155–175. URL: https://www.researchgate.net/publication/240700273_Challenges_to_Public_Television_in_the_Era_of_Convergence_and_Commercialization.

149. Jacka E. «Democracy as defeat». The impotence of arguments for public service broadcasting. *Television and New Media*, 2003. 4(2). P. 177–191. URL: https://doi.org/10.1177/1527476402250675.

150. Валерій Іванов. Засади функціонування суспільного телебачення. *Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення* / за ред. Шевченка Т. С., Сушко О. А., Київ: Тютюкін, 2010. 264 с.

151. Patrick Barwise. What are the real threats to public service broadcasting? *From public service broadcasting to public service communications*. IPPR 2002. URL: https://www.ippr.org/files/images/media/files/publication/2011/05/public_service_broadcasting_1296.pdf.

152. Richard Collins. Public Value and the BBC A report prepared for The Work Foundation's public value consortium. URL: http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/174_publicvalue_bbc.pdf.

153. Stephen Coleman. From service to commons: re-inventing a space for public communication. *From public service broadcasting to public service communications IPPR*, 2002. URL: https://www.ippr.org/files/images/media/files/publication/2011/05/public_service_broadcasting_1296.pdf.

154. The Council of Europe's Independent Television Commission (2004) has described the definition of a PSB channels. Banerjee, I. and Seneviratne, K., Public Service Broadcasting: A Best Practices Sourcebook. Paris: UNESCO, 2005. P. 15–16.

155. European Journalists Call for Manifesto of Public Service Values In 2005 Broadcasting Battle. URL: http://www.decesare.info/PSB%20Manifesto.pdf.

156. Raboy M. 1998. Public Broadcasting and the Global Framework of Media Democratization. International Communication Gazette. URL: https://doi.org/10.1177/0016549298060002005.

157. Stein L & Sinha N. New global media and communication policy: the role of the state inst the 21 century, in Handbook of new media. *Social shaping and consequences of ICTs, edited by LA Lievrouw & S Livingstone*. London: Sage. 2002.

158. Van Cuilenburg, J & McQuail, D. Towards a new communications policy paradigm. *European Journal of Communication*. 2003. 18 (2). P. 181–207.

159. K. Jakubowicz. End Game?: Contracts, audits, and the future of public service broadcasting. *The Public Javnost.* 2003. 10(3). P. 45–62.

160. Collins R., Finn A., McFadyen S., & Hoskins C. Public Service Broadcasting Beyond 2000. Is There a Future for Public Service Broadcasting? *Canadian Journal of Communication*, 26(1). 10 June 2005. URL: http://www.cjc+online.ca/viewarticle.php?id=615&layout=html, 2001.

161. Altmark Trans. European Court of Justice outlines conditions for public services compensation. URL: https://www.lw.com/upload/pubcontent/_pdf/pub892_1.pdf.

162. Raboy M. Rethinking broadcasting policy in a global media environment, in Broadcasting & convergence. *New articulations of the public service remit, edited by GF Lowe & T Hujanen*. Göteborg, Sweden: Nordicom, 2003. P. 41–55.

163. Toby Mendel. Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation. UK: Article 19, 2002. URL: https://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/accessairwaves.pdf.

164. Dr Abdul Waheed Khan. Towards Knowledge Societies, UNESCO (2003). URL: http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/all-news/news/towards_knowledge_societies_an_interview_with_abdul_waheed/.

165. Karol Jakubowicz, Vice Chairman, Steering Committee. Mass Media Council of Europe. Strasburg, 2004. P. 263–266.

166. From public service broadcasting to public service communications. Edited by Jamie Cowling and Damian Tambini. IPPR 2002. URL: https://www.ippr.org/files/images/media/files/publication/2011/05/public_service_broadcasting_1296.pdf.

167. Загальна декларація з прав людини. Інформаційне законодавство: зб. законодавчих актів у 6 томах. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері / за заг. ред. Ю. С. Шемчушенка, І. С. Чижа. Київ: ТОВ «Видавництво «Юридична думка»», 2005. Т. 5. С. 5–7.

168. UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, approved by Council decision 2006/515/EC of 18.5.2006. In accordance with Annex 2 to of the Council decision, "the Community is bound by the Convention and will ensure its implementation."

169. Конвенція про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження. Ратифіковано Законом N 1811-VI (1811-17) від 20.01.2010 р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/952_008/page.

170. Ільченко Н. М., Безугла Л. О. Регулювання діяльності засобів масової інформації: міжнародні принципи та європейський досвід. *Державне будівництво*. 2010. № 1. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2010-1/doc/5/01.pdf.

171. Про роль національного мовлення та управління ним; Рекомендації Парламентської асамблеї Ради Європи прийняті № 994_119 від 01.01.1975 р. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/994_119.

172. Про парламентську відповідальність за процес демократичного реформування мовлення: Рекомендації Парламентської асамблеї Ради Європи прийняті № 1147 1991 р. URL: http://www.coe.kiev.ua/docs/pa.htm.

173. Майбутнє громадського мовлення: Резолюція 4-ї Європейської конференції міністрів з питань політики в галузі ЗМІ від 7–8 груд. 1994 р. URL: http://www.coe.kiev.ua/docs/km/conf4_3.htm.

174. Про заходи щодо сприяння плюралізму в ЗМІ: Рекомендація Комітету міністрів Ради Європи від 19.01.1999 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_095.

175. Про гарантії незалежності громадського телерадіомовлення: Рекомендація Ухвалена Комітетом міністрів № R(96)10 від 11.09.1996 р. URL: http://cedem.org.ua/library/rekomendatsiya-r-96-10-pro-garantiyi-nezalezhnosti-gromadskogo-teleradiomovlennya/.

176. Суспільне мовлення: зб. документів Ради Європи. Видавництво «К.І.С.». URL: https://rm.coe.int/1680706eb2.

177. Палагнюк Ю. В. Державне регулювання аудіовізуальних засобів масової комунікації: європейський досвід та Україна: монографія. Миколаїв, 2012. 233 с.

178. Judgement in case C-280/00 Altmark Trans GmbH and Regierungspräsidium Magdeburg v Nahverkehrsgesellschaft Altmark GmbH (‘Altmark’) [2003] ECR I-7747.

179. Commission Decision of 28 November 2005 on the application of Article 86(2) of the EC Treaty to State aid in the form of public service compensation granted to certain undertakings entrusted with the operation of services of general economic interest; OJ L 312, 29.11.2005. p. 67.

180. Community framework for State aid in the form of public service compensation; OJ C 297, 29.11.2005. p. 4.

181. European Parliament Resolution of 25 September 2008 on concentration and pluralism in the media in the European Union, 2007/2253(INI).

182. Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення / за ред. Т. С. Шевченка, О. А. Сушко. Київ, 2010. 264 с.

183. Resolution of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council of 25 January 1999, OJ C 30, 5.2.1999, p. 1.

184. Телевидение в Европе: регулирование, политика и независимость. Краткий отчет по мониторингу / пер. с англ. Ин-т открытого о-ва; под ред. А. Рихтера. Москва: Ин-т открытого о-ва, 2006. 418 с.

185. Bulgerman J.-C. Issues and Assumptions in Communications Policy and Research in Western Europe: a Critical Analysis. *International Media Research: a Critical Survey* / ed. by Corner J., Schlesinger P. and Silverstone R. London: Routledge, 1998. P. 123–154.

186. Syvertsen, T. ‘Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization’, Television & New Media. 2003. 4(2). P. 155–75.

187. Ofcom ‘Looking to the Future of Public Service Television Broadcasting’, Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting: Phase 2 (London: Office of Communications). 2004.

188. Building public value. *Renewing the BBC for a digital world*. 2004. URL: .https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf.

189. McQuail, D. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. CJC. Vol 18. No 4. 1993. URL: https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/783/689.

190. Group of Specialists (2008b) Report on Good Practices of Public Service Media as Regards Promoting a Wider Democratic Participation of Individuals, prepared by the Group of Specialists on Public Service Media, MC-S-PSM(2008)005 rev. (Strasbourg: Council of Europe).

191. Lowe G. F. (2007) The Role of Public Service Media for Widening Individual Participation in European Democracy. Strasbourg: Council of Europe. URL: http://www.coe.int/t/dghl/ standard setting/media/Doc/H-Inf(2008)012_en.pdf.

192. Golding, P. (2006) 'European Journalism and the European Public Sphere: Some Thoughts on Practice and Prospects', paper presented at the conference on European media, democracy and Europe, Copenhagen.

193. Committee of Ministers (2008) White Paper on Intercultural Dialogue: 'Living Together as Equals in Dignity', CM(2008)30 final 2 (Strasbourg: Council of Europe).

194. Varis T. New Literaciesande-Learning Competences. URL: http://www.elearningeuropa.info/index.php?page=doc&doc_id=595&doclng=6, accessed.

195. Hallin Daniel C., and Paolo Mancini. Comparing Media Systems Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press. 2004. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/11311320.pdf.

196. Mathias A. Färdigh. Comparing Media Systems in Europe: Identifying Comparable Country-level Dimensions of Media Systems. URL: https://qog.pol.gu.se/digitalAssets/1350/1350151_2010_2_fardigh.pdf.

197. Rumphorst W. Model public service broadcasting law. Revised edition with an introductory note and explanatory comments. 2003. URL: http://www.hkhrm.org.hk/PSB/003%20Model%20PSB%20law%20by%20Werner%20Rumphorst.pdf.

198. Про підсумки парламентських слухань «Суспільство, засоби масової інформації, влада: свобода слова і цензура в Україні: Постанова Верховної Ради України. *Відомості Верховної Ради.* 2003. № 16. Ст. 130.

199. Про рекомендації парламентських слухань «Перспективи створення громадського телерадіомовлення в Україні»: Постанова Верховної Ради України. *Відомості Верховної Ради України.* 2005. № 28. Ст. 377.

200. Про Суспільне телебачення і радіомовлення України: Закон України № 1227-VII від 17.04. 2014 р. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18.

201. Андрусів У. Б. Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України»: новий етап на шляху становлення суспільного мовлення в Україні.

Часопис Київського університету права. Київ, 2014. № 3. С. 194–200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chkup_2014_3_46.

202. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15.

203. Конах В. К. Суспільне телерадіомовлення як інструмент боротьби з маніпулятивними та деструктивними інформаційно- психологічними впливами в Україні. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2016 № 5. URL: https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/download/840/1253.

204. Зураб Аласанія: Підписання статуту ПАТ НСТУ перший крок до створення Суспільного мовлення. *MediaSapiens*. URL: http://stv.mediasapiens.ua/reformuvannya/movlennya/zurab_alasaniya_pidpisannya_statutu_pat_nstu_pershiy_krok_do_stvorennya_suspilnogo_movlennya/.

205. Гринберг Р. С., Рубинштейн А. Я. Индивидуум & Государство: экономическая дилемма. Москва: Весь Мир, 2013. С. 480.

206. Brown. Public service broadcasting in four countries: Overview. The Journal of Media Economics, 1996. 9(1). P. 77–81

207. McChesney R.W. The mythology of commercial broadcasting and the contemporary crisis of public broadcasting. Retrieved September 30. 2004. URL: http://www.ratical.org/co_globalize/RMmythCB.html, 1997.

208. J. Bradford De Long, A. Michael Froomkin. The Next Economy? URL: http://osaka.law.miami.edu/~froomkin/articles/newecon.htm.

209. Ковриженко Денис. Фінансування суспільного мовлення в країнах Європи. *Лабораторія законодавчих ініціатив*. Київ, 2008. URL: http://parlament.org.ua/upload/docs/Chernikov.pdf.

210. ABC annual report 2004–2005. URL: http://about.abc.net.au/reports-publications/2004-2005-annual-report/.

211. Future of the BBC Chapter 7. *Paying for BBC services*, 107 (nd). Retrieved 1 June 2005. URL: http://www.bbc.co.uk/thefuture/text/bbc_bpv_chap7.html.

212. Ingmar Rövekamp. Public Service Broadcasting in an International Comparison. URL: https://www.cesifo-group.de/DocDL/dicereport314-db1.pdf.

213. Гнатюк С., Кияк М. Досвід функціонування суспільного телерадіомовлення в країнах європейського союзу:організаційно-правові та фінансово-економічні аспекти. URL: http://old.niss.gov.ua/monitor/mart2009/38.htm.

214. Collins R., Finn, A., McFadyen S., & Hoskins C. Public Service Broadcasting Beyond 2000: Is There a Future for Public Service Broadcasting? *Canadian Journal of Communication*. 200526(1). Retrieved 10 June. URL: http://www.cjc+online.ca/viewarticle.php?id=615&layout=html.

215. Jonathan Simon Public and Private Broadcasters across the World The Race to the Top. BBC, 2013. URL: https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/bbc_report_public_and_private_broadcasting_across_the_world.pdf.

216. Ofcom International Communications Market Report (December 2012). URL: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024/31596/icmr-2012.pdf.

217. «Общественное телевидение России» потратило все деньги. URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2013/07/130723_russian_public_tv_broke.

218. Суспільне мовлення в Європі під загрозою: звіт Комісара Ради Європи з прав людини. URL: https://www.coe.int/uk/web/kyiv/-/-public-service-broadcasting-under-threat-in-europe-report-of-the-council-of-europe-commissioner-for-human-rights.

219. Про схвалення проекту Основних напрямів бюджетної політики на 2018–2020 роки Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.06.2017 р. № 411-р. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250079263.

220. Вадим Міський. Нова модель фінансування Суспільного мовлення в Україні: як забезпечити бюджетну стабільність НСТУ. URL: https://stv.detector.media/kontent/ekspertna_dumka/nova_model_finansuvannya_suspilnogo_movlennya_v_ukraini_yak_zabezpechiti_byudzhetnu_stabilnist_nstu/undefined/.

221. Большакова О. Щодо проблеми фінансування суспільного мовлення. URL: http://www.telekritika.ua/suspilne-movlennya/2008-06-14/39698.

222. Лиховід Досвід країн-членів євросоюзу щодо громадського мовлення. Державне будівництво. 2009. № 1. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/5/08.pdf.

223. Правовое регулирование общественного телерадиовещания в странах СНГ: специальный доклад о правовых основах общественного вещания в Азербайджане, Грузии, Молдавии, России и Украине. Страсбург: Европейская Аудиовизуальная Обсерваториия, 2008. С. 41–42.

224. Здіорук С. І., Гнатюк С. Л. Суспільне мовлення: український варіант. URL: http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/9/11.pdf.

225. Чи знають в Україні, що таке Суспільне мовлення, та чи можна йому довіряти? URL: http://stv.detector.media/kontent/Audytoria/chi_znayut_v_ukraini_scho_take_suspilne_movlennya_ta_chi_mozhna_yomu_doviryati/.

226. За підтримки Ради Європи проведено найбільше соціологічне дослідження аудиторії суспільного мовлення. URL: https://www.coe.int/uk/web/kyiv/-/the-largest-sociological-survey-on-the-audience-of-public-broadcaster-carried-out-under-support-of-the-council-of-europe.

227. Реформи в Україні: недороблене і недовиконане. URL: https://dif.org.ua/article/reformi-v-ukraini-nedoroblene-i-nedovikonane.

228. Досвід функціонування механізму державного замовлення у сфері телерадіомовлення в контексті розбудови суспільного телерадіомовлення в Україні: аналітична доповідь.. Київ: Громадська організація «Лабораторія законодавчих ініціатив». 2008. 92 с.

229. Протокол засідання наглядової ради ПАТ «НСТУ» №20. URL: https://suspilne.media/documents/95.

230. Manfred Kops. What Is Public Service Broadcasting and How Should It Be Financed? Institute for Broadcasting Economics University of Cologne, Germany. Working Paper. No. 145_s. Cologne, Sept. 2001. URL: http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/sites/rundfunk/Arbeitspapiere/145_01se.pdf.

231. Вернер Румпхорст. Характер и роль общественного вещания. *Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення* / за ред. Шевченка Т. С., Сушко О. А., Київ: Тютюкін, 2010. 264 с.

232. Шевченко Тарас. Стандарти суспільного телерадіомовлення та шляхи їх запровадження в Україні. *Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення* / за ред. Шевченка Т. С., Сушко О. А., Київ: Тютюкін, 2010. 264 с.

233. Ольга Большакова, Вимоги до організаційно-правової форми суспільного мовника. *Суспільне мовлення: незалежність, свобода слова і різноманітність*. KAS Policy paper. Konrad Adenauer Stiftung. URL: https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=d7be839c-1b50-4ccf-c7a1-889420859092&groupId=252038.

234. Esther Enkin Appointed as New CBC Ombudsman. URL: http://www.cbc.radio-canada.ca/en/media-centre/2012/11/28/.

235. NPR Ombudsman. URL: https://www.npr.org/series/2781901/npr-ombudsman.

236. Contact the ABC. URL: http://abc.net.au/corp/audience/complaints_how.htm.

237. Резолюция № 1 «Будущее области телерадиовещания»: материалы 4 Европейская конф. министерств по политике в области средств массовой информации. (Прага, 7–8 дек. 1994 р.) Прага. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_121.

238. Mulgan G. Television's Holy Grail: Seven Types of Quality, a Mulgan, G. (ed) *The Question of Quality.* London: BFI Publishing, 1990. P. 4-23.

239. Robin Foster, Jim Egan and Jonathan Simon. Measuring public service broadcasting. *From public service broadcasting to public service communications.* URL: www.ippr.org/files/images/media/files/publication/2011/05/public_service_broadcasting_1296.pdf.

240. ISAS BC 9001: Новый международный стандарт по теле- и радиовещанию. URL: http://quality.eup.ru/MATERIALY14/isas_bc_9001.htm

241. ISAS BC 9001 and P 9001: certification standards for the media: TV, radio, press, Internet. URL: http://www.eoq.org/fileadmin/user_upload/Documents/Congress_proceedings/Turkey_2005/Proceedings/ 083_Guillaume_Cheneviere.pdf.

ДОДАТКИ

Додаток А (1)

ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

Комітет з питань економічної політики

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел. 255-91-07

№ 04-16/15-412 "11" січня 2018 р.

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України Ясиневича Станіслава Людвиговича на тему: «Механізми формування суспільних медіа ресурсів в контексті розвитку громадянського суспільства»

Видана ЯСИНЕВИЧУ Станіславу Людвиговичу про те, що результати його дисертаційного дослідження «Механізми формування суспільних медіа ресурсів в контексті розвитку громадянського суспільства» використані при опрацюванні Комітетом Верховної Ради України з питань економічної політики поданого Кабінетом Міністрів України проекту Закону України про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення корпоративного управління юридичних осіб, акціонером (засновником, учасником) яких є держава (реєстр.№ 6428 від 10.05.2017).

Зокрема, ґрунтуючись на положеннях дослідження, де розглядається організаційно-економічний механізм як сукупність форм, методів та інструментів управління установою, засновником якої є держава, були вдосконалені положення про суб'єкти управління об'єктами державної власності, повноваження уповноважених органів управління, діяльність та компетенції наглядової ради тощо.

Голова Комітету
з питань економічної політики **А. Іванчук**

Додаток А (2)

УКРАЇНА

НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ

01601, Київ - 34, вул. Прорізна, 2, тел. (38044) 278-68-32, факс (38044) 278-74-90
http.://www.nrada.gov.ua, E-mail: nrada@nrada.gov.ua

09.12. 2014 р. № 17/3584

на № _____

ДОВІДКА

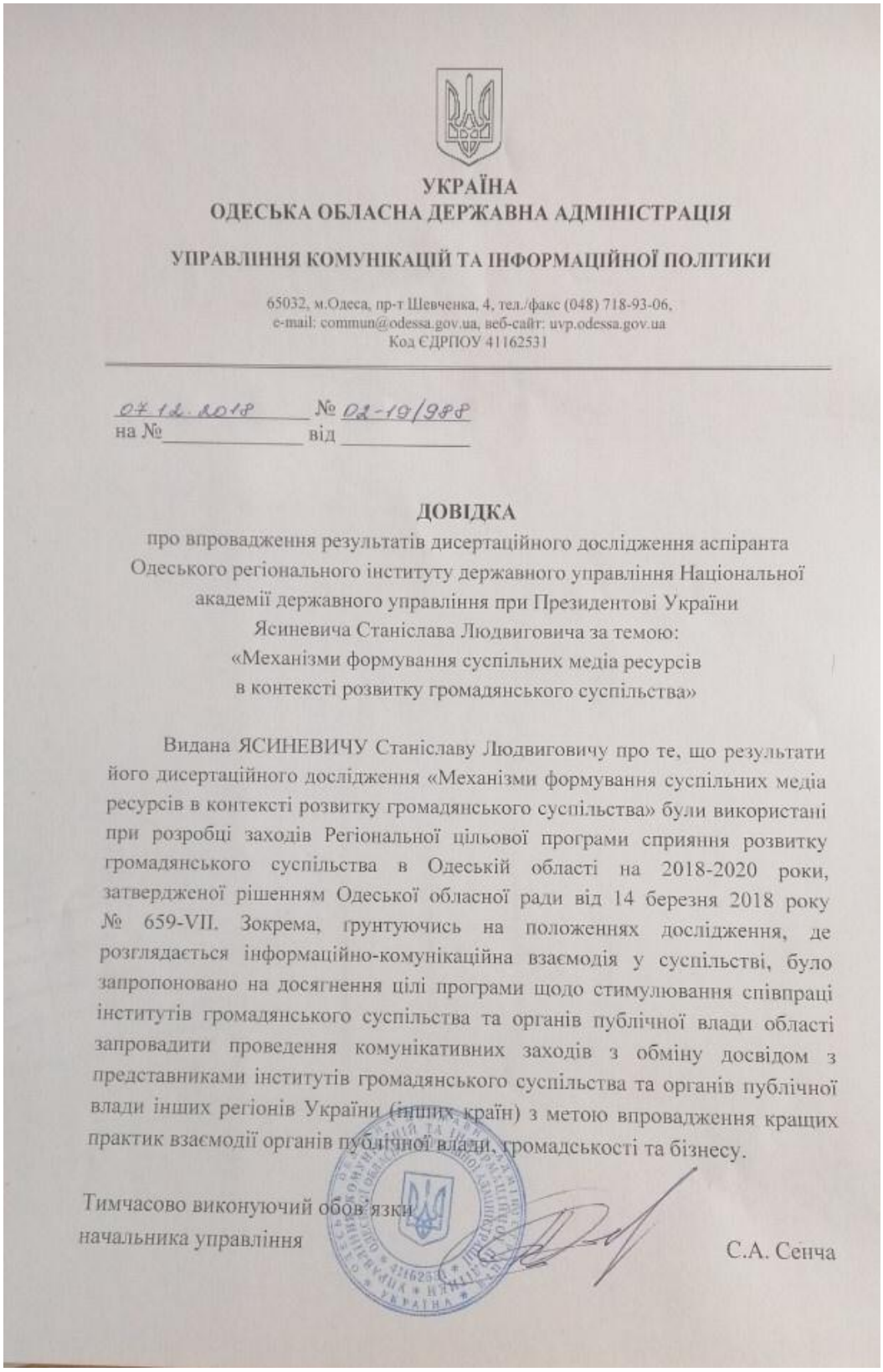
про впровадження результатів дисертаційного дослідження

здобувача Одеського регіонального інституту державного управління НАДУ при Президентові України *Ясиневича Станіслава Людвиговича* на тему: «*Механізми формування суспільних медіаресурсів в контексті розвитку громадянського суспільства*», за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління

Даним документом підтверджується, що наукові висновки та практичні рекомендації, викладені в дисертаційному дослідженні здобувача кафедри «Державного управління і місцевого самоврядування» ОРІДУ НАДУ при Президентові України Ясиневича Станіслава Людвиговича стосовно розроблення механізму координації взаємодії між суб'єктами державного регулювання діяльності суб'єктів ринку телебачення, зокрема основні підходи до дерегуляції цього ринку використано при розробці «Положення про порядок видачі ліцензій провайдера програмної послуги».

Заступник голови Національної ради **Г. Шверк**

Додаток А (3)



УКРАЇНА
ОДЕСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

65032, м.Одеса, пр-т Шевченка, 4, тел./факс (048) 718-93-06,
e-mail: commun@odessa.gov.ua, веб-сайт: uvp.odessa.gov.ua
Код ЄДРПОУ 41162531

07.12.2018 № 02-19/988
на № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України Ясиневича Станіслава Людвиговича за темою: «Механізми формування суспільних медіа ресурсів в контексті розвитку громадянського суспільства»

Видана ЯСИНЕВИЧУ Станіславу Людвиговичу про те, що результати його дисертаційного дослідження «Механізми формування суспільних медіа ресурсів в контексті розвитку громадянського суспільства» були використані при розробці заходів Регіональної цільової програми сприяння розвитку громадянського суспільства в Одеській області на 2018-2020 роки, затвердженої рішенням Одеської обласної ради від 14 березня 2018 року № 659-VII. Зокрема, грунтуючись на положеннях дослідження, де розглядається інформаційно-комунікаційна взаємодія у суспільстві, було запропоновано на досягнення цілі програми щодо стимулювання співпраці інститутів громадянського суспільства та органів публічної влади області запровадити проведення комунікативних заходів з обміну досвідом з представниками інститутів громадянського суспільства та органів публічної влади інших регіонів України (інших країн) з метою впровадження кращих практик взаємодії органів публічної влади, громадськості та бізнесу.

Тимчасово виконуючий обов'язки
начальника управління С.А. Сенча

Додаток Б

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковано основні наукові результати дисертації:

1. Ясиневич С. Л. Особливості формування громадянського суспільства в інформаційну епоху. *Актуальні проблеми державного управління*: зб. наук. праць ОРІДУ. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2015. Вип. 2(62). С. 40–44.

2. Ясиневич С. Л. Роль інформаційних технологій у формуванні громадянського суспільства. *Публічне адміністрування: теорія та практика*: електрон. зб. наук. праць ДРІДУ. 2016 Вип. 1(15). URL: http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/8.pdf

3. Ясиневич С.Л. Механізми формування інформаційно-комунікаційної взаємодії членів громадянського суспільства. *Актуальні проблеми державного управління*: зб. наук. праць ОРІДУ. Одеса: ОРІДУ НАДУ. 2018. Вип. 1(73). Одеса: ОРІДУ НАДУ. С. 99–105.

4. Ясиневич С. Л. Місце і роль мас-медіа в процесі формування соціально-комунікаційної сфери громадянського суспільства. *Теорія і практика державного управління*: зб. наук. праць ХарРІДУ. Вип. 3-2018. Харків: Вид-во «Магістр», 2018.

5. Yasinevich Stanislav. Financing Public Broadcasting: Ways of Funds Formation. Ukrainian Case. J Mass Communicat Journalism 8: 392. doi: 10.4172/2165-7912.1000392

6. Yasinevich Stanislav The role of the mass media in the formation of the social and communication sphere of civil society. *European Journal of Humanities and Social Sciences*: Scientific journal. № 5 2018. P. 33–35

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Ясиневич С. Л. Місце суспільних медіа ресурсів у розвитку громадянського суспільства. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку публічного управління* : матеріали Всеукр. підсумк. наук.-практ. конф. за міжнар. участю. (Одеса, 25 жовт. 2013 р.) Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2013. С. 212–213.

8. Ясиневич С. Л. Вплив інформації на формування громадянського суспільства. *Державне управління в Україні: історія державотворення, виклики та перспективи*: матеріали V Міжнар. наук. конф. аспірантів та докторантів з держ. упр. (Одеса, 15 трав. 2014 р.) Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2014. С. 50–54. URL: http://www.oridu.odessa.ua/7/1/doc/2014-05-27-Konf%202014.pdf

9. Ясиневич С. Л. Роль суспільних медіаресурсів в демократичному суспільстві. *Реформування публічного управління: теорія, практика,*

міжнародний досвід: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, (Одеса, 31 жов. 2014 р.). Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2014. С. 176–177.

10. Ясиневич С. Л. Напрямки державної політики щодо формування цілісного національного інформаційно-культурного простору. *Реформування публічного управління: теорія, практика, міжнародний досвід*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, присвяченої 20-річчю утворення інституту. (Одеса, 29–30 жов. 2015 р.). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2015. С. 42–43.

11. Ясиневич С.Л. Мережеве суспільство як нова форма комунікаційної взаємодії. *Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством* : матеріали наук.-практ. конф. (Одеса, 28 квіт. 2016 р.). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 168–171.

12. Ясиневич С.Л. Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на формування соціально-інформаційного простору. *Регіональна політика та регіональний розвиток в Україні*: матеріали IV ВЕБ-семінару для представників вищих навч. закладів, органів публічної влади, громадських організацій (Одеса, 07 черв. 2016 р.). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 63–66

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

13. Ясиневич С.Л. Суспільне мовлення та універсальна програмна послуга: чи буде користь від законодавчих змін? *Детектор Медіа.* URL: https://detector.media/infospace/article/120361/2016-11-07-suspilne-movlennya-ta-universalna-programna-posluga-chi-bude-korist-vid-zakonodavchikh-zmin/

Додаток В

Узагальнення підходів до визначень «інформаційне суспільство», «соціальна комунікація», «масова комунікація»

Джерело	Громадянське суспільство	Інформаційне суспільство	Соціальна комунікація	Масова комунікація
Криса ченко В.С.	«сукупність індивідів», «неодержавлені суспільні відносини», «реалізація прав та свобод людини»	• здатністю якісно продукувати всю необхідну для життєдіяльності суспільства інформацію; • наявністю розвиненої інформаційної інфраструктури суспільства; • високим рівнем доступності всіх членів суспільства необхідної інформації;	Під термином «соціальна комунікація» Бебик В.М. пропонує розглядати процес передавання, переробки та прийняття соціальної інформації, здійснюваний суб'єктами та об'єктами (глобальної чи національної) суспільної сфери. Зрозуміло, що даний процес соціальної комунікації відбувається під час багатостороннього та різнорівневого обміну соціальною інформацією (якщо там є людина - процес набуває соціальності) між політичною, економічною та духовною сферами глобального суспільства та їх національними відповідниками	Попов Н.П. визначає соціальні функцій засобів масової комунікації: • інформування громадян про найважливіші для них і влади події; • освіти (доповнює діяльність спеціальних навчальних закладів - шкіл, технікумів, університетів, академій); • критики й контролю, реалізація яких спирається на громадську думку та закон; • артикуляції та інтеграції, що сприяє об'єднанню та згуртуванню суспільних інтересів, є умовою для формування впливової опозиції; • мобілізації, що спонукає людей до певних політичних дій (або свідомої бездіяльності); • інновації, що виявляється в ініціюванні політичних змін шляхом постановки важливих проблем перед владою й

	- це система відносин між громадянами, закріпленими у відносинах певних спільностей людей, які мають різний вимір: соціально-демографічний, політичний, економічний, конфесійний тощо. Громадянське суспільство відображає якісно-історичні характеристики суспільства, набуті лише на певному етапі його розвитку.	Інформаційне суспільство характеризується визнанням інформації одним з найважливіших суспільних ресурсів, а інформаційний сектор економіки (виробництво, зберігання, обробка, передача і споживання інформації) є одним з найважливіших видів суспільної діяльності, який створює інформаційно-комунікаційну базу для формування глобального інформаційного суспільства та розвитку науково-технічного, соціально-економічного й освітньо-культурного прогресу	Він зазначає, що найвпливовішим видом соціальної комунікації, безумовно, є масова комунікація. Масова комунікація (або інформаційно-комунікаційна діяльність) є діяльністю соціального суб'єкта з виробництва й поширення соціальної інформації, націленої на формування суспільної свідомості суб'єктів та об'єктів суспільної сфери і відповідне спрямування їх (політичної, економічної, духовної) діяльності. Ця діяльність здійснюється за допомогою специфічних суспільних інститутів - засобів масової комунікації.	Запорожець Т.М. зазначає, що новий імпульс і нові якості отримує вся система масової комунікації, зокрема це стосується соціальної інформації, яка охоплює світоглядну, духовну, естетичну, публіцистичну, побутову інформацію тощо. Основу в розумінні масової комунікації становить інформаційний простір – середовище, у якому і завдяки якому виробляється, існує, циркулює, обертається інформація.

	а) концепція індивідуалізму, у якій людина розглядається к першооснова суспільного та політичного устрою, найвища соціальна цінність;	В цьому зв'язку важливим є поняття інформаційних потоків, які розглядаються як: • цілеспрямований рух інформації з усіх сегментів суспільної сфери, який здійснюється усіма наявними інформаційно-комунікативними каналами від джерел до споживачів інформації (широке розуміння). До комунікаційних каналів у даному плані зараховують: мас-медіа, нові інформаційні технології, спортивні, політичні, економічні, культурні, освітні обміни, туризм, міграцію, персональні контакти тощо; • цілеспрямований рух інформації, яка надходить насамперед медійними (відео-аудіальними і пресовими) і телекомунікаційними (зв'язок, комп'ютерні інформаційні системи та		

Африканський Банк Розвитку	Громадянське суспільство охоплює людей і діяльність об'єднань, що діють у публічній сфері поза ринку і держави. Це добровільне вираження інтересів і сподівань громадян, організованих, об'єднаних спільними інтересами, цілями, цінностями і традиціями, і мобілізованих в колективні дії або в якості бенефіціарів або учасників процесу розвитку.	Бебик В. визначає соціальні комунікації як «інформаційно-комунікаційне поле суспільного життя, що має соціальний характер». Тут спостерігається залучення терміну «поля», який входить в систему соціального простору. Масову ж комунікацію цей дослідник визначає як діяльність, що пов'язана з виробництвом, розповсюдженням соціальної інформації за допомогою специфічних суспільних інститутів – засобів масової комунікації		

	До ролей громадянського суспільства відносять [тамже]: • Контрольна: сприяють підвищенню прозорості та підзвітності; • Адвокат: підвищення обізнаності про соціальні питання й проблеми, і виступає за позитивні зміни; • Постачальник послуг: надання послуг для задоволення суспільних потреб, таких як освіта, здоров'я, продовольства і безпеки; проведення ліквідації наслідків стихійних лих, забезпечення готовності і реагування на надзвичайні ситуації • Експерт: набуття унікального знання і досвіду для формування політики і стратегії, а також виявлення і вирішення проблем; • Вихователь: забезпечення виховання, навчання і зміцнення потенціалу; • Інкубатор: щодо розробки рішень, які потребують тривалої підготовки або періоду окупності; • Представник: надаєте сили голосу маргінальних або слабо представлених груп; • Громадське лідерство: заохочення участі громадян та забезпечення прав громадян; • Прихильник солідарності: сприяння розвитку фундаментальних і універсальних цінностей; • Визначення стандартів: створення норм, які формують ринок і державну діяльність.	Соколов А.В. зазначає, що соціальний простір – це інтуїтивно відчуваєма людьми система соціальних відносин між ними. Соціальні відносини численні і різноманітні – родинні, службові, сусідські, випадкові знайомства і т.д., тому соціальний простір має бути багатовимірним. Поширення смислів в соціальному просторі означає сприйняття їх людьми, що знаходяться в певних соціальних стосунках з коммуникантом. Коммуникант ніколи не ставить за мету передати повідомлення з пункту А в пункт В, йому важливо, щоб зміст повідомлення дійшов до соціально пов'язаних з ним людей і був ними правильно зрозумілий. В іншому випадку виходить не смислова взаємодія, соціальної комунікації немає		

	тільки таке середовище (через внутрішні складові компоненти – сім'я, церква) акумулює, зберігає та відтворює етично-моральні кодекси поведінки людини, що нерідко є значно дієвішими, аніж правовий закон, який має своїм підґрунттям державний примус.	В цьому зв'язку особливої ваги набуває відповідна (глобальна чи національна) система соціальної комунікації, в каналах якої здійснюється передача належної інформації.		
	в змісті громадянського суспільства прослідковується боротьба, поляризація, протистояння різноманітних елементів. Потрапляючи у цей простір, людина отримує можливість знайти необхідну нішу для реалізації власних специфічних інтересів			
	загальновизнаним принципом існування правової держави є усвідомлення та прагнення відстоювати громадянином свої права, спрямованість на дію.			

Додаток Г

Наукові підходи до визначення поняття «медіапростір»

№	Наукові підходи	Зміст наукового підходу	Представники
1.	Соціологічний	Акцентується на соціальній природі комунікацій в цілому. Медіапростір розглядається як середовище, в рамках якого відбуваються соціальні комунікації, розглядаються проблеми впливу медіапростору на суспільство. Сам медіапростір трактується як сукупність засобів соціальної комунікації, які впливають на громадську свідомість.	Г. Зиммель, П. Бурдьє, О. М. Астаф'єва, Т. В. Пискун
2.	Психологічний	Акцентується на психологічних аспектах функціонування медіапростору, розглядаються засоби психологічного впливу медіапростору на особистості. Сам медіапростір трактується як сукупність засобів психологічного впливу на особистість.	Є. Н. Волкова, Г. М. Маклюен
3.	Теорія журналістики	Акцентується на практичних аспектах функціонування засобів масмедіа. Сам медіапростір трактується як сукупність засобів масової інформації та масової комунікації.	М. І. Бурич, І. А. Смушкова
4.	Філософсько-культурологічний	Розглядає визначення поняття «медіапростір» з позицій його багатоаспектності, синтетичного характеру, складності сучасного інформаційно-комунікаційного простору, який охоплює кілька середовищ, що утворюють нові умови суспільного життя: техносферу, яка побудована на ІКТ; інфосферу, що базується на інформаційно-мережевих магістралях; соціоінфосферу, яка обіймає будь-які потоки інформації, структури, що їх організують і управляють, створюють їх споживання і впливають на стан соціального інтелекту.	В. О. Ільганаєва

Додаток Д

Власники укракїнських медіа

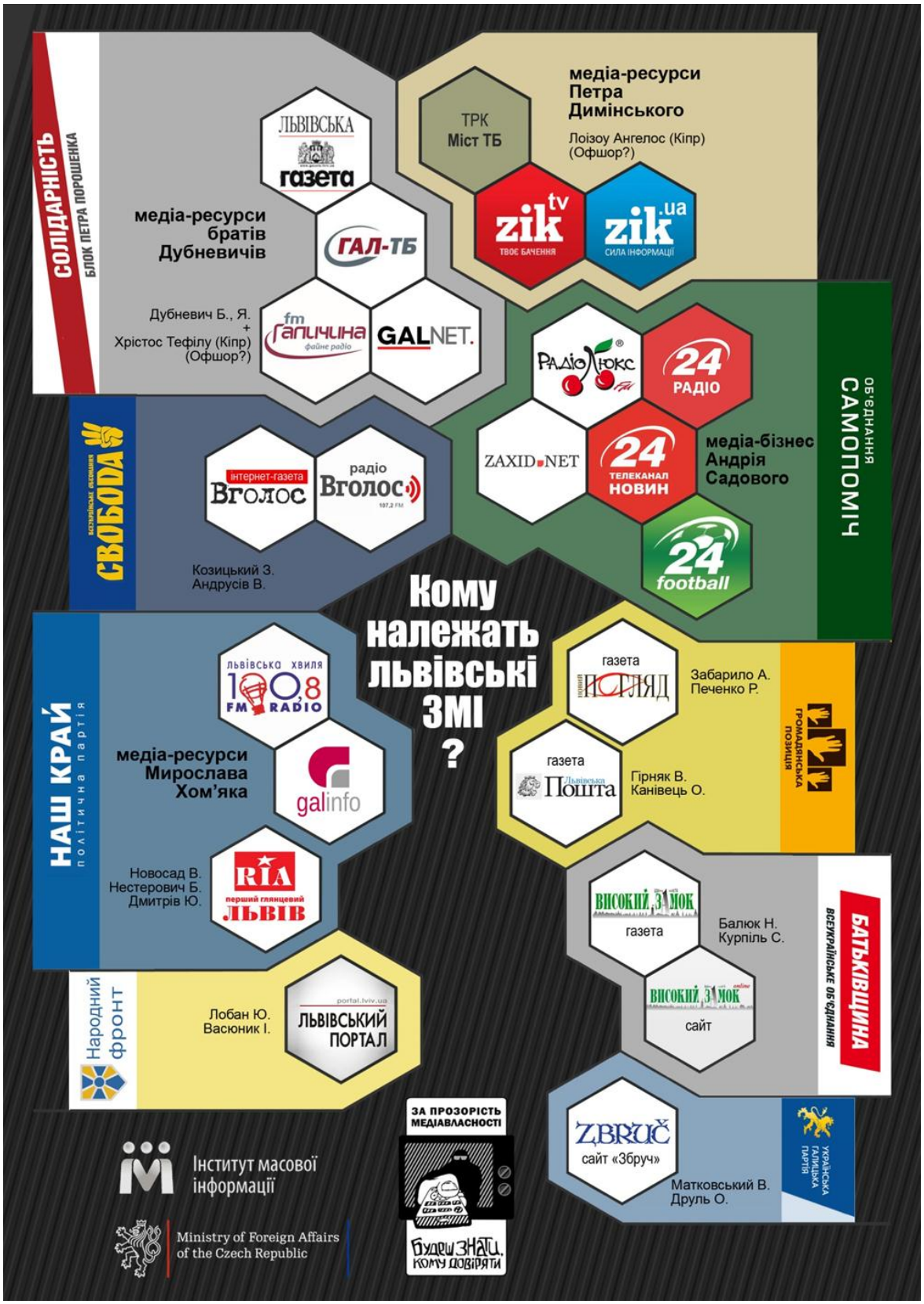
Телебачення
Перший Національний – влада;
Рада – ВРУ (ефірний час за квотами парламентських фракцій і груп);
1 + 1 – І.Коломойський
2 + 2 – І.Коломойський
Плюсплюс – І.Коломойський
ТЕТ – І.Коломойський
5 канал – П. Порошенко
24 канал – А. Садовій (?)
112.Україна – Сергій Курченко, С.Арбузов Захарченко (екс-міністр МВС Януковича?) (?)
ІНТЕР – Фірташ, Льовочкін
ІНТЕР + – Фірташ, Льовочкін
Мега – Фірташ, Льовочкін
НТН – Фірташ, Льовочкін К1 – Фірташ, Льовочкін
К2 – Фірташ, Льовочкін Е
nter Film – Фірташ, Льовочкін Піксель – Фірташ, Льовочкін
MTV – Фірташ, Льовочкін
СТБ – Віктор-Олена Пінчуки (Кучма)
Новий канал – Віктор-Олена Пінчуки (Кучма)
ICTV – Віктор-Олена Пінчуки (Кучма)
М1 – Віктор-Олена Пінчуки (Кучма)
М2 – Віктор-Олена Пінчуки (Кучма) канал
QTV – Віктор-Олена Пінчуки (Кучма)
ТРК Україна – Рінат Ахметов Еспресо
TV – гл.р-р Н. Княжицький (група, близька до партії Ю. Тимошенко "Батьківщина") (?)
ТВі – Костянтин Кагаловський
UBR – Ігор Гужва
Ера – Деркач Планета – Харківські ??
Інтернет та друковані ЗМІ
ІА 112.ua (http://112.ua/) – Сергій Курченко, Олександр Янукович
УНН (http://www.unn.com.ua/) – «Інтермедіа консалтинг» – Медведчук, Дмитро Сагач, Ганна Герман
LB.ua (Лівий берег, http://lb.ua/) – Віктор Пінчук, зять Кучми
Подробиці (http://podrobnosti.ua/) – Фірташ, Льовочкін
Корреспондент.net (http://korrespondent.net/) – Сергій Курченко
Гроші (www.dengi.ua) – Сергій Курченко
www.aif.ua – Сергій Курченко
www.kp.ua – Сергій Курченко www.tv.ua – Сергій Курченко

www.vgorode.ua – Сергій Курченко
Обозреватель (http://obozrevatel.com/) – (?) О.Турчинов, М.Бродський
Сьогодні (Київ) (http://video.segodnya.ua/) – Рінат Ахметов
Факти і коментарі (http://fakty.ua/) – Віктор-Олена Пінчуки (Кучма)
Главред (http://glavred.info/) – Ігор Коломойський
Цензор.нет (http://censor.net.ua/) – Юрій Бутусов, виходець з Дзеркала Тижня
Дзеркало тижня (http://zn.ua (- Юлія Мостова, дружина Анатолія Гриценко, Юрій Бутусов – редколегія, журналіст, фінансує Михайло Бродський
УНІАН (http://www.unian.net/) – Ігор Коломойський
Факти (http://fakty.ua/) – Віктор Пінчук
Комсомольська правда в Україні (http://kp.ua/) – Сергій Курченко
Аргументи і Факти в Україні (http://www.aif.ua/) – Сергій Курченко
Журнал Корреспондент (http://korrespondent.net/) – Сергій Курченко
Forbes Україна (http://forbes.ua/) – Сергій Курченко Bigmir)
нетто (http://www.bigmir.net/) – Сергій Курченко, Олександр Янукович
Погляд (http://vz.ru/ http://vz.ua/) – Сергій Арбузов, Олександр Янукович
Капітал (http://www.capital.ua/) – Сергій Арбузов, Олександр Янукович
Коментарі (comments.ua) – Р. Ахметов

Джерело: patrioty.org.ua
Режим доступу: https://antikor.com.ua/articles/26609-komu_nalehatj_ukrajinsjki_zmi_spisok_vlasnikiv



Джерело:http://imi.org.ua/analytics/50876-komu-nalejat-harkivski-zmi-analiz-institutu-masovoji-informatsiji.html



Джерело: http://imi.org.ua/analytics/50038-navischo-gromadyanam-znati-hto-volodie-zmi.html

Додаток Е

Базові принципи діяльності суспільного мовлення

1. Універсальність

Громадське мовлення має бути доступним по всій країні і для кожного громадянина. Це глибоко егалітарна і демократична мета, що ставить всіх громадян в рівне становище, незалежно від їх соціального статусу чи доходу.

2. Різноманітність

Суспільного мовлення повинно бути диверсифіковане, принаймні трьома способами: з точки зору жанрів програм, що пропонуються, цільових аудиторій та питань, що обговорюються. Громадське мовлення має відображати різноманітність суспільних інтересів, пропонуючи різні види програм, від випусків новин до розважальних програм. Деякі програми можуть бути спрямовані тільки на частину громадськості, чиї очікування різноманітні. Зрештою, суспільне мовлення має дійти до кожного, не через кожну програму, а через відповідні програми та їх різноманітність. Через різноманітність обговорюваних питань, суспільне мовлення може також прагнути реагувати на різноманітні інтереси громадськості і, таким чином, відображати весь спектр актуальних питань у суспільстві. Різноманітність і універсальність є взаємодоповнюючими і тому виробництво програм, призначених для молоді іноді, іноді для літніх людей, а іноді і для інших груп, в кінцевому рахунку означає, що суспільне мовлення звертається до всіх.

3. Незалежність

Суспільне мовлення є форумом, де ідеї повинні бути виражені вільно, де інформація, думки і критичні зауваження циркулюватиме. Це можливо лише за умови незалежності, а отже, свобода-суспільного мовлення протиставляється комерційному тиску або політичному впливу. Якщо інформація, що подається суспільним мовником під впливом уряду, то люди менше будуть довіряти, так

само, якщо програмування суспільного мовника були розроблені в комерційних цілях, то люди не зрозуміють, чому вони фінансують послуги і програми, що істотно не відрізняються від послуг, наданих комерційним мовленням.

4. Відмінність

Впізнаваність вимагає, щоб послуга суспільного мовлення відрізнялась від інших служб мовлення. В суспільному мовленні програмування, якість і особливий характер програм повинна надати те, що відрізняє цю послугу від інших послуг. Це не просте питання, це справа робити речі по-різному, не виключаючи будь-який жанр. Цей принцип повинен привести суспільних мовників до інновації, створення нових напрямків, нових жанрів, задавати темп в аудіовізуальному світі і тягнути інші мережі мовлення на свій шлях.

Додаток Ж

Система нормативних документів щодо регулювання в європейських країнах суспільного мовлення

«Про роль національного мовлення та управління ним» Рекомендація 748 (1975) Парламентської асамблеї Ради Європи

«Про парламентську відповідальність за процес демократичного реформування мовлення» Рекомендація 1147 (1991) Парламентської асамблеї Ради Європи

«Від мовлення, контрольованого державою, до суспільного мовлення» Віденська Декларація Європейського симпозіуму Міжнародного інституту преси з проблем ЗМІ, Відень, 22–24 вересня 1993 року

«Майбутнє суспільного мовлення» Резолюція № 1 4Qї Європейської конференції міністрів з питань політики в галузі ЗМІ, Прага, 7–8 грудня 1994 року

«Про гарантії незалежності суспільного телерадіомовлення» Рекомендація № R (96) 10 від 11 вересня 1996 року Комітету міністрів Ради Європи. (Ухвалена Комітетом міністрів 11 вересня 1996 року на 573-му засіданні заступників міністрів)

Додаток до рекомендації №r(96)10 «керівні принципи, що гарантують незалежність громадського телерадіомовлення»

Пояснювальний меморандум до Рекомендації №R(96)10 «Про гарантії незалежності суспільного мовлення»

«Про заходи щодо сприяння плюралізму в ЗМІ» Рекомендація № R (99)1 від 19 січня 1999 року Комітету міністрів Ради Європи (Ухвалена Комітетом міністрів 19 січня 1999 року на 656-му засіданні за ступників міністрів)

Додаток до рекомендації №r(99)1 «Заходи, що сприяють плюралізму в ЗМІ»

Пояснювальний меморандум до Рекомендації №R(99)1 «Про заходи щодо сприяння плюралізму в ЗМІ (витяг)

«Доступ до ефіру. Принципи свободи слова та регулювання мовлення» Артикль 19, березень 2002 року (витяг)

Виконання Україною своїх обов'язків та зобов'язань Резолюція № 1346 (2003) Парламентської асамблеї Ради Європи

«Про суспільне мовлення» Рекомендація № 1641 (2004) Парламентської асамблеї Ради Європи

Супільне мовлення. Пояснювальний меморандум Комітету з культури, науки та освіти Ради Європи, 12 січня 2004 року.

Виконання обов'язків та зобов'язань Україною. Резолюція № 1466 (2005) та Рекомендація № 1722 (2005) Парламентської асамблеї Ради Європи від 5 жовтня 2005 року;

«Щодо гарантій незалежності суспільного мовлення у країнах-членах» Декларація Комітету міністрів Ради Європи (Ухвалено Комітетом міністрів 27 вересня 2006 р. на 974-му засіданні заступників міністрів)

«Щодо місії суспільних засобів масової інформації в інформаційному суспільстві» Рекомендація Rec (2007)3 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам (Ухвалено Комітетом міністрів Ради Європи 31 січня 2007 року на 985-му засіданні заступників міністрів)

«Фінансування суспільного мовлення» Рекомендація 1878 (2009) Парламентської асамблеї Ради Європи

Додаток З

Хронологія становлення законодавчої бази щодо створення суспільного мовлення в Україні

№ з/п	Період	Нормативно-правові документи	Результати
1	02.07.2014	Проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» (щодо уточнення окремих положень) № 422 а	Комітет ВРУ рекомендував прийняти у першому читанні, 23.07.2014
2	17.04.2014	Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» № 1227	Ухвалено ВРУ, набрав чинності 15.05.2014
3	24.04.2013	Проект Постанови Верховної Ради України «Про прийняття за основу проекту Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» № 1076 П	Постанову підписано 24.09.2013
4	19.09.2013	Проект Постанови Верховної Ради України «Про направлення на повторне друге читання проекту Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» № 1076/П1	Постанову підписано
5	12.12.2012	Проект Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» № 1076	Ухвалено
6	2011	Державний комітет телебачення і радіомовлення України підготував і подав на розгляд уряду Проект Закону України «Про суспільне телебачення і радіомовлення в Україні»	Повернуто на доопрацювання
7	2010	Проект Закону «Про системи суспільного телебачення та радіомовлення України» №7241	Проект відкликано
8	18.02.2010	Про концепцію створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України та хід упровадження цифрового телерадіомовлення; Рішення РНБО від 11.09.2009 (введено в дію Указом Президента України № 189/2010 (189/2010) від 18 лютого 2010 р.	Чинний
9	21.02.2008	Указ Президента України «Про заходи щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України» № 148	Чинний
10	22.12. 2005	«Про внесення змін та доповнень до Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» (нова редакція)»	Відхилено у другому читанні через формування Громадської ради

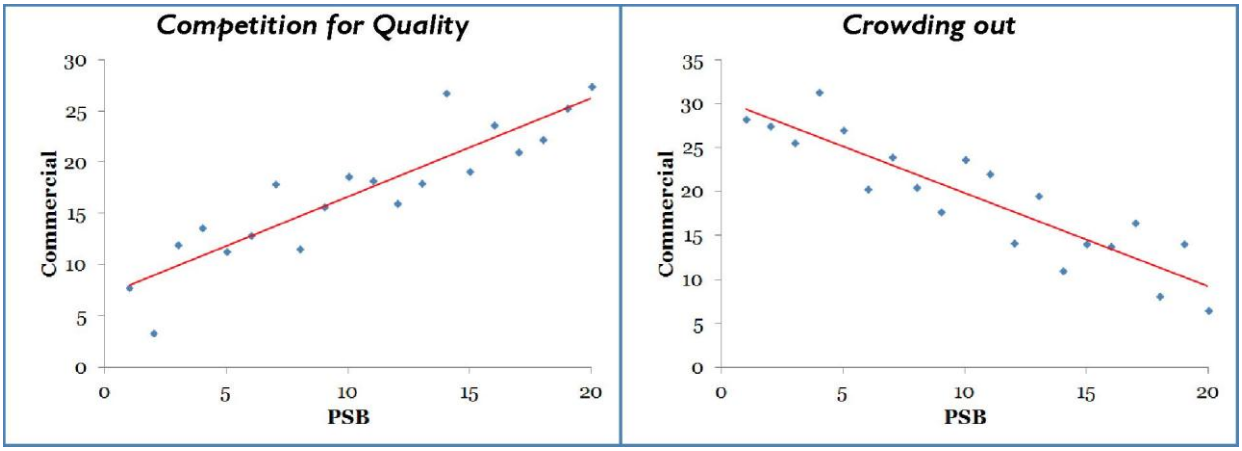
11	21.06.2005	Про рекомендації парламентських слухань «Перспективи створення громадського телерадіомовлення в телерадіомовлення в Україні» Постанова Верховної Ради України від 21 червня 2005 р. № 2684-IV	Чинний
12	05.10.2005	Резолюція 1466 (2005) Парламентської Асамблеї Ради Європи «Про виконання обов'язків та зобов'язань Україною»	Чинна
13	15.03.2007	Декларація про співпрацю з метою запровадження в Україні суспільного телерадіомовлення	Підписано
14	21.11.1997	Про створення телерадіоорганізації Суспільного мовлення України: Постанова Верховної Ради України від 21 листопада 1997 р. № 667/97-вр	Чинна
15	18.07.1997	Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» № 485/97	Втратив чинність

Додаток И

Кореляція між діяльністю Служби суспільного мовлення і комерційним сектором в європейських країнах

За визначеними показниками, розглядається кореляція між Службою суспільного мовлення і комерційним сектором в кожній країні. Сильні позитивні кореляції - як показано в лівій діаграмі нижче - узгоджуються з гіпотезою доброчесного кола: вони показують, що здоровий секторі мовлення суспільних послуг, як правило, відповідає здоровим комерційним результатам на ринку.

Навпаки, сильні негативні кореляції вказують на витіснення (див праву діаграму): сильні або здорові сектори Служби суспільного мовлення, як правило, пов'язані з слабкістю або хворобою комерційних ринків. Нарешті, результати, в яких кореляція слабка (ні сильно позитивної, ні негативної) припускають, що немає ніякого зв'язку між силою Служби суспільного мовлення і комерційними результатами на ринку.



По-друге, а також дивлячись на кореляції між цими окремими компонентами, доводиться створення композитних для Суспільного мовлення і комерційних агентів бали сектора для кожної країни, які побудовані з окремих компонентів. Ці оцінки служать корисним засобом для узагальнення загальної міцності Суспільного мовлення і комерційного секторів в кожній країні, і дозволяють нам поглянути на ступінь кореляції між ними. Цей останній аналіз дозволяє нам вивчити, чи є позитивний зв'язок між наявністю здорового суспільного мовлення (визначається як ті, що добре фінансуються, інвестуючи значні суми в програмування з різноманітним графіком пропонуючи високу якість програм і здорові комерційні показники ринку (характеризується аналогічним чином).

Додаток К

Структура бюджетів суспільних мовників в країнах ЄС

Країна	*Структура і джерела доходів*
1	*2*
Болгарія	**Структура бюджету**: дані відсутні. **Джерела фінансування**: 1) кошти державного фонду підтримки ЗМІ (Фонд ”Радіо та телебачення”); 2) кошти Державного бюджету; 3) надходження від реклами та спонсорської підтримки виробництва програм; 4) доходи від інших видів господарської діяльності; 5) благодійні пожертвування. Кошти Державного бюджету, що виділяються суспільному мовленню, мають цільовий характер – за рахунок цих коштів може бути профінансовано лише створення та розповсюдження загальнонаціональних та регіональних програм та капітальні витрати. Надходження від розміщення реклами на каналах суспільного мовлення є невисокими з огляду на те, що для суспільних мовників встановлено нижчі, ніж для приватних мовників, квоти на рекламу: загальна тривалість реклами на суспільному телебаченні не може перевищувати 15 хвилин на добу та 4 хвилини на годину, на суспільному радіомовленні – 6 хвилини на годину без обмежень добової квоти.
Польща	**Структура бюджету:** абонентська плата – 31,9 %, реклама – 56,3 %, інші джерела – 11,8 %. Низький розмір надходжень від абонентської плати пояснюється насамперед тим, що її сплачують лише близько 50 % домогосподарств. Втрати від неплатежів певною мірою компенсує високий розмір абонентської плати – майже 50 євро (за співвідношенням абонентської плати до середнього доходу Польща посідає 4 місце в Європі). **Джерела фінансування**: 1) абонентська плата, пеня за несвоєчасну сплату абонентської плати, штрафи за використання незареєстрованих телевізійних та радіоприймачів; 2) реклама і спонсорство; 3) доходи від використання об’єктів інтелектуальної власності; 4) кошти Державного бюджету; 5) інші джерела.
Франція	**Структура бюджету:** 1) абонентська плата – від 100 % на ARTE France та INA до 72 % на France Televisions, 2) доходи від реклами – 20,6 %, 3) інші доходи – 20,8 % (станом на 1 січня 2006 року) **Джерела фінансування:** 1) абонентська плата; 2) доходи від власної господарської діяльності (у тому числі від реклами і спонсорської підтримки виробництва програм.)
Естонія	**Структура бюджету:** Радіо – 1) кошти Державного бюджету – 94 %, 2) доходи від надання послуг – 4,7%, 3) доходи з інших джерел – 1,3 % (станом на 31.12.2005 р.); Естонське телебачення – 1) кошти Державного бюджету – 93 % (з яких близько 15 % – надходження від абонентської плати), 2) доходи від надання послуг та доходи з інших джерел – 7 % (доходи від організації публічних заходів, безповоротна фінансова допомога тощо) (станом на 2004 р.). **Джерела фінансування**: 1) кошти Державного бюджету; 2) благодійні пожертвування та кошти, які надаються на фінансування спеціальних проектів; 3) доходи, отримані від організації публічних заходів; 4) доходи, отримані від виробництва та розповсюдження фонограм. Реклама на радіо та телебаченні заборонена; ст. 29-1 Закону ”Про телебачення і радіомовлення” також забороняє виробництво і розповсюдження програм суспільного мовлення за рахунок спонсорської підтримки. Щорічний обсяг бюджетного фінансування суспільного мовлення в Естонії визначається планами розвитку радіо та телебачення, які затверджуються парламентом строком на 3 роки.

Країна	*Структура і джерела доходів*
1	*2*
Німеччина	**Джерела фінансування**: 1) абонентська плата; 2) доходи від реклами і спонсорства; 3) власні доходи, у тому числі – від виробництва та розповсюдження програм. Телеторгівля заборонена взагалі, реклама і спонсорство – обмежені. Трансляція програм, створених за підтримки спонсорів дозволяється після 20-00, трансляція реклами дозволяється лише на провідних каналах ARD та ZDF, відповідно – Першому каналі та ZDF з понеділка по суботу; загальна тривалість не може перевищувати 20 хвилин на день. Основним джерелом фінансування є абонентська плата. Забезпечення фінансових потреб суспільного мовлення покладається на спеціально створену Комісію з оцінки фінансових потреб суспільних мовників (орган, сформований урядами земель з 16 незалежних експертів, кожен з яких представляє одну федеральну землю, та 5 представників рахункових палат земель; строк повноважень членів Комісії – 5 років). Кожні два роки ARD і ZDF подають на розгляд Комісії пропозиції щодо перегляду обсягу фінансування, Комісія – проводить їх оцінку на предмет обґрунтованості, і за результатами розгляду може подати пропозиції стосовно підвищення розміру абонентської плати на наступні 2 роки. Відповідні пропозиції мають бути підтримані урядами всіх земель і ландтагами, після чого затверджуються на федеральному рівні.
Чехія	**Структура бюджету:** 1) абонентська плата – 58,6 %, 2) доходи від реклами – 20,6 %, 3) інші доходи – 20,8 % (станом на 1 січня 2006 р.) **Джерела фінансування:** 1) абонентська плата; 2) доходи від власної господарської діяльності (від реклами і спонсорської підтримки)

Додаток Л

Суб’єкти функціональної підсистеми та їх функції

Наглядова рада НСТУ

- визначає основні напрями діяльності НСТУ
- призначає п’ять членів редакційної ради НСТУ
- обирає на конкурсних засадах на чотири роки голову правління НСТУ та, за його поданням, членів правління НСТУ
- обирає із свого складу голову, заступника голови та секретаря Наглядової ради НСТУ, приймає рішення про припинення їхніх повноважень
- затверджує положення про ревізійну комісію НСТУ, інші внутрішні документи відповідно до Статуту НСТУ та вносить зміни до них
- затверджує щорічний звіт про діяльність НСТУ, забезпечує його оприлюднення
- приймає рішення про створення, реорганізацію, ліквідацію дочірніх юридичних осіб НСТУ
- створює та ліквідовує громадські ради та інші дорадчі органи, визначає порядок їхньої діяльності, формує їхній склад
- готує пропозиції щодо вдосконалення нормативно-правового регулювання НСТУ та подає їх відповідним органам державної влади
- встановлює умови та розмір оплати праці працівників НСТУ
- здійснює інші передбачені цим Законом і Статутом НСТУ права та обов’язки
- Наглядова рада НСТУ не може втручатися у поточну господарську діяльність правління НСТУ

Правління НСТУ

- здійснює управління поточною діяльністю НСТУ
- розробляє пропозиції до проекту фінансового плану НСТУ
- організовує виконання рішень Наглядової ради НСТУ
- здійснює інші передбачені законом і Статутом НСТУ права та обов’язки

Голова Правління НСТУ

- організовує роботу правління, головує на його засіданнях
- вчиняє правочини від імені НСТУ
- здійснює добір кадрів НСТУ, формує кадровий резерв на відповідні посади, організовує роботу з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників НСТУ
- діє без довіреності від імені НСТУ у межах, встановлених Статутом НСТУ
- здійснює інші передбачені законом і Статутом НСТУ права та обов’язки

Ревізійна комісія НСТУ

- Ревізійна комісія є органом НСТУ, який контролює фінансово-господарську діяльність правління НСТУ
-

Редакційна рада

- 5 осіб призначаються Наглядовою радою НСТУ.
- 5 осіб обираються загальними зборами творчого колективу НСТУ
- 5 осіб призначаються на конференції редакційних рад регіональних філій НСТУ

Склад НСТУ

- UA: Перший
- UA: Культура
- UA: Крим
- UA: Українське радіо
- UA: Радіо Промінь.
- UA: Радіо Культура
- Центральний канал
- Радіо «Голос Києва»
- 23 регіональних філій.