

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО ІНОЗЕМНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

ГО «Телекритика» ■ Київ ■ 2015 ■

СПЕЦІАЛЬНИЙ ЗВІТ





Основи організації та принципи діяльності державного іноземного телебачення і радіомовлення України.

Спеціальний звіт. – К.: Телекритика, 2015. – 24 с.

А В Т О Р И

**Мар'яна Закусило
Ігор Розкладай
Гала Скляревська
Марина Дорош**

Загальна редакція:
**Наталія Лигачова,
Діана Дуцик**

Дизайн та верстка:
Яна Добрянська

Спеціальний звіт підготовлений громадською організацією «Телекритика» за підтримки Фонду розвитку ЗМІ Посольства США в Україні. Повну відповідальність за зміст несе ГО «Телекритика»; висновки й погляди, що були висловлені в звіті, не обов'язково збігаються з офіційною позицією уряду США.



1 розділ

Дорожня карта

2 розділ

Аналіз проблеми

Мар'яна Закусило.

Хронологія реформи іномовлення.

Ігор Розкладай.

Цей невідомий звіт «іномовлення» (правовий аналіз).

Гала Скляревська.

Іномовлення як новий піар-ресурс влади. Огляд контенту (рос.).

3 розділ

Експертне обговорення

Марта Дичок

Володимир Єрмоленко

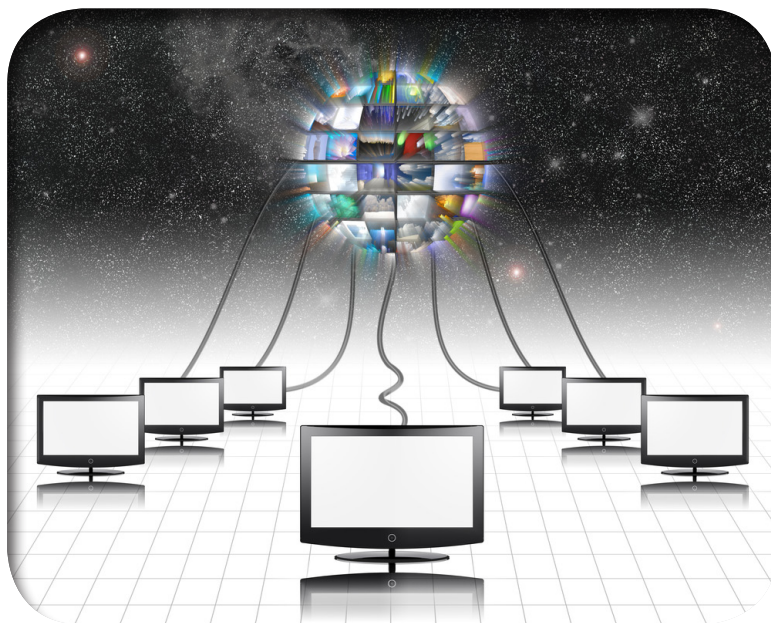
Дмитро Іванов

Тетяна Лебедева

Михайло Мінаков

Пітер Померанцев

Андрій Портнов



«ДОРОЖНЯ КАРТА»

ГО «Телекритика» провела круглий стіл «Правові основи організації та принципи діяльності іноземного телебачення й радіомовлення України», під час якого експерти та представники медіаринку обговорили низку проблем, у тому числі й законодавчих, щодо створення каналу іномовлення в Україні. Під час цього круглого столу якраз і прозвучала пропозиція створити не просто канал, а цілу мультимедійну платформу, що нині й намагається реалізувати Міністерство інформаційної політики.



Також ГО «Телекритика» провела низку експерних опитувань, завдяки яким було сформовано наступні рекомендації:

1

Іномовлення має створюватися і розвиватися не як (або не лише як) канал доставки контенту, а як виробник – продакшн, який постачатиме контент для великих світових інформаційних агентств та інших ЗМІ. Це має бути мультимедійна платформа, що включатиме не лише телебачення, а й радіо та насамперед – онлайн-платформу.

2

Недоцільно підпорядковувати іномовлення Міністерству інформаційної політики, яке створено, як декларує міністр, лише на час війни. Крім того підпорядкування іномовлення органу виконавчої влади викликає сумніви, зокрема і в потенційних закордонних партнерів, щодо незалежності мовника (платформи). Має бути прозора й незалежна процедура призначення керівника іномовлення.

3

Недоцільно позиціонувати українське іномовлення як аналог Russia Today, яке є пропагандистським ресурсом Росії, що часто постачає фейки, і яке витрачає мільйони доларів на входження у світові кабельні мережі, чого Україна не може собі дозволити. Українське іномовлення має позиціонуватися як джерело об'єктивної інформації та цікавити потенційних закордонних партнерів якістю свого контенту, а не грошима, які може заплатити.

4

Іномовлення повинно мати достатнє і прозоре фінансування, щоб була можливість створювати якісний продукт і забезпечувати гідну оплату праці фахівцям, які працюватимуть на цьому каналі.

5

Іномовлення не повинне орієнтуватися на внутрішню аудиторію чи аудиторію на окупованих територіях – його аудиторія є закордонною: іноземні політичні, бізнесові, експертні, медійні, культурні й наукові кола, а також українська діаспора. При цьому необхідно вивчити потреби й очікування цієї аудиторії, щоб виробляти відповідний контент.

6

Контент іномовлення має постачати правдиву інформацію про Україну та спростовувати фейки, а також просувати Україну як туристично та інвестиційно привабливу країну. Інформація має подаватися з бекграундом, щоб аудиторія розуміла контекст і передісторію питання. Крім того інформація має пов'язувати Україну зі світовим контекстом. Потрібні не лише новини, а й матеріали історичної, краєзнавчої, культурно-мистецької, науково-просвітницької тематики; матеріали про реформи, про бізнес та інвестиційні можливості, історії успіху, життєві історії людей. ●



Мар'яна Закусило



ХРОНОЛОГІЯ РЕФОРМИ ІНОМОВЛЕННЯ

■ Мар'яна Закусило

28 березня 2014

– на нараді у віце-прем'єр-міністра з гуманітарних питань Олександра Сича було обговорено необхідність реформування українського іномовлення на базі двох державних телеканалів: ДТРК «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"» та «Перший Ukraine».

3 квітня 2014

– заступник секретаря РНБО Вікторія Сюмар заявила, що українське іномовлення створюватимуть не лише на базі УТР і «Перший Ukraine», а й на базі ТОВ «Банківське телебачення» (телеканал БТБ), який фінансується Національним банком України.

21 травня 2014

– заступник секретаря РНБО Вікторія Сюмар заявила, що концепція державного каналу іномовлення фактично готова і цей телеканал хочуть створити на базі каналу БТБ та ДТРК «Всесвітня служба УТР».

24 червня 2014

– генеральним директором державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"» призначений Михайло Шматов замість Василя Юричка, який керував УТР 11 років.

25 липня 2014

– голова Держкомтелерадіо Олег Наливайко заявив, що для запуску потужного державного каналу іномовлення на базі УТР, БТБ і «Першого Ukraine» потрібні законодавчі зміни (виведення УТР із закону про Суспільне мовлення) та фінансування.

13 серпня 2014

– створено робочу групу для розробки концепції державного каналу іномовлення. До неї увійшли члени Нацради і представники галузі й державних структур.



24 серпня 2014

– телеканал УТР вперше транслював у прямому ефірі парад до Дня Незалежності з коментуванням англійською мовою.

28 серпня 2014

– телеканал УТР перейшов із супутника Astra 1G на супутник Azerspace-1 для мовлення на Азію.

1 вересня 2014

– телеканалу УТР перезапустив інформаційне мовлення: щогодини почали виходити прем'єрні випуски оригінальних новин (12 випусків за день) почергово трьома мовами (російською, українською та англійською).

18 вересня 2014

– голова Нацради Юрій Артеменко заявив, що українське державне іномовлення планується перезапустити на базі державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"» і ТОВ «Банківське телебачення» (телеканал БТБ) – його до кінця року припинить фінансувати Національний банк України.

