

2. Васильєва С. К вопросу о сущности международного лоббизма // В. Васильєва // Власть. – 2012. – № 2. – С. 174–176.
3. Сокур С.П. Лоббистська діяльність у країнах та інституціях ЄС : монограф. / С.П. Сокур. – К. : Фенікс, – 2020. – 256 с.
4. Українська дипломатична енциклопедія : у 2 т. / редкол. : Л. В. Губерський (голова) та ін. – К. : Знання України, 2004. – Т. 1. – 760 с.
5. Нестерович В.Ф. Міжнародно-правове закріплення інституту лобіювання на прикладі Ради Європи та модельного законодавства СНД // В.Ф. Нестерович // Влада. Людина. Закон : міжнар. наук. журн. – 2010. – № 9. – С. 33–41.
6. Інститут лобіювання в Україні та за кордоном: походження, проблеми, перспективи розвитку : наук.-інформац. вид. / Д. Базілевич, В. Нестерович, В. Федоренко ; І-т професійного лобіювання та адвокати. – К. : ФОП Москаленко О.М., 2015. – 111 с.
7. Хоппе Т. Законодательный инструментарий по лоббистской деятельности [Электронный ресурс] / Т. Хоппе // Совет Европы. – 2019. – Режим доступа : http://tilman-hoppe.de/Lobbying_Toolkit-RU.pdf.
8. Factsheet 2: What is the difference between 'foreign influence' and 'foreign interference'? [Electronic source] // Australian Government Attorney General's Department, 2020. – Access mode : <https://www.ag.gov.au/sites/default/files/2020-03/influence-versus-interference.pdf>.
9. Courtney P. Finding the Other Manaforts [Electronic source] / P. Courtney, T. Lee // Federal Bureau of Investigation. – 2020. – Access mode : <https://preprints.apsanet.org/engage/api-gateway/apsa/assets/orp/resource/item/5f53d77b25010900121ad36a/original/finding-the-other-manaforts-how-and-how-much-foreign-money-is-spent-on-lobbying-in-the-united-states.pdf>.
10. Lehren A. Foreign governments hire U.S. lobbyists to promote their efforts fighting the coronavirus outbreak [Electronic resource] / A. Lehren, D. De Luce. – 2020. – Access mode : <https://www.nbcnews.com/politics/national-security/foreign-governments-hire-u-s-lobbyists-promote-their-efforts-fighting-n1174836>.

11. Lobbyist Registrar of Toronto, Report on an Inquiry into Contributions by Lobbyists [Electronic source]. – 2015. – Access mode : <https://www.toronto.ca/legdocs/mmis/2015/cc/bgrd/backgroundfile-81882.pdf>.
12. Lobbyists, Government and Public Trust, Volume 3 [Electronic source] // OECD. – 2014. – Access mode : www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/governance/lobbyists-governments-and-public-trust-volume-3_9789264214224-en#page4.
13. Byoung-Joo Kim. Explaining the Country Patterns of Foreign Lobbying in the United States: Issues, Capabilities and Norms : Dissertation, MIT. / Byoung-Joo Kim – 1999. – Access mode : <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/36095>.
14. Interinstitutional Agreement between the European Parliament, the Council of the European Union and the European Commission on a mandatory transparency register [Electronic source]. – 11/06/2021. – Access mode : <https://www.europeansources.info/record/proposal-for-a-interinstitutional-agreement-on-a-mandatory-transparency-register>.
15. OECD, Lobbying in the 21st Century: Transparency, Integrity and Access [Electronic source]. – OECD Publishing, Paris, 2021. – Access mode : <https://doi.org/10.1787/c6d8eff8-en>.
16. OECD, Recommendation of the Council on Principles for Transparency and Integrity in Lobbying [Electronic source] / OECD. – Access mode : <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0379>.
17. The United States Department of Justice (n.d.), FARA, Foreign Agents Registration Act, [Electronic source]. – Access mode : <https://www.justice.gov/nsd-fara>.
18. Towards Responsible Lobbying : Leadership and public policy [Electronic source]. – Access mode : www.accountability.org/images/content/07/079/Responsible%20Lobbying%20Full%20Report.Pdf.

Надійшла до редколегії 04.10.21

M. Konovalova, PhD in public administration, Associate Prof.
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

ISSUES OF FOREIGN LOBBYING IN INTERNATIONAL RELATIONS

The promotion of the interests of national governments through the foreign states, as well as the lobbying of the interests of third countries in international organizations has gone beyond classical diplomatic relations and is increasingly taking place through modern means and forms of lobbying. The paper examines the aspects of foreign lobbying regulation and recommendations of Council of Europe experts on the implementation of legislation, including in the field of international lobbying. The essence of the concept of "foreign lobbying" is highlighted and the key means of indirect foreign lobbying are investigated.

Keywords: foreign lobbying, foreign influence, international lobbying, OECD.

УДК 355.01

Г. Хлисту́н, канд. політ. наук, мол. наук. співроб.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

Суспільне мовлення вперше виникло у Британії з появою корпорації British Broadcasting Company Ltd (BBC) 1922 р. Після цього система організації телерадіомовлення, за якої контроль з боку держави унеможлиблюється, поширилася по всій Європі. Кожне європейське суспільство має свою історію виникнення і розвитку суспільного мовлення, але зазвичай у демократичних країнах усі вони відіграють роль соціальних інститутів, що за Рекомендацією Парламентської Асамблеї Ради Європи мають на меті "забезпечувати суспільство загалом інформаційними, культурними, освітніми та розважальними програмами, сприяти зростанню соціальної, політичної й культурної активності громадян і згуртуванню суспільства".

Ключові слова: суспільне мовлення, телерадіокомпанії, ЄС.

Суспільне мовлення залишається одним із головних стандартів Ради Європи. Амстердамський протокол суспільного мовлення, ухвалений Радою Європи 1997 р., так пояснює явище СМ: "система громадського мовлення у державах – членах ЄС безпосередньо пов'язана з демократичними і культурними потребами кожного суспільства, а також з необхідністю зберігати плюралізм інформації". Дослідник Блумлер виділяє такі елементи суспільного мовлення в Європі:

- суспільне мовлення є допоміжним засобом для створення інформаційного громадянського суспільства, а також органом представницького плюралізму, що об'єднує різні суспільні групи, формує суспільну думку;
- суспільне мовлення пропонує широкий діапазон якісної продукції усіх видів для всього населення;

- встановлює стандарти якості у популярних програмах;
- обслуговує інтереси меншин і слугує всім різним прошаркам населення;
- забезпечує незаангажовану і повністю незалежну інформацію та цікаві, аналітичні програми, що ґрунтуються на фактах і здатні завоювати довіру аудиторії;
- відіграє важливу роль у стимулюванні суспільних дебатів, що є вкрай важливим для належного функціонування демократії;
- має культурне значення: продукування та пропагування мовних, духовних, естетичних й етичних цінностей нації;
- в умовах глобалізації суспільне телебачення є важливим інструментом культурного виховання аудиторії, підтримки національної та культурної ідентичності;

- забезпечує доступ усього населення до подій, що представляють суспільний інтерес;
- місце в політиці: висвітлення новин, подій, політичних процесів;
- некомерційність [1].

Найвищими органами управління СМ є рада директорів (назва може змінюватися залежності від національного законодавства), члени якої призначаються спеціальними радами (*Rundfunkrat* в Німеччині, *Conseil supérieur de l'audiovisuel* у Франції, *Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi* в Італії та ін.), які, зі свого боку, у більшості випадків формуються парламентом, в низці країн пропорційно розмірам парламентарних фракцій або парламентом і президентом. У світі існують різні форми фінансування суспільного мовлення. Поширеною є **практика застосування змішаної форми фінансування** – коли кошти в різних пропорціях надходять з таких джерел як: урядові гранти, ліцензійні збори, реклама, добровільні внески. Зазвичай країни обирають ту модель фінансування, що найкраще пристосована до конкретних умов у тій чи іншій державі. Існують випадки фінансування суспільного мовника з одного джерела. Міжнародна консалтингова компанія "МекКінзі" у своєму звіті про суспільне мовлення в різних країнах світу приходять до висновку, що **фінансування суспільного мовника має відповідати таким критеріям, як:**

- незалежність від надмірного державного та комерційного впливу;
- можливість середньотермінового прогнозування доходів;
- збільшення доходів нетто, тобто зростання витрат внаслідок інфляції компенсується збільшенням доходів;
- належне фінансування для гідної конкуренції з комерційними мовниками;
- процедура збирання коштів, що визнається суспільством.

Фінансуванням, що найбільш відповідає зазначеним критеріям, можна вважати **абонентську плату**. Зазначений спосіб фінансування є типовим для багатьох держав західної Європи. Абонентська плата (з англ. "license fee") застосовується в таких країнах, як Німеччина та Велика Британія, і передбачена вона для громадян у яких наявні теле- і радіоприймачі. За даними інфографіки дослідників інформаційної кампанії "Сильніші разом" фінансування суспільних мовників у Данії, Норвегії і Швеції на 100 % здійснюється зі зборів від глядачів, в Естонії, Іспанії та Фінляндії – на 100 % з державного бюджету [2]. Фінансування суспільних мовників у країнах Центральної та Східної Європи, таких як Литва, Нідерланди, Угорщина здійснюється переважно з державного бюджету і частково від реклами. В інших країнах спостерігаємо змішану форму фінансування.

У Польщі використовують іншу форму фінансування, що передбачає також абонплату. Вона побудована за принципом *opt-in*: кожен користувач має сам зареєструватися як платник збору. Оплата цього збору становить близько 22,7 злотих (137 грн) на місяць. Однак за даними опитувань усього 10 % поляків сплачують абонплату. Французьке телебачення (FT) має шість каналів. Саме тематичне спрямування й універсальність контенту кожного телеканалу сприяє збільшенню аудиторії суспільного мовлення, що наразі становить чверть населення. У Франції є спеціальний податок на телебачення і радіомовлення, що становить близько 10 євро на місяць та покриває приблизно від третини до половини витрат суспільних мовників, до 30 % фінансує держава, решта – прибутки від реклами. У Великій Британії, BBC, що є

найбільшою за кількістю слухачів телерадіомовною компанією у світі, отримує фінансову підтримку від держави. Стабільний бюджет компанії формує спеціальний податок, який сплачують усі мешканці країни, які володіють телевізорами, а також будь-якими пристроями, що дозволяють переглядати відеосигнал в режимі реального часу, зокрема й мобільними телефонами. Щорічно ця сума становить 2,8 млрд фунтів. У Німеччині суспільне мовлення складається із двох мовників – ARD і ZDF, які є лідерами серед інших мовників. Мережа регіональних суспільних мовників у Німеччині є однією з найкращих у ЄС. Вона відрізняється унікальною системою організаційної децентралізації, адже регіональні мовники мають не лише повну автономію на місцях, а ще й впливають на редакційну і фінансову політику загальнонаціонального каналу. З огляду на можливість перегляду телевізійних і радіопрограм за допомогою Інтернету із 2013 р. кожна родина в Німеччині сплачує загальний телеподаток у розмірі 18 євро на місяць, що покриває 86 % фінансування суспільного мовлення, решта – за рахунок спонсорства, продажу програм і реклами. У такий спосіб держава забезпечує домінування суспільного теле- й радіомовлення в інформаційному просторі Німеччини попри впливи з боку комерційних медіакорпорацій. 7 квітня 2015 р. суспільне телерадіомовлення стартувало і в Україні. Однією із причин цього нововведення став досвід Західної Європи, який переконливо свідчить, що розвинені структури суспільного мовлення є невід'ємним елементом сучасної демократії та показником її успішного розвитку. Водночас спостерігаємо пряму залежність між впливовістю цих структур у суспільстві та рівнем зрілості демократичних інститутів. Оскільки власники більшості комерційних каналів використовують масмедіа як інструмент реалізації своїх політичних і ділових інтересів – суспільне мовлення є найкращим методом боротьби проти надмірної концентрації засобів масової інформації в одних руках [3].

Суспільне мовлення не санкціонується державними відомствами й, отже, користується редакційною незалежністю. Більшість організацій громадського телерадіомовлення фінансують за рахунок абонентської плати, яку збирають з усіх громадян країни, які володіють теле- й радіоприймачами. Абонентська плата може поєднуватися як з відратуваннями уряду, так і з фінансуванням за рахунок реклами, так і з тим і з іншим одночасно. Окремі громадські мовники фінансуються за рахунок відратувань уряду або відратувань уряду + реклами.

Суспільне мовлення може здійснюватися на національному або місцевому рівні, залежно від країни. У деяких країнах суспільне мовлення керується однією організацією. В інших країнах діють кілька організацій суспільного мовлення, що працюють на регіональному рівні або різними мовами.

На підставі затвердженої 30 вересня 2010 р. Концепції створення і діяльності Національної громадської телерадіокомпанії України Громадською гуманітарною радою при Президентові України було підготовлено проєкт Закону України "Про Національну громадську телерадіокомпанію України", який і став основою для ухваленого 17 квітня 2014 р. Закону України "Про Суспільне телебачення і радіомовлення України". 15 травня 2014 р. він набрав чинності. Україна створює суспільне мовлення передостанньою з європейських країн. Суспільний мовник відсутній лише у Республіці Білорусь. Законом України від 17 квітня 2014 р. "Про Суспільне телебачення і радіомовлення України" передбачено утворення Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ) – юридичної особи, на яку безпосередньо покладено функцію-

нування новоствореної системи Суспільного телебачення і радіомовлення. Нагляд за діяльністю НСТУ має здійснювати Наглядова рада.

Улітку 2014 р. було створено робочу групу з розроблення стратегії створення НСТУ. Група вивчала міжнародний досвід і розробляла проекти діяльності майбутнього суспільного мовника. Протягом двох років над запуском суспільного мовника працював на той час керівник НТКУ З. Аласанія. 7 листопада 2014 Кабінет Міністрів України здійснив спробу утворити публічне акціонерне товариство "Національна суспільна телерадіокомпанія України", однак Міністерство юстиції зробило висновок, що проект постанови загалом не відповідає положенням прийнятого закону про суспільне мовлення. З огляду на це 2 грудня 2014 р. Держкомтелерадіо підготував інший проект постанови КМУ "Про утворення публічного акціонерного товариства "Національна суспільна телерадіокомпанія України"". 7 квітня 2015 р. у прямому ефірі відбулося підписання пакету змін до ухваленого 2014 р. Закону з одночасною презентацією нового логотипу за участі перших осіб держави. У прямому ефірі Перший національний канал змінив свій логотип на UA: Перший [4].

17 грудня 2015 р. Національна рада з питань телебачення та радіомовлення затвердила склад Наглядової ради НСТУ, до якої увійшли 17 осіб. Протягом 2016 р. тривало приєднання державних телерадіокомпаній до Національної телекомпанії України (НТКУ), яка 19 січня 2017 р., відповідно до закону, була перетворена на ПАТ "НСТУ". Перехід до нових стандартів мовлення на регіональних мовниках (колишніх ОДТРК), що увійшли в об'єднану структуру суспільного мовлення, відзначається наданням їм права використовувати приставку UA: у назві та логотипі. Це означає дотримання стандартів журналістики та відсутність джинси в ефірі. Статут ПАТ "НСТУ" був затверджений Кабінетом Міністрів України 28 грудня 2016 р. 19 січня 2017 р. була зареєстрована юридична особа ПАТ "Національна суспільна телерадіокомпанія України", із цього дня вступила у свої повноваження Наглядова рада компанії. 10 квітня 2017 р. був обраний перший голова правління Суспільного мовлення на відкритому конкурсі – З. Аласанія. Статутний капітал НСТУ визначений у розмірі 2,54 млрд грн. Управління корпоративними правами держави у статутному капіталі НСТУ здійснює Державний комітет телебачення і радіомовлення.

Наприкінці першого етапу створення суспільного мовлення в Україні НСТУ оновило мовлення двох загальнонаціональних телеканалів (UA:Перший та UA:Культура) і трьох загальнонаціональних радіоканалів (UA:Українське радіо, Радіо Промінь та Радіо Культура). Перший сезон UA:Українське радіо у форматі суспільного мовлення розпочався у вересні 2017 р., а новий телевізійний сезон на каналі UA:Перший – у жовтні 2017 р. Останнім організаційним етапом стане приєднання до НСТУ Української студії телевізійних фільмів "Укртелефільм", приєднання якого було відкладено змінами до закону у 2016 р., у зв'язку з низкою організаційних проблем і відкритих кримінальних справ, пов'язаних з будівництвом житлового будинку на території студії [5].

На початку діяльності новоствореної компанії Наглядова Рада НСТУ затвердила місію суспільного мовлення: "Захищати свободи в Україні. Надавати суспільству достовірну та збалансовану інформацію про Україну та світ, налагоджувати громадський діалог задля зміцнення суспільної довіри, розвитку громадянської відповідальності, української мови та культури, особистості та українського народу".

Діяльність НСТУ провадиться на принципах:

- усебічного, об'єктивного і збалансованого інформування про суспільно значущі події в Україні та за кордоном;
- дотримання норм суспільної моралі, традицій і культури Українського народу, поширення сімейних цінностей та зміцнення ролі традиційної сім'ї у розбудові українського суспільства;
- пріоритету суспільних інтересів над комерційними та політичними;
- чіткого відокремлення фактів від коментарів й оцінок; вільного вираження поглядів, думок і переконань;
- незалежності управління та поточної діяльності від органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових і службових осіб, політичних партій, підприємств, установ, організацій, фізичних осіб;
- участі громадськості в управлінні та формуванні програмної політики;
- відсутності дискримінації за будь-якою ознакою;
- прозорості та відкритості діяльності.

Відповідно до закону, основними завданнями НСТУ є:

- об'єктивне, повне, своєчасне і неупереджене інформування про суспільно значущі події в Україні та за кордоном;
- забезпечення збалансованого і прозорого доступу суб'єктів суспільно-політичного життя до програм (передач) дискусійного формату, зокрема у вигляді дебатів;
- сприяння консолідації українського суспільства;
- розвиток і зміцнення статусу української мови та культури, сприяння розвитку мов і культур національних меншин;
- сприяння якнайповнішому задоволенню інформаційних, культурних та освітніх потреб населення України, зокрема й шляхом створення та поширення економічних, історично-документальних, культурно-мистецьких, навчально-пізнавальних, розважальних, спортивних програм, програм для дітей та молоді, людей з обмеженими фізичними можливостями, національних меншин, інших соціальних груп;
- оперативне інформування населення про надзвичайні ситуації, що становлять загрозу життю чи здоров'ю людей;
- надання громадянам України затребуваних інформаційних продуктів, відсутніх на комерційному ринку;
- сприяння зміцненню міжнародного авторитету України [6].

У програмній політиці НСТУ наявні відмінності від колишнього державного мовлення. Зокрема, НСТУ не зобов'язана висвітлювати діяльність органів виконавчої влади, інших державних органів, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб. Водночас забороняється їхнє втручання в діяльність НСТУ з метою встановлення цензури, попереднього контролю та незаконного впливу на зміст інформації, що поширюється Суспільним телебаченням і радіомовленням України. Передбачено, що програми НСТУ становлять не менше 75 % національного та європейського (країн, що ратифікували Європейську конвенцію про трансграничне телебачення) виробництва. Трансляція реклами (крім соціальної), телепродажу, повідомлень про спонсорів на каналах мовлення НСТУ підлягає обмеженням згідно із законом. Нагляд за діяльністю НСТУ здійснює Наглядова рада, до якої входять по одному представнику від депутатських фракцій і груп Верховної Ради України поточного скликання та дев'ять членів від громадських об'єднань й асоціацій.

До повноважень Наглядової ради входить обрання на відкритому конкурсі голови та членів правління компанії, встановлення основних напрямів діяльності НСТУ, затвердження умов і розмірів оплати праці працівників, призначення третини членів редакційної ради та затвердження редакційного статуту, відбір аудиторської компанії для здійснення щорічного зовнішнього аудиту, затвердження щорічного звіту про діяльність НСТУ та забезпечення його оприлюднення тощо.

Редакційна рада НСТУ є спеціальним наглядовим органом у складі органів управління компанії.

Відповідно до Закону "Про Суспільне телебачення і радіомовлення України" редакційна рада НСТУ формується із працівників компанії у складі п'ятнадцяти осіб:

- п'яти осіб, які призначає Наглядова рада НСТУ;
- п'яти осіб, яких обирають на загальних збори творчого колективу компанії;
- п'яти осіб, яких призначають на конференції редакційних рад регіональних підрозділів Суспільного мовника [7].

На редакційну раду покладені такі функції:

- розроблення та подання на затвердження Наглядовій раді редакційного статуту НСТУ;
- контроль за дотриманням телерадіожурналістами редакційного статуту;
- контроль за дотриманням прав телерадіожурналістів, вимог щодо заборони цензури і втручання в редакційну та професійну діяльність НСТУ;
- унесення на розгляд Наглядової ради питання про відсторонення від управління НСТУ або її окремими підрозділами осіб, які порушували редакційний статут та/або вимоги законодавства щодо прав телерадіожурналістів, заборони цензури і втручання в редакційну та професійну діяльність НСТУ, про призначення службового розслідування і звільнення цих осіб відповідно до закону та редакційного статуту в разі підтвердження наявності зазначених порушень.

Офіс Ради Європи в Україні здійснив міжнародний експертний аналіз можливих моделей фінансування НСТУ і за його результатами назвав пріоритетним варіантом підтриману Наглядовою радою модель на базі радіочастотної ренти, зазначивши, що її запровадження значно послабить вплив влади на скорочення державного асигнування щороку. У липні 2019 р. Офіс Президента України В. Зеленського підтримав ідею зміни моделі фінансування на базі ренти плати за користування радіочастотним ресурсом України.

28 лютого 2020 р. було заарештовано рахунки Суспільного, що призвело до блокування роботи мовника. Арешт було накладено згідно з рішенням суду за позовом Міністерства юстиції через борг Суспільного розміром 10,5 млн євро перед АТ "Європьюз". Суспільне стало правонаступником НТКУ, що не оплатила ці борги у 2010–2011 рр. Згодом Суспільний мовник повністю врегулював заборгованість держави перед АТ "Європьюз". Відповідний акт було підписано сторонами 10 липня 2020 р. [8].

Згідно з Інститутом масової інформації Суспільне у 2020 р. увійшло до "білого списку" українських медіа, що мають рівень якісної інформації понад 95 %.

Найяскравіший приклад суспільного мовлення – британська служба BBC. Це була перша громадська телекомпанія, що залишається найвідомішою та найшанованішою. Її було створено 18 жовтня 1922 р. як British Broadcasting Company (Британська мовна компанія). У засновників громадського мовлення були великі амбіції. Вони бачили в ньому можливість підтримати демократію. Завдяки суспільному мовленню суспільство може

бути добре поінформованим, політично залученим і соціально згуртованим [9].

Саме британська модель стала загальною для суспільного мовлення.

Британська модель утілює такі принципи:

- Універсальна географічна доступність.
- Універсальне звернення.
- Увага до меншин.

• Внесок у національну самобутність і почуття спільності.

- Незалежність від корисливих інтересів.

BBC заснували як приватну корпорацію, а в 1926 р. парламентський комітет рекомендував перетворити її на державну власність.

"Мовлення несе в собі таку велику пропагандистську міць, що його не можна довіряти ніяким іншим органам, крім державної корпорації", – зазначав комітет [10].

Люди, які виступали за створення BBC як публічної компанії, – політики, бізнесмени і державні службовці – вважали, що суспільне мовлення є необхідним для суспільного інтересу. Живучи в період, коли громадська віра в уряд і ЗМІ була сильно вражена Першою світовою війною, вони вважали, що інформоване населення має важливе значення для здорової демократії. Вони хотіли побудувати соціальну згуртованість і прагнули, щоб бідні люди також мали доступ до освіти й культури.

Ось як Дж. Рейт, засновник BBC, описав його місію: *"Внести в максимально можливу кількість помешкань усе найкраще з кожного відділу людських знань, зусиль і досягнень і служити кожному порядку соціальних класів"* [11]. BBC прагнула бути популярною і зростає.

Протягом десятиліть після створення BBC десятки урядів по всьому світу почали засновувати власні компанії суспільного мовлення, багато з яких копіювали BBC. Їхні підходи різнилися, але в усіх була одна й та ж основна мета: створити організацію, вільну від комерційного і політичного тиску, що забезпечувала б суспільну інформацію та розважальні програми.

Більшість із них були створені для того, щоб мати монополію на послуги мовлення у своїх країнах. Щоб утримати їх від прямого державного контролю, вони були започатковані як незалежні організації, контрольовані автономними (хоча й призначеними урядом) радами. Їхнє фінансування здійснювали через ліцензійний збір – спеціальний податок, який сплачували більшість або всі жителі країни.

Протягом більшої частини ХХ ст. суспільні мовники забезпечували широкий спектр новин високої якості. Вони охоплювали війни, політику на всіх рівнях і важливі соціальні проблеми й конфлікти. Вони випускали успішні історичні, наукові, освітні й дитячі програми. Транслявали кожен музичний жанр: від опери до джазу й фолк-хіп-хопу, створили пісенний конкурс Євробачення, який щороку дивляться сотні мільйонів людей. Вони були присутні на чемпіонаті світу із футболу й Олімпійських іграх. Вони створили багато розважальних шоу, які любив у світі, наприклад, "Доктор Хто" і "Путівник автостопом по галактиці".

Протягом понад 50 років суспільні мовники привертати увагу широкої аудиторії та мали значну владу і вплив. Наприкінці ХХ ст. вплив суспільних мовників почав знижуватись. Уряди скоротили державне фінансування, урізали ліцензійні збори.

Суспільні мовники почали заповнювати діри у своїх бюджетах, збільшуючи рекламні й інші комерційні доходи. Це призвело до істотної зміни їхньої моделі доходу: **до 2011 р. аналіз по Північній Європі показав, що 7 із 18 суспільних мовників третину своїх доходів отримують від реклами й інших комерційних видів діяльності** [12].

2017 р. Рада Європи оприлюднила доповідь, де йдеться про те, що робота суспільного мовлення в європейських країнах опинилася під загрозою. Серед основних причин: зменшення фінансування, тиск з боку урядів, звільнення тощо. Окремо в доповіді наголошується на практиці призначення, упорядкування та звільнення регулюючих органів або управління організацій громадського телерадіомовлення. Як приклад автор повідомляє про тиск з боку політичної партії з метою зміщення з посади члена наглядової ради суспільного мовлення в Україні. Автор доповіді наводить приклади того, яким чином у країнах Європи влада намагається впливати та контролювати суспільне мовлення. Автор наголошує на тому, що з'являється дедалі більше попереджень щодо політичного втручання в редакційну політику громадських мовників. "Минулого року у Хорватії я висловив занепокоєння із приводу різких і численних кадрових змін у державних ЗМІ, а також заяв про цензуру. Прохання уряду про припинення повноважень регулятора мовників одночасно зі звільненням його членів також викликало підозру про наявність політичного тиску в цьому органі", – наводить приклад Н. Муйжнієкс.

Він також додав, що в Польщі з початку минулого року загалом 228 журналістів громадських ЗМІ були звільнені, понижені в посаді або пішли з посади на знак протесту. Зазначені процеси були спричинені реформою державних ЗМІ 2016 р. Бюджет Болгарського національного телебачення був значно скорочений через висвітлення державним мовником антиурядових протестів улітку 2013 р., а в Румунії парламент ухвалив у жовтні 2016 р. закон про ліквідацію понад 100 нефіскальних податків, в зокрема й плати за ліцензію на ТБ і радіо, що було основним джерелом фінансування суспільного мовлення.

Найекстремальніший випадок стався у Греції, коли в червні 2013 р. уряд вирішив закрити суспільний мовник ERT, у межах спроб знизити витрати. ERT продовжував мовити в інтернеті, та все таки знову був відкритий

2015 р. Усуваючи, навіть тимчасово, громадські засоби мовлення, грецька влада завдала важкого удару по медіаплюралізму в країні. Радіо і телебачення Боснії і Герцеговини (BHRT) наразі стикаються з аналогічною загрозою і можуть бути закриті за відсутності узгодженого плану сталого фінансування державних ЗМІ.

Список використаних джерел

1. Амстердамський протокол громадського мовлення. – 1998. – 9 верес.
2. Детектор Медіа: Суспільне мовлення в Польщі не виживе за кошти від абонплати – керівник TVP [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://stv.detector.media/dosvid/movnyky_svitu/susplilne_movlennya_v_polschi_ne_vizhive_za_kosh_vid_abonplati_kerivnik_tvp/
3. Досвід функціонування механізму державного замовлення у сфері телерадіомовлення в контексті розбудови Суспільного телерадіомовлення в Україні : аналіт. доп. / Громадська організація "Лабораторія законодавчих ініціатив". – К., 2008
4. Любимов Б.И. Общественное вещание: британская модель / Б.И. Любимов ; под ред. Я.Н. Засурского. – М. : ВК, 2006. – 279 с.
5. Медійні проекти Офісу Ради Європи в Україні (2018-02-28). Модели фінансування суспільного мовлення: міжнародний досвід і український контекст [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.nrada.gov.ua/modeli-finsanuvannya-susplilnogo-movlennya-mizhnarodnyj-dosvid-ukrayinskyj-kontekst>.
6. Blumler J.G. Television and the Public Interest. Vulnerable Values in West European Broadcas'ng / J.G. Blumler. – L. : Sage Publica'ons, 1992. – 7. British Broadcas'ng: hKps://www.bbc.com.
7. На конкурсі Суспільного перемогли 74 проекти, які планують виробити на аутсорсі для філій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://stv.detector.media/resursy/katalog>.
8. Суспільне мовлення – чому це важливо? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://artefact.live/susplilne-movlennya-chomu-ce-vazhливо>.
9. Рада Європи: Суспільне мовлення в Європі під загрозою [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://hromadske.ua/posts/rada-yevropy-susplilne-movlennia-u-yevropi-pid-zahrozoiu>.
10. Суспільне мовлення: 10 питань про Суспільне [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://corp.susplilne.media/questions>.
11. Суспільне мовлення України: проблема забезпечення фінансової незалежності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cedem.org.ua/analytics/susplilne-finsanova-nezalezhnist>.
12. Конкурс на очільника НСТУ оголосять сьогодні: голова Наглядової Ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3200172-konkurs-na-ocilnika-nstu-ogolosat-sogodni-golova-nagladovoi-radi.html>.

Надійшла до редколегії 25.11.21

G. Khlystun, PhD (Political Science), Junior Researcher
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

STAGES OF FORMATION OF PUBLIC BROADCASTING IN UKRAINE AND EUROPEAN EXPERIENCE

Public service broadcasting first emerged in Britain with the advent of the British Broadcasting Company Ltd (BBC) in 1922. After that, the system of organization of television and radio broadcasting, in which control by the state is impossible, spread throughout Europe. Every European society has a history of the emergence and development of public service broadcasting, but usually in democracies they all play the role of social institutions, which, according to the Recommendation of the Parliamentary Assembly of the Council of Europe, aim to "provide society growth of social, political and cultural activity of citizens and cohesion of society".

Keywords: public broadcasting, TV and radio companies, EU.

УДК 354.002

А. Рубан, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

АМЕРИКАНСЬКО-МЕКСИКАНСЬКІ ВІДНОСИНИ ЗА ПРЕЗИДЕНТІВ ДОНАЛЬДА ТРАМПА І ДЖОЗЕФА БАЙДЕНА

Здійснено спробу визначити місце Мексики серед зовнішньополітичних інтересів США за адміністрацій Дональда Трампа та Джоозефа Байдена. Задля цього виокремлені пріоритетні напрями двосторонніх відносин між адміністраціями урядів США та Мексики. Особливу увагу приділено місцю латиноамериканського регіону в системі американських національних інтересів. Проведено аналіз факторів, що вплинули на формування політики США щодо Мексики і визначено характер її якісних змін упродовж зазначених періодів. Внаслідок проведеного дослідження автор дійшов висновку, що політика Сполучених Штатів щодо Мексики і місце, яке вона займає серед зовнішньополітичних пріоритетів, є стратегічно важливим для Вашингтона.

Ключові слова: США, Мексика, Латинська Америка, зовнішня політика, Байден, Андрес Мануель Лопес Обрадор, міграційна політика.

Вступ. До укладання 1848 р. договору Гвадалупе-Ідальго (мирна угода між Мексикою та США, підписана 2 лютого 1848 р., що поклала кінець Американсько-мексиканській війні (1846–1848)) чверть території сучасних

США, зокрема й економічні гіганти Техас і Каліфорнія, належала Мексиці. І лише 1853 р. після "купівлі Гадсдена" (придбана в 1853 США у Мексики територія площею 76845 км²; вартість угоди – 10 млн дол США) сформувалося

© Рубан А., 2021