25 вересня 2014

– Всесвітня служба радіомовлення України (4-й канал Національної радіокомпанії України) розпочала транслювати 30-хвилинний випуск новин англійською мовою про події в Україні на весь світ через радіопередавальні центри, розташовані в США.

14 жовтня 2014

– віце-прем'єр-міністр Олександр Сич заявив, що українське іномовлення створюється на базі «Всесвітньої служби радіомовлення і телебачення» (на Урядовому порталі роз'яснили, що йдеться про «Всесвітню службу радіомовлення України» - підрозділ Національної радіокомпанії України) і телеканалу БТБ. За його словами, канал іномовлення мовитиме російською, англійською, іспанською та німецькою мовами.

28 жовтня 2014

–ДТРК «Всесвітня служба УТР» і німецька телерадіокомпанія іномовлення Deutsche Welle підписали Меморандум про співпрацю. Документ передбачає виробництво спільних телевізійних та інтернет-проектів і навчання українських журналістів.

10 листопада 2014

– голова Національного банку України Валерія Гонтарева заявила, що Нацбанк з 1 січня 2015 року не фінансуватиме телеканал БТБ. Генеральний директор БТБ Світлана Криворучко повідомила, що доля каналу незрозуміла.

27 листопада 2014

– заступник секретаря РНБО Олександр Литвиненко повідомив, що наступного року з'явиться мережа українських журналістів-міжнародників, які працюватимуть за кордоном у ЗМІ державної форми власності.

3 грудня 2014

– державна ТРК «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення» оновила свій сайт.

11 грудня 2014

– міністр інформаційної політики Юрій Стець заявив, що на технічній базі телеканалу БТБ, який належить Національному банку України, повинно бути створено канал іномовлення.

11 грудня 2014

– Верховна Рада України затвердила програму діяльності Кабміну на 2015-2016 роки, яка передбачає у 2015 році запуск іномовлення.



11 грудня 2014

– «Всесвітня служба радіомовлення України» (4-й канал Національної радіокомпанії України) розпочала мовлення російською мовою на частоті 1431 кГц і в мережі інтернет з 17.00 до 19.00 за київським часом.

12 грудня 2014

– телеканал УТР перейшов із супутника Intelsat 3R на супутник Galaxy 19 для мовлення на США.

18 грудня 2014

– учасники наради з напрацювання концепції іномовлення, що відбулася в Комітеті з питань свободи слова та інформаційної політики, дійшли висновку, що іномовлення має регулюватися окремим законом, і прийняли рішення про подальшу спільну роботу над проектом нового закону про іномовлення.

30 грудня 2014

– голова Національного банку України Валерія Гонтарева спрогнозувала ліквідацію телеканалу БТБ (ТОВ «Банківське телебачення»), що належить Нацбанку.

17 лютого 2015

– генеральний директор телеканалу БТБ Світлана Криворучко і заступник міністра інформаційної політики Артем Біденко повідомили, що телеканал Нацбанку БТБ (ТОВ «Банківське телебачення») до 31 березня мають передати Міністерству інформаційної політики. На той момент БТБ уже припинив мовлення в цифровому мультиплексі МХ-5, але продовжував здійснювати циклове мовлення на супутнику. З каналу було скорочено 90 % колективу.

22 лютого 2015

під час робочої поїздки до Львова міністр інформаційної політики Юрій Стець заявив, що впродовж місяця Міністерство інформаційної політики України запустить телеканал іномовлення Ukrainian Tomorrow, що стане противагою російським пропагандистським каналам, зокрема Russia Today. Іномовлення буде створено на базі телеканалів БТБ та УТР, а фінансову підтримку воно очікує отримувати від партнерів з Європи та США.

24 лютого 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець в інтерв'ю «Телекритиці» розповів, що Ukraine Tomorrow на старті буде тримовним (українська, англійська та російська мови).

10 березня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець повідомив, що на каналі іномовлення Ukraine Tomorrow також будуть програми кримськотатарською мовою про Крим.

2 березня 2015

– заступник міністра інформполітики Артем Біденко на запит журналістів повідомив, що канал Ukraine Tomorrow поки не має бізнес-плану. Раніше голова Національної ради з питань телебачення і радіомовлення Юрій Артеменко заявляв, що при Нацраді працювала робоча група на чолі із Сергієм Созановським, яка розробила бізнес-план каналу іномовлення. Зі слів пана Артеменка, ці розробки були передані Міністерству інформаційної політики.

16 березня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець анонсував, що 19 березня Міністерство інформаційної політики презентує концепцію каналу іномовлення Ukraine Tomorrow.

18 березня 2015

– Кабінет Міністрів України ухвалив рішення про передачу телеканалу БТБ, власником якого є Національний банк України, в управління Міністерству інформаційної політики України. Міністр інформаційної політики Юрій Стець анонсував через місяць запуску телеканалу іномовлення Ukraine Tomorrow на базі телеканалів БТБ та УТР.



19 березня 2015

– Верховна Рада ухвалила зміни до закону «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», відповідно до яких із системи суспільного мовлення вилучено державну телерадіокомпанію «Всесвітня служба УТР».

27 березня 2015

– Національний банк України офіційно повідомив про передачу Міністерству інформаційної політики України повноваження з управління корпоративними правами держави щодо ТОВ «Банківське телебачення» (телеканал БТБ).

13 квітня 2015

– розпочалися тренінги Deutsche Welle для журналістів державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба УТР».

24 квітня 2015

– заступник міністра інформаційної політики Тетяна Попова в інтерв'ю «Телекритиці» повідомила, що телеканал іномовлення Ukraine Tomorrow запустять упродовж місяця після передачі ДТРК «Всесвітня служба УТР» Міністерству інформаційної політики. Вона також заявила, що іномовленню необхідна на для мовлення в Україні, оскільки Ukraine Tomorrow планує мовлення на окупованих територіях.

29 квітня 2015

– Національна рада з питань телебачення та радіомовлення переоформила ліцензії на супутникове мовлення державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба УТР» у зв'язку зі зміною програмної концепції. Заступник генерального директора телекомпанії УТР Володимир Земляний повідомив, що за прогнозами, оновлене іномовлення має з'явитися через три місяці.

5 травня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець повідомив, що для запуску каналу іномовлення Ukraine Tomorrow потрібно ухвалити відповідний закон, і Міністерство інформаційної політики вже розробило відповідний проект.

4 червня 2015

– генеральний директор державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба УТР» Михайло Шматов в інтерв'ю «Телекритиці» розповів, що в штаті компанії 300 осіб, але працює близько 220-240 людей. УТР має 24 години мовлення на добу без реклами англійською, російською та українською мовами на Європу, Північну Америку, Росію. Також канал можна побачити в кабельних мережах деяких країн, на сайті. У планах – широке супутникове охоплення країн Азії та Кавказу.

9 червня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець повідомив, що до кінця червня державну телерадіокомпанію «Всесвітня служба УТР» мають передати Міністерству інформаційної політики.

11 червня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець в інтерв'ю MediaSapiens розповів, що на телеканалі іномовлення Ukraine Tomorrow працюватиме близько 250 осіб, будуть нові обличчя. Бюджет каналу – 200 млн грн, фінансуватися він буде не тільки з держбюджету, а й залучатиме меценатські кошти і гранти.

24 червня 2015

– Кабінет Міністрів України ухвалив рішення про віднесення цілісного майнового комплексу державної організації «Українське національне інформаційне агентство "Укрінформ"» та Державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"» до сфери управління Міністерства інформаційної політики. 6 липня розпорядження Кабміну були оприлюднені на Урядовому порталі.



6 липня 2015

– Держкомтелерадіо спільно з Національною радіокомпанією України розробили план оптимізації українського радіоресурсу іномовлення - ТО «Всесвітня служба радіомовлення України», який діє у складі НРКУ. Зокрема у плані оптимізації йдеться, що для зменшення майже вдвічі видатків на трансляцію слід замінити передавач радіосигналу на сучасний. Також обговорюється питання створення окремої радіокомпанії іномовлення на базі ТО «Всесвітньої служби радіомовлення України» та потужних радіопередавальних центрів Концерну РРТ, яка стане власником передавачів.

13 липня 2015

– Кабінет Міністрів України вніс до парламенту законопроект «Про систему іномовлення України», проект було зареєстровано у Верховній Раді за № 2334а. законопроект передбачає створення за рішенням уряду державного підприємства «Іномовна телерадіокомпанія України Ukraine Tomorrow» (ІНТУ) на базі державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"» та ТОВ «Банківське телебачення». Керівником ІНТУ є генеральний директор, який призначається Міністерством інформаційної політики. Наглядовими органами ІНТУ є наглядова рада, ревізійна комісія, редакційна рада, порядок формування яких встановлюється статутом. Фінансування ІНТУ передбачено з державного бюджету України окремим рядком у розмірі не менш як 0,04% видатків загального фонду держбюджету за попередній рік. Також джерелами фінансування ІНТУ можуть бути: кошти, отримані від продажу власної теле- і радіопродукції, від трансляції реклами, плата за надання в користування авторськими та суміжними правами, добровільні, благодійні та спонсорські внески, пожертвування фізичних та юридичних осіб (крім анонімних пожертвувань) та інші надходження, не заборонені законодавством.

21 липня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець заявив, що українська медіаплатформа іномовлення Ukraine Tomorrow планується до запуску до Дня Незалежності 24 серпня.

7 серпня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець в інтерв'ю «Телекритиці» розповів про неможливість використання бренду Ukraine Tomorrow для державного каналу іномовлення. За його словами, права на таку торгову марку реєструє приватна структура, пов'язана з Дмитром Фірташем. Тому в законопроекті про іномовлення назва Ukraine Tomorrow буде замінена на «Мультимедійна медіаплатформа іномовлення України». Водночас Юрій Стець оголосив конкурс на назву для каналу іномовлення. Він також розповів, що до складу мультимедійної платформи іномовлення України входить чотири ресурси: інформагенція «Укрінформ», телеканал УТР, який матиме нову назву, студія-продакшн (або продакшн-хаб на базі БТБ) і міжнародна кореспондентська мережа, яка буде обслуговувати всі ресурси.

7 серпня 2015

– група компаній Дмитра Фірташа Group DF заявила, що почала використовувати словосполучення Ukraine Tomorrow у публічних заходах ще у 2014 році, після чого вирішила зареєструвати такий бренд чотирма мовами.

11 серпня 2015

– заступник міністра інформаційної політики України Артем Біденко повідомив, що енергетична компанія бізнесмена Ріната Ахметова ДТЕК відключила через борги електроенергію державному телеканалі БТБ. За його словами, борг телеканалу становить 4 тис. доларів. Наступного дня Артем Біденко повідомив, що «Київенерго» (належить ДТЕК Ріната Ахметова) відновила постачання електроенергії телеканалі БТБ.

12 серпня 2015

– на засіданні Кабінету Міністрів України міністр інформаційної політики Юрій Стець представив презентацію мультимедійної платформи іномовлення України. «Це буде потужний медійний ресурс, який стане, якщо хочете, піар-агенцією України в світі. Це також дасть змогу доносити правдиву інформацію про нашу державу», - сказав Юрій Стець.



28 серпня 2015

– на засіданні Кабінету Міністрів України представлено відеопрезентацію телеканалу іномовлення, з якої стало відомо, що іномовлення матиме логотип UATV замість Ukraine Tomorrow. Слоган каналу - «Завжди поруч».

Члени Комітету з питань свободи слова та інформаційної політики 31 серпня на позачерговому засіданні підтримали проект закону № 2334а «Про систему іномовлення України», внесений Кабінетом Міністрів України. Про це йдеться на сайті Комітету.

31 серпня 2015

– Комітет Верховної Ради з питань свободи слова та інформаційної політики на позачерговому засіданні підтримав законопроект № 2334а «Про систему іномовлення України» і рекомендував парламенту ухвалити проект за основу та підготувати до розгляду в другому читанні за скороченою процедурою.

17 вересня 2015

– Національна рада з питань телебачення і радіомовлення переформувала ліцензію державної телерадіокомпанії «Всеукраїнська служба "Українське телебачення і радіомовлення"», змінивши логотип телеканалу УТР на UATV (в ефірі буде використовуватися логотип UA). Також Нацрада внесла зміни до ліцензії УТР в частині власника (замість Державного комітету телебачення і радіомовлення власником стало Міністерство інформаційної політики) та редакційної ради.

30 вересня 2015

– міністр інформаційної політики Юрій Стець на засіданні Кабінету Міністрів України анонсував запуск 1 жовтня о 12:00 мультимедійної платформи іномовлення.

1 жовтня 2015

– о 12:00 розпочала роботу українська мультимедійна платформа іномовлення, запущена Міністерством інформаційної політики на базі державних телерадіокомпаній «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"», «Банківське телебачення» (БТБ) та інформаційного агентства «Укрінформ». У рамках медіаплатформи запущено оновлений сайт «Укрінформу», а замість супутникового телеканалу УТР в ефірі стартував телеканал UATV. Він мовить із трьох супутників: Amos 3, Azerspace 1, Galazy 19, а також в інтернеті на власному каналі в YouTube. Телеканал випускає в ефір програми українською, російською, кримськотатарською, англійською мовами. Президент України Петро Порошенко заявив, що мультимедійна платформа іномовлення дасть змогу ефективніше боротися з російською пропагандою та доносити правдиву інформацію про події в Україні.

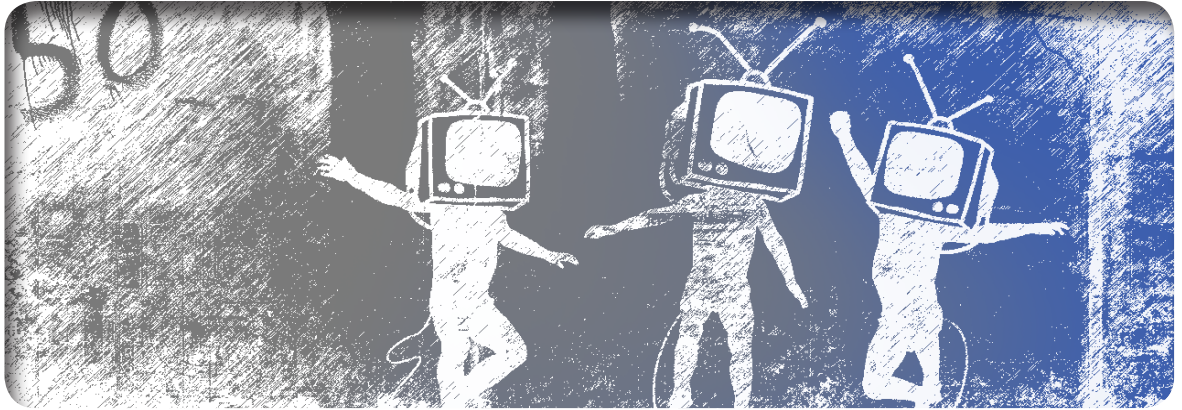
2 листопада 2015

– провайдер кабельного та інтерактивного телебачення «Воля» почав ретранслювати телеканал іномовлення UATV у 17 містах у своїх цифрових пакетах починаючи зі «Стартового».

4 листопада 2015

– Верховна Рада прийняла в першому читанні за основу законопроект № 2334а «Про систему іномовлення України». За урядовий законопроект проголосували 245 народних депутатів. Голова Верховної Ради Володимир Гройсман доручив планувати розгляд законопроекту в другому читанні на четвертий пленарний тиждень листопада. Водночас він доручив обов'язково передбачити в законопроекті гарантії державного фінансування іномовлення. Під час пленарного засідання парламенту міністр інформаційної політики Юрій Стець повідомив, що український державний телеканал іномовлення UATV з 1 грудня почне транслюватися в кабельних мережах низки країн, а нині вже транслюється з трьох супутників. Фінансування української мультимедійної платформи іномовлення з державного бюджету планується в обсязі близько 200 млн грн, а ще 100 млн грн іномовлення планує залучати з позабюджетних коштів.

ЦЕЙ НЕВІДОМИЙ ЗВІР «ІНОМОВЛЕННЯ»



В Україні вже рік звучать заклики й гасла про створення державного іномовлення. 1 жовтня розпочала роботу мультимедійна платформа іномовлення, до складу якої входить і телеканал UATV. Чи справді це потрібно державі й для чого нам такий проект?

■ Ігор Розкладай



Ігор Розкладай,
юрист,
Інститут Медіа
Права

В Україні вже рік звучать заклики й гасла про створення державного іномовлення. 1 жовтня розпочала роботу мультимедійна платформа іномовлення, до складу якої входить і телеканал UATV. Платформу запущено Міністерством інформаційної політики на базі державних телерадіокомпаній «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"», «Банківське телебачення» (БТБ) та інформаційного агентства «Укрінформ». Чи справді це потрібно державі й для чого нам такий проект?

Квітень 2014 року, активна фаза анексії Криму й розгойдування ситуації на сході й півдні України. Пропагандистська машина Росії працює на повну потужність й Україні потрібно вживати контрзаходів. Очевидними є два факти: щось треба робити й на це немає таких ресурсів, як у північно-східній бензоколонки.

28 березня 2014 року на засіданні в тодішнього віце-прем'єр-міністра Олександра Сича заступник директора «Телекритики» **Світлана Остапа** озвучила пропозицію об'єднати УТР і «Перший Україне» із метою організувати російськомовний україноцентричний канал. Менш ніж за тиждень у своєму блозі Вікторія Сюмар, тоді — заступниця секретаря РНБО, висловила ідею створення каналу іномовлення, найперше — для російськомовної аудиторії СНД. Базою для такого каналу мало би стати «корупційне дітище Арбузова» — канал БТБ. У квітні 2014 року ухвалюється рамковий закон про суспільне мовлення, який «забрав» УТР до себе.



Подальші зміни в українському політикумі залишили цю ідею на бродіння у владних кабінетах. Після виборів і формування нового Кабінету Міністрів України, в якому неочікувано з'явилося Міністерство інформаційної політики, тема державного іномовлення знову постала на порядку денному. На цей час стало зрозуміло, що виділити «Перший Україне» неможливо, адже він є органічною частиною НТКУ, а відтак ішлося про об'єднання ресурсної бази БТБ й ліцензійних можливостей УТР. Принаймні, саме про технічну базу БТБ заявив новопризначений міністр Юрій Стець, який, вочевидь, розраховував отримати контроль над каналом після заяв НБУ про бажання позбавитися непрофільних активів і припинити фінансування БТБ з 1 січня 2015 року. Передача каналу БТБ МІП відбулася лише 19 березня 2015 року. До речі, статутний капітал ТОВ «БТБ» — 220 млн грн. За місяць до цього пан Стець оголосив про створення телеканалу Ukraine Tomorrow, який мав би стати «протиवाгою російським пропагандистським каналам, зокрема Russia Today». Запуск каналу мав би відбутися в квітні, однак наприкінці квітня заступниця міністра пані Тетяна Попова повідомила, що такий запуск відбудеться через місяць після передачі УТР. Така затримка була, безперечно, пов'язана з тим, що законопроект № 1357, що змінював закон про суспільне ТБ і, зокрема, вилучав УТР із переліку державних ТРО, що підлягають реформі, був підписаний президентом лише 7 квітня.

5 травня 2015 року МІП заявило, що без ухвалення відповідного закону запустити канал Ukraine Tomorrow вони не зможуть, а тому МІП розробив відповідний законопроект. Хоча пізніше все-таки робота над проектом почалася й 30 вересня 2015 року міністр інформаційної політики прозвітував про «завершення реформи іномовлення».

У всій цій «метушні довкола кита» в багатьох експертів виникає питання, що і для кого ми робимо. А головне — чи є ефективною ідея створення нового каналу в світі глобальних інформаційних агенцій, медіа-корпорацій і плейлістів телеканалів, які вимірюються сотнями.

Питання іномовлення в Україні не є чимось новим. Перший етап іномовлення пов'язаний із «четвертою кнопкою» українського радіо. Створена в 1960–70-х рр. служба іномовлення продовжує роботу й нині — англійською, німецькою й... румунською мовами. Очевидно, що створення в радянські часи такої служби не могло не мати ідеологічної бази і явно не базувалося на принципах популяризації країни на закордон. Другий виток іномовлення припадає на період правління Леоніда Кучми. Так, в Указі № 663/97 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 17 червня 1997 року “Про невідкладні заходи щодо впорядкування системи здійснення державної інформаційної політики та удосконалення державного регулювання інформаційних відносин”» знаходимо доручення тодішньому Міністерству інформації:

«5. Міністерству інформації України, Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення разом з Міністерством закордонних справ України підготувати на розгляд Кабінету Міністрів України план заходів щодо забезпечення необхідної присутності України у світовому інформаційному просторі, насамперед, шляхом розвитку за кордоном мережі державних кореспондентських пунктів і створення державного супутникового каналу мовлення з визначенням джерел фінансування цієї діяльності».

За чотири роки виходить новий Указ Президента

№ 1193/2001 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 31 жовтня 2001 року Про заходи щодо вдосконалення державної інформаційної політики та забезпечення інформаційної безпеки України». Цим указом визнається незадовільним виконання попереднього документа й знову доручається вирішити питання мовлення на закордон:

«7. Міністерству закордонних справ України, Державному комітету зв'язку та інформатизації України, Державному комітету інформаційної політики, телебачення і радіомовлення України опрацювати у двомісячний строк та вжити довгострокових заходів щодо розвитку зовнішньої інформаційної діяльності, інформування світової громадськості про Україну з метою формування позитивного її сприйняття у світі, щодо організації та фінансування теле- і радіомовлення за кордон».

Перед цим Президент видав ще один Указ № 892/2001 «Про Національну програму "Закордонне українство" на період до 2005 року». Документ мав вирішити масу питань від переселених у 40-х рр. українців із території Холмщини-Підляшшя до наповнення української бібліотеки в Москві. В розділі «Інформаційно-видавнича діяльність» доручалося збільшити обсяги мовлення Всесвітньої служби радіо України на держави СНД та інші світові регіони. Окрім цього доручалося налагодити трансляцію радіопрограми «Промінь» на східні області України (відчувається дежавю, чи не так?!), а також сприяти в установленому порядку її прийому в Російській Федерації, Республіці Білорусь, Республіці Казахстан та державах Центральної Європи. Ще один із основних пунктів цього розділу доручав «розпочати в установленому порядку регулярне транслявання теле- та радіопрограм супутниковими каналами зв'язку на держави СНД, Східної, Центральної і Західної Європи, передбачити в роботі національного каналу супутникового мовлення трансляцію в установленому порядку програм українського телебачення та радіо на країни компактного проживання українців».

Першого березня 2003 року Всесвітня служба іномовлення «Україна і світ» почала супутникове мовлення українською мовою. З 2007 року таке мовлення стало цілодобовим. З самого початку в іномовленні була величезна проблема — аудиторія. Про це, зокрема, згадується і в аналітичній записці НІСД 2013 року, присвяченій питанню іномовлення. Так, автор записки вказує на те, що мовлення УТР здійснювалося лише одну годину англійською мовою й дві — російською. Решта мовлення була україномовною, а отже можна сказати, що аудиторія каналу — це діаспора й закордонні українці (якщо, звісно, вони взагалі знали про існування каналу). Слід зауважити, що якість картинки й зміст програм нічим не відрізнявся від продукту а-ля УТ-2.

Очевидно, що після Помаранчевої революції варто було би зосередити увагу на створенні суспільного мовлення, частиною якого міг би стати й УТР, але ні помаранчева, ні смугасто-блакитна команда не змогла піти на такий крок, як реформування державних ЗМІ. Ба більше, 3 вересня 2010 року НТКУ отримувє ліцензію на цілодобове супутникове мовлення (супутник Sirius 4) під логотипом «Перший Україне». Тодішній керівник НТКУ Єгор Бенкердорф зауважив, що «в результаті мільйони українців за кордоном, зокрема в Росії, зможуть отримати збалансовану й достовірну офіційну інформацію про стан справ в Україні,



а не позицію окремих телевізійних холдингів». Поява НТКУ на супутнику була наслідком домовленостей із тодішнім зіц-Президентом РФ Медведевим, яким мав би сприяти появі українського каналу в РФ. «А як же ж УТР?!» — він же якраз на закордонних українців і був розрахований. Питання радше риторичне. Відтак із 1 вересня 2012 року «Перший Україне» був запущений на повну потужність, і в Україні де-факто стало два іномовника чи, радше, мовника назовні. Більш того, в 2013 році члени Комітету ВРУ з питань свободи слова та інформації обурювалися наявністю двох іномовників на тлі недофінансування державних мовників.

Після російської агресії 2014 року й анексії Криму стало зрозуміло, що голос України є дуже слабким у світових інфопотоках, особливо в медійно-каналізаційній трубі з боку РФ. Держава зі спустошеним бюджетом і шоком від війни не могла активізувати свої ресурси для якщо не протидії, то бодай притомного інформування. Тож ініціатива прийшла з медійного холдингу Коломойського, який у серпні запустив телеканал Ukraine Today. Англomовний новинний канал

почав на притомному рівні розповідати про те, що відбувається в країні. В той же час почали з'являтися ініціативи на кшталт StopFake, які так само прагнули донести до Європи і світу всю «красу» російського пропагандистського агітпропу.

Після ухвалення законопроекту № 1357, який виправив низку вад первинної редакції закону про суспільне мовлення, УТР дещо неприродно, але було вичленено з переліку телеканалів, що мають стати основою Національної суспільної телерадіокомпанії. По-перше, «нашому теляті вовка би з'їсти» — досвід створення суспільного мовлення в умовах кризи й війни є унікальним. По-друге, за нинішніх умов іномовник має інформувати світ про Україну та її стан, що не повністю збігається з метою діяльності суспільного мовника. В лютому 2015 року міністр інформаційної політики анонсував створення каналу з робочою назвою Ukraine Tomorrow (назва стала приводом до кепкувань, утім, використати її так і не стало можливим, адже вона виявилася об'єктом реєстрації торгової марки), а з 1 жовтня 2015 року канал іномовлення UATV почав свою діяльність.

Яким має бути іномовлення

Якщо поглянути на світовий досвід, то іномовлення — це інструмент держави для піару себе і своїх економічних та туристичних можливостей. Друга опція — протидія пропаганді в умовах холодних війн. Думаю, немає сенсу шановній аудиторії нагадувати про голоси заходу, що проривалися крізь систему глушіння. Але саме це й було іномовленням із-за завіси. Для України можна виділити ще третю опцію — розказати, що це за «звір» — Україна, яку одні взагалі не зможуть знайти на мапі світу, а інші розуміють як *petite Russia* з місцевим колоритом а-ля українська гостинність і красиві дівчата.

Утім, на відміну від старих і відомих мовників, запровадити новий канал іномовлення зараз — це як намагатися щось розказати суботнім ранком на галасливому ринку. Треба або дуже голосно й довго кричати, або вдаватися до нестандартних засобів, щоб люди вас побачили, або ж довго й нудно чіплятися до продавців і покупців із надією, що вас покличуть, і з реальною перспективою бути відправленим за фактичною адресою проживання бісової матері. МПП, що відповідає за проєкт іномовлення, взявся за доволі невдячну справу — створити мовника, якого дивитимуться за кордоном, при цьому маючи доволі обмежені фінансові ресурси й по суті доволі дохлу економіку, туризм і горезвісний український «сервіс». І тут ми підходимо до важливого питання: для кого це все?

Питання цільової аудиторії було й залишається одним із найважливіших, адже визначає як наповнення, так і мовну політику каналу. Очевидно, що при цьому не можна не враховувати приватного іномовника Ukraine Today, заточеного на *opinion* та *decision makers* країн старої Європи. І вже явно не в інтересах країни слати назовні різні меседжі: даруйте, але ззовні це сприйматиметься як «Україна — країна безладу», а там недалеко й до чергової втоми від України. Тому наразі виглядає, що аудиторія телеканалу — це все ті ж самі закордонні українці, а також аудиторії, які знають щось про Україну, але через мовний бар'єр не можуть отримувати інформацію з першоджерел. Також це країни, для яких Україна може стати своєрідним хабом у відносинах між західним та східним світом. Хотілося б говорити і про регіональне лідерство, але з таким ходом реформ і саботажем де тільки можна ідею «Україна — регіональний лідер» доведеться відкласти. Ще одне поле для роботи і ще одна потенційна аудиторія — інвестори й потенційні бізнес-партнери. При цьому, як я вже зазначав, іномовлення стає заручником бізнес-клімату, який жодним чином не покращився, а з іншого боку — пропозиція має виглядати «смачно» (і це явно не сюжет про збирання сейфів вручну). Очевидно, що визначення пріоритетів іномовлення в польових умовах потребуватиме часу, й не виключено, що аудиторією каналу можуть стати дуже неочікувані країни або ж каналу доведеться звузити фокус.





Статус

Одна з претензій, яка стосується іномовлення, — його юридичний статус. Так, відповідно до ЄДР, засновником Державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"» є Міністерство інформаційної політики. Тобто де-юре ми маємо канал державного мовлення. Природно, постає питання: якщо ми реорганізуємо ОДТРК в суспільне мовлення, чому в нас УТР залишається державним і як це в принципі корелюється із суспільним мовленням. Підказку можемо знайти, приміром, у *Deutsche Welle Act* — законі, який регулює діяльність DW. Пункт 1 абзацу 1 цього закону визначає як некомерційну суспільну інституцію для мовлення на закордон, простіше кажучи DW — це суспільний іномовник. При цьому закон прямо накладає на DW обов'язок взаємодіяти з суспільними мовниками ARD й ZDF. Завданням DW визначено передавання образу Німеччини як культурної держави, що дотримується європейських традицій. Іномовник має забезпечити платформу для дискусій, зокрема щодо німецьких та інших поглядів на важливі теми в галузі політики, культури, економіки тощо. Закон визначає порядок формування та складу ради, директора та правління, а також масу інших статей, характерних для аналогічних законів.

* * *

У липні 2015 року Кабінет Міністрів України зареєстрував у парламенті законопроект № 2334а «Про систему іномовлення України». Цей проект, як очікується, з малими змінами має стати законом і визначає «правові основи діяльності державного підприємства, на яке покладатимуться завдання і функції мовлення за межами України». Так, відповідно до проекту, на базі державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення"» та товариства з обмеженою відповідальністю «Банківське телебачення» має постати державне підприємство іномовлення.

Завданнями іномовника пропонується, зокрема, визначити:

- об'єктивне, повне, своєчасне й неупереджене інформування іноземної аудиторії про суспільно значущі події в Україні;
- інформаційна підтримка українців, що перебувають за межами України;
- забезпечення платформи для дискусій у всьому світі стосовно офіційної позиції органів державної влади України щодо важливих тем, насамперед у галузі політики, культури та економіки, з метою сприяння взаєморозумінню та обміну ідеями між різними культурами і народами світу;
- надання іноземній аудиторії затребуваних інформаційних продуктів;
- сприяння зміцненню міжнародного авторитету України та зростання інвестиційної привабливості.

Як ми бачимо, закладені цілі не сильно відрізняються від завдань DW, хоча мені важко уявити, як іномовник може забезпечити «зростання інвестиційної привабливості».

Що далі?

Очевидно, що поява іномовника — це спроба держави якщо не протидіяти російському пропагандистському конвеєру, то принаймні заявити про себе. Втім, так само очевидно, що іномовник рано чи пізно має запрацювати якщо не в системі суспільного мовлення, то бодай у тісній співпраці з ним, зокрема через модель спільної редакційної ради та механізму формування наглядових та керівних органів. При цьому цілком логічно скористатися досвідом того ж DW, де щочотири роки уточнюються програмні завдання, а також використовується модель управління й публічної звітності суспільного мовника. Ба більше, відтоді як постане суспільне мовлення, дуже важливо налагодити тісну співпрацю між ним та іномовленням, підготувавши таким чином базу для часткової або повної інтеграції іномовлення до складу суспільного мовника.

Чи вартував проект іномовлення затрачених зусиль і ресурсів, покаже час і команда його творців. ●



ИНОВЕЩАНИЕ КАК НОВЫЙ ПИАР-РЕСУРС ВЛАСТИ. Обзор контента

«Иновещание» в Украине, бюджет которого предполагает выделение десяти миллионов долларов в год, становится удобным в использовании пиар-ресурсом власти.

■ Гала Скляревская

В проморолике созданного продукта министр информации Юрий Стець заявляет, что у канала «миллионы» зрителей, три спутника и вообще проделана огромная работа. Пока для тех, у кого нет спутника, украинское иновещание — канал в ютьюбе с невразумительным контентом и даже не совсем ясным названием. Поскольку изначально он был заявлен как Ukraine Tomorrow, а теперь, после выдвинутых Фирташем претензий на тот же бренд, скромно именуется UA/TV. Пока неясно также, на данные каких исследований ссылается министр информационной политики, заявляющий о миллионах зрите-



лей українського іновещання — судя по тому, що кількість просмотров на каналі UA/TV в ютубе равняется в среднем десяти в день для одного видео, до миллионной аудитории иновещанию далеко.

Кроме канала в ютубе, есть, собственно, сайт ukrinform.ua, заявленный как «мультимедийная платформа», но пока от мультимедийности на нем только прямая трансляция эфира UA/TV и некоторое количество видео, доступное на сайте. Остальное видео канала можно посмотреть только в ютубе.

Контент UA/TV тоже вызывает много вопросов. Аудитория, на которую планирует работать иновещание — «широка іноземна, у першу чергу, українська діаспора та російськомовні глядачі, які потребують об'єктивної, актуальної та повної інформації з України і про Україну». Видимо, именно для этой аудитории предназначены рубрики «Сделано в Украине» и «Украина лидирует» — в последней показывают достижения Украины в области разведения кукурузы и авиации. А рубрика «Сделано в Украине» довольно подробно рассказывает о том, что выпускается в нашей стране — например, как печатают гляцевые журналы. Уверена, что это довольно познавательно для наших школьников, но вряд ли украинская диаспора в Финляндии, например, заинтересована в такого рода репортажах.

На сайте «Укринформа» сообщается, что в программе UA/TV «более сорока выпусков новостей», а также другие программы — но, к сожалению, телепрограмма на сайте, как и, собственно, какая-то понятная зрителю сетка вещания, на канале отсутствует. Так что если эти программы и существуют, то их нужно просто вылавливать по ходу эфира. Отдельно программы, как и выпуски новостей, сейчас на сайте не выкладываются.

Сорок выпусков новостей, вероятно, действительно показывают зрителям — но, к сожалению, с бесконечным повтором одной и той же информации. Например, об открытии памятника жертвам Голодомору в Вашингтоне. Или о победе украинского боксера Василия Ломаченко. Или о новом обстреле «боевиками», «террористами» или «наемниками» позиций украинских военных в зоне АТО. И так целый день, без всякого обновления информации. Кроме того, довольно часто новость заканчивается ссылкой на Порошенко или Яценюка. Например, в новости об открытии памятника жертвам Голодомора в Вашингтоне сообщается, что на открытии присутствовала Марина Порошенко и что сам президент думает по поводу памятника и Голодомора. При этом зрителям, не сообщили, что деньги на этот памятник давал фонд Фирташа, не указали даже фамилии скульптора, не рассказали историю его создания. Так же как и не сообщили зрителям о достижениях в карьере Ломаченко — зато упомянули, что его на своей странице в фейсбуке поздравил Порошенко.

В рубрике «Реформы в Украине» вообще часто цитируется прямая речь Яценюка о необходимости реформ — как будто не он сам отвечает за их реализацию, а постоянно призывает к работе над реформами кого-то другого. Кроме того, смысл реформ, к

сожалению, остается неясен — было бы неплохо не только зарубежному, но и нашему зрителю подробно объяснить, чем именно им грозит новая, например, пенсионная реформа или какие реформы были проведены в экономике.

Вообще, официальные лица Украины, в первую очередь президент и премьер, присутствуют в большинстве новостей канала. Так что в целом информполитика UA/TV напоминает больше выпуски советских новостей — с неизменным официозом, надоями и урожаями. Поэтическую ноту добавляют неожиданные исторические вкрапления — тоже, видимо, ориентированные на иностранную аудиторию. Например, постоянная рубрика «Гений места» с длинной цитатой из книги Петра Вайля в заставке. После нее зрителям рассказывают о туристических достопримечательностях столицы — например, о доме-музее Михаила Булгакова или строительстве Красного корпуса университета. О Булгакове говорил первый директор музея Анатолий Кончаковский — собственно, это просто записанная экскурсия по квартире Турбиных-Булгаковых в слегка сокращенном виде. Музей, конечно, очень важная часть культурной программы столицы — но, наверное, было бы неплохо рассказать и диаспоре, и немногочисленным украинским зрителям о самом доме и его владельце — воспользовавшись хотя бы статьёй Забужко [Оксана Забужко. Цей проклятий «квартирний вопрос»// <http://www.radiosvoboda.org/content/article/27079412.html>].

Если рассказ о музее Булгакова может показаться неполным, то рассказ об университете и его корпусах можно было бы сократить. Хотя бы чтобы избавить текст от фраз вроде «планета знаний под названием университет имени Шевченко» или «поздней порой университет как-то по-особому улыбается». Ночной оскал университета может и до кошмаров напугать впечатлительного зрителя, а того, кто помнит советские науч-поповские передачи, заставить ностальгировать по временам своей юности, слушая рассказы о «неутомимых тружениках-телескопах».

Имеется, конечно, и свой вариант «Служу Советскому Союзу» — то ли рубрика, то ли регулярная передача под названием «Граница Украины». В репортаже о проведении патриотических игр с разборкой на скорость автомата Калашникова школьниками столичных гимназий есть что-то пугающее — как будто Украина не в Европу движется, а с Северной Кореей собирается объединяться. Ну и, конечно, не обошлось без разговоров о правильных моральных ценностях, необходимости для мужчины физической подготовки и национально-патриотического воспитания с военизированным уклоном.

Иногда в эфире случаются интересные вкрапления — например, информация о том, что две украинки канадского происхождения получили портфели в Кабинете министров Канады. Наверное, это сообщения для диаспоры. А вот рассказ о фашистах, монархистах и православных казачках в России, видимо, для тех, кто интересуется «объективной информацией об Украине и из Украины». В лучших традициях роспропаганды, зрителям UA/TV рас-



сказали о кулачных боях между российскими нацистами и антифа, о строителях белого мира, о неразберихе в политических партиях, о казачках, которые считают Путина Наполеоном, то есть императором.

Еще одно историческое вкрапление на канале — продукт компании StarMedia и «Бабич-дизайн» под названием «История Украины» — небольшие компьютерные анимационные ролики, рассказывающие историю Киевской Руси — к четвертой серии добрались до Аскольда и Дира.

Далее зрителям предложили полезную информацию о том, как получить статус «внутренне перемещенного лица», а затем — о том, что полиция будет штрафовать машины с абхазскими и осетинскими номерами, поскольку Украина так и не признала их самостоятельность. Вряд ли это информация для внешнего употребления — но три спутника уже вещают, надо же чем-то заполнять эфир.

В общем, пока складывается впечатление, что команда уже презентованного иновещания совершенно не представляет, для кого и как ей работать. Но при этом не забывает о позитивном освещении деятельности правительства и президента — пригодится и для обеих аудиторий. А о скользких моментах можно и промолчать; но если это совершенно не удастся, то в новостях UA/TV сглаживают шероховатости. Например, в новости о «спецоперации в Днестре». Спикер на видео сообщает, что «Генпрокуратура проводит широкомасштабную операцию по задержанию лиц, которые принимали участие в преступной группировке. Никакой политической составляющей в этом деле нет, и не важно, какую политическую партию представляют лица, с которыми сейчас проводят следственные действия». Вот, собственно, и все — ни названия политической партии, ни фамилия Корбана в этом видео не прозвучали. Просто прямая речь помощника Генпрокурора и спикера СБУ. Можно быть уверенным, что представители диаспоры не заинтересуются каким-то задержанием преступной группировки в Днепропетровске, а местные зрители и так догадаются, о ком идет речь. Правда, в выпуске «Головні події» о Корбане все-таки рассказали — только о том, что Генпрокуратура оспаривает решение суда отпустить Корбана под домашний арест. Да и сами главные события выглядят как-то неубедительно — выпуск от 16:00 (от 9 ноября) занял целых девять минут, в нем коротко сообщили зрителям о встрече Порошенко с Могерини, о повестке дня в Раде, о том, что Лукаш, по словам Портнова, выкрали сотрудники прокуратуры и увезли ее в неизвестном направлении (прокуратура опровергает) — а также показали трехминутный репортаж о фильме Игоря Парфенова «Однажды в Украине». Видимо, арест Лукаш и проваленное голосование по визовому режиму — менее значимые для страны события, чем интервью с режиссером, который получил премию в Испании.

Кроме того, что информация в выпусках новостей, да и программах подобрана нелогично, без ориентировки на какую-то конкретную аудиторию. Кроме собственно новости или репортажа, на экране присутствует сразу две бегущие строки — одна по-английски, вторая по-русски, с различными новостями, не дублирующими друг друга. Кроме того, есть английские субтитры на самом экране, которые вкратце пересказывают зрителю сообщение новости или репортажа. И есть еще справа на экране плашка с новостями «Укринформа» — опять-таки, новости не связаны ни с бегущими строками, ни с информацией на видео. Но довольно трудно усваивать информацию как минимум из четырех источников одновременно. К тому же новости «Укринформа» переводят на несколько языков, в том числе испанский.

С учетом множества социальной рекламы, активно продвигающей в первую очередь децентрализацию, можно констатировать, что UA/TV явно работает на внутренний рынок. Так что пока «иновещание» в Украине, бюджет которого предполагает выделение десяти миллионов долларов в год, не состоялось. Зато появился новый, удобный в использовании пиар-ресурс власти. ●



ГО «Телекритика» запитала в експертів наступне:

Які групи людей мають бути цільовою аудиторією державного іномовлення?

Якої інформації про Україну бракує за кордоном — і якими мають бути теми й формати медіапродукту?

Які платформи слід розвивати: телеканал, радіо чи інтернет?

Які інші способи протидії інформаційній агресії Росії з боку держорганів України могли би бути ефективними?





Марта ДИЧОК

Професорка
Канадського університету
Західного Онтаріо

Іномовлення не є найефективнішою стратегією для України. Адже щоби провадити його ефективно, потрібні величезні фінансові ресурси та час, аби завоювати аудиторію. Як я бачу, короткотермінова ціль — надати міжнародним аудиторіям достовірну інформацію про те, що відбувається в Україні. Найбільш дієвий шлях зробити це — тримати зв'язок із наявними міжнародними медіа та поширювати серед них інформацію. Спрямовувати зусилля на найбільш впливові — BBC, CNN, AlJazeera, Deutsche Welle, EuroNews,

RT тощо. Розвивати співпрацю між медіаорганізаціями, державними інституціями, групами громадянського суспільства, діловим світом, академічними установами. Для цього їм потрібно регулярно надавати інформацію хорошої якості (лаконічну, добре написану, подану у формі, зрозумілій для іноземних аудиторій).

Щодо формату — це мають бути новини й тематичні матеріали. Більшість іноземних аудиторій знає про Україну стільки ж, скільки українці знають про Сирію: те,

що вони читають у заголовках, коли ситуація загострюється. Найкраще, якщо інформація подаватиметься з відповідним контекстом та бекграундом. Також добре створювати матеріали для широкої публіки — про людей, місця, події, природу, архітектуру, мистецтво, історію й незвичні речі, що захоплюють увагу.

Щодо платформи — тут мультимедійний підхід був би найкориснішим: для телебачення, радіо, соціальних мереж та преси.

Цільова аудиторія має бути настільки широкою, наскільки це можливо. Політичні, ділові кола, які зацікавлені в Україні, вже стежать за перетвореннями, так само як і представники діаспори. Ціль має бути інша — зробити Україну відомою та зрозумілою для ширших аудиторій. Лідерами думок і тими, хто приймає рішення, часто можуть бути люди, як то кажуть, «різних форм та розмірів», часто несподіваних. ●

Ключовими цільовими групами мають бути, без сумніву, іноземні політичні, бізнесові, експертні, медійні й культурні кола. Бізнесу, можливо, треба давати пріоритет, показуючи перспективи країни для інвестицій та галузі /сфери, які можуть швидко розвиватися. Навряд чи діаспора може бути цільовою аудиторією — вона здебільшого має можливості стежити за українськими подіями в оригіналі або через уже наявні англомовні джерела (KyivPost, HromadskeInternational, UkraineToday тощо).

Щодо контенту, це точно не має бути український контент для українського глядача, який просто перекладається. Міжнародна аудиторія та українська аудиторія працюють за різними принципами.

Теми можуть бути: а) перспективи для міжнародного бізнесу в Україні, а саме: історії успіху, потенційні сфери для інвестицій, досвід міжнародних компаній тут, реформи, які мають поліпшувати життя бізнесу; б) роль волонтерів, громадянського суспільства — все

Володимир ЄРМОЛЕНКО

Експерт «Інтерньюз-Україна»,
ведучий «Громадського
телебачення»



те, що показує потужність та активність українських громадян, життя суспільства, а не просто держави; в) життєві історії про людей, бізнесменів, митців, які несуть модерні цінності, що можуть бути зрозумілими західній людині; г) життєві історії, пов'язані з війною — переселенці, волонтери, солдати, поранені тощо; г) роз'яснення українських реформ, зокрема там, де вони насправді відбуваються; д) роз'яснення ключових політичних речей, але максимально просто й чесно.

Досить дивним є запровадження ще одного телепроекту в умовах, коли існує HromadskeInternational та UkraineToday. Набагато кращим рішенням було би дати фінансову підтримку цим двом проектам —

і кільком іншим ініціативам, які працюють із міжнародною аудиторією: UkraineCrisisMediaCentre, StopFake, EuromaidanPress тощо. А так видається, що дехто в державних структурах знову замість нормального аутсорсингу й залучення професійних гравців (як робиться вже скрізь у Європі: держава стає радше підтримувачем ініціатив, аніж їх виконавцем) намагається «освоїти кошти». НаYouTube-стрімі зараз UATV дивиться аж... 4 особи. Назва UkraineTomorrow — це взагалі клоунада. Просто сумно.

Щодо протидії інформаційній агресії Росії — краща комунікація та підтримка вже наявних ініціатив. Не треба створювати ніякого нового ресурсу. ●



Пітер ПОМЕРАНЦЕВ

Британський публіцист, телепродюсер, автор книжки «Нічого правдивого і все можливе» (Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia)

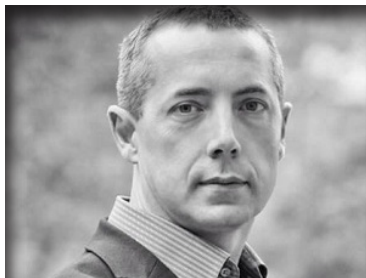


Іномовлення має бути націленим на найбільш впливові групи у різних сферах. Ймовірно, із різними меседжами. Широка аудиторія не переймається Україною чи Росією (RT нічого не повідомляє про Росію). Цільові країни — Німеччина і ще раз Німеччина. Сполучене Королівство/США — тому що англійська мова важлива.

Зараз немає інформації про Україну. Ви починаєте зі старту. Ви маєте установити Україну на карті. Для різних аудиторій тема та формат має бути різ-

ний. Щодо платформи — найкраще інтернет для цільових груп. Думаю, що не варто робити телеканал.

Щодо інших форм протидії російській інформаційній агресії — жодних. Ігноруйте російську пропаганду. Ви можете давати відсіч Росії у політиці (наприклад, доводити, що Німеччині не варто інвестувати в Росію). Але більшість реакцій на пропаганду — марні. Можна лише спростовувати деякі міфи для конкретних груп, щодо конкретних меседжів. ●



Михайло МІНАКОВ

Доцент кафедри філософії та релігієзнавства Києво-Могилянської академії, президент Фонду якісної політики, директор Інституту критики

На мою думку, необхідно диференціювати цільові аудиторії — країни і групи населення. По-перше, це Росія — й тут працювати на дві групи: інтелігенція і загальне населення, про еліти тут би я не дбав. Необхідна не пропаганда, а показ реальності — справжня журналістська робота. Тут також треба робити інформаційні та сатиричні програми про Росію із застосуванням вільних журналістів і письменників із Росії. По-друге, ЄС — у цьому напрямі працювати на політичні еліти й загальне населення — і під кожну свої програми.

А бізнес-кола й діаспора мають досягатися іншими каналами, тут телебачення зайве. Інвестори потребують каналів офіційних та бізнесових, а не ТБ. Звісно, контекст позитивної інформації про країну важливий. Але цей контекст створюють повідомлення колег-бізнесменів про справедли-

вість суду, політичні ризики та дотримання урядом своїх гарантій. Із діаспорою справа складніша. Це тільки в Києві здається, що це щось єдине. Насправді ж це дуже строкаті групи, сформовані смаками та ідентичностями як мінімум п'яти хвиль еміграції в ХХ ст. Навіть по країнах вони ускладнено спілкуються між собою. В США, наприклад, остання хвиля дивиться «Громадське» і «Плюси», і їх іномовлення може й не зацікавити. «Бандерівська» хвиля і їхні онуки вже можуть бути аудиторією, якій потрібна англійська. Але тут є попит на етніку: якщо ж наше іномовлення зведеться до цього, то ніхто інший цих каналів не поважатиме й не використовуватиме. Якщо йдеться про мережі наших емігрантів останніх десятиліть у ЄС, то й тут потрібні дослідження, про що і як їм повідомляти.

З огляду на брак ресурсів, я би радив створювати інтернет-ТБ та

розвивати інтернет-канали. Щодо контенту, то мають бути інформаційні передачі — про Україну і світ (в останньому випадку показ тем з інших країн із української перспективи); жодної пропаганди, а продукт збалансованого журналістського/репортерського гатунку; бракує розуміння того, які національні інтереси України і всередині, й закордоном, тому мають бути передачі про це (не про держінтереси, а про національні інтереси) і про погляд українців на події за кордоном.

Серед інших способів протидії інформаційній агресії з боку Росії: 1) створення і підтримка ЗМІ (ТБ й інтернет-сайтів), зорганізованих російськими лібералами-емігрантами; 2) в Росії авторитаризм знищує гумористичні й сатиричні програми. Наповнити інтернет сатирою українською та російсько-емігрантською було б чудовим ходом. ●



Дмитро ІВАНОВ

Політичний оглядач
«Українського радіо»

Визначення цільової аудиторії (так само і країн, на які ведеться мовлення) не повинно відбуватися на мою або чийсь думку — її має визначити низка досвідчених експертів після фахового дослідження. На жаль, очевидно, що відповідальні за інформполітику в державі мислять інакше. Загалом це мала би бути серйозна наукова робота у співпраці з зарубіжними експертами з масової комунікації та інформаційної політики, бо нам зараз важко навіть уявити коло проблем, які виникають при створенні іномовлення в сучасних реаліях — ми ніколи не мали з цим справи. В тому числі одна з ключових — визначення ЦА. Мінінформполітики мало би бути замовником такого дослідження, а отримавши його — просто виконувати рекомендації.

Визначена цільова аудиторія сама все скаже про контент. Єдине, що очевидно і без дослідження — ми маємо визначитися, чи буде єдиною інформаційна функція закордонного мовлення, тобто чи ставити як завдання також і пропаганду? Відомо, що до останньої доволі негативне ставлення експертного співтовариства через ту ж таки Росію, де пропаганда просто замінила інші функції масової комунікації. А оскільки за кордоном бракує будь-якої інформації про Україну, то стратегія іномовлення має використовувати й партнерські напрямки, перш за все народну дипломатію та українську культурну політику для закордону.

Канали інформації також визначатиме ЦА. Очевидно, що вона не буде монолітом, і матиме декілька ядер — для них і знадобляться різні платформи. Скажу стосовно мені зрозумілого — радіо. Мало хто знає, що за останні кілька років у Росії була просто вимкнена потужна мережа державного радіомовлення на середніх хвилях (власне, й на коротких також). Але середні хвилі досі мають багатомільйонну аудиторію в РФ через слухацьку звичку і наявність приймачів. Фактично цим вдало і скористалися мої колеги в НРКУ, створивши рік тому російську редакцію Всесвітньої служби радіомовлення України. Але успіх треба було би закріпити — замість чотирьох годин мовлення щоденно потрібно не менше десяти, і ще кілька потужних передавачів замість одного. Тоді б таке мовлення стало би реальним фактором впливу і донесення українського меседжу до російської аудиторії. Ми й зараз маємо відчутну реакцію слухачів з того боку. Але навряд чи наш уряд здатен на це знайти в бюджеті кілька десятків мільйонів гривень, якщо він кілька місяців тому спробував зекономити на трансляції сигналу по Україні три мільйони, коли вся логіка подій вимагає розширення мовлення.

Щодо протидії інформаційній агресії Росії. Як відомо, одне з головних завдань, реалізованих російською пропагандою, — довести, що Україна — фейкова держава. Жоден спосіб переконати європейську аудиторію у зворотньому (перш за все ту, яка приймає рішення) не був би таким ефективним, як наочні зміни в державній політиці України. Перш за все у сфері боротьби з корупцією, десоветизації економіки та дотримання прав людини у всіх сферах життя. І щоб донести цю новину до потрібних вух за кордоном, не треба будувати іномовлення — тут і звичайної пошти буде достатньо. А здивовані іноземні ЗМІ самі про все розкажуть. ●



Тетяна ЛЕБЕДЄВА

Почесна голова Незалежної асоціації телерадіомовників (НАМ)

Іномовлення в будь-якій країні — один із найважливіших інструментів комунікації з зовнішньою аудиторією. Використовуючи його, Україна могла б інформувати світ про процеси в країні, про головні принципи зовнішньої і внутрішньої політики; спростовувати інсинуації щодо подій в Україні; створювати пул лояльних впливових експертів; формувати сучасне обличчя України й висловлювати український погляд на події у світі; демонструвати високий культурний, науковий, економічний потенціал країни як партнера. Відсутність якісного іномовлення поглиблює нерозуміння й утому від України серед закордонних політиків та експертів, відлякує потенційних інвесторів та партнерів, посилює недовіру іноземців до нашої держави та її громадян.

Для створення ефективної комунікації необхідно, перш за все, добре розуміти цільові аудиторії. Найважливіші з них: журналісти, співробітники зарубіжних ЗМІ та інформаційних агенцій; співробітники урядів та організацій інших держав; експертне та наукове співтовариство, лідери думок; співробітники українських дипломатичних представництв в інших країнах; бізнесмени, інвестори, аналітики; співвітчизники, що тимчасово чи постійно живуть за кордоном (у тому числі біженці); діаспора; мешканці Росії та російськомовні громадяни інших держав. Усі ці категорії слухачів, глядачів і читачів не мають зараз надійних джерел інформації про Україну.

Зараз до України прикута увага світової спільноти. В умовах збройної агресії та жорсткої антиукраїнської пропаганди наша держава мусить провадити ефективну інформаційну політику, відстоювати свої позиції, постійно створюючи та поширюючи правдивий, якісний, оперативний, сучасний контент. Програма розвитку позитивного образу України — це стратегічна програма оновлення її відносин із відкритим суспільством. Сміслові та емоційне наповнення контенту повинні мати привабливі, людські риси. Від радянських підходів і методів роботи слід відмовитися. Світ став набагато ширшим: змінилися культурні, смакові, ціннісні пріоритети людей. Тому надважливою у творенні іномовлення є відмова від застарілих методів подання інформаційних і просвітницьких матеріалів про Україну, що спрощують картину подій, зводять вітчизняну культуру до етнографізму та соціалістичних штампів. Неприпустимою є також відверта пропаганда: що менше пропагандистська складова, то вищою є ефективність формування зон впливу й рівень довіри. Основою ефіру має бути інформаційне мовлення: як студійні випуски з запрошеними експертами, так і короткі новинні дайджести. Для максимального охоплення.

Щодо каналів інформації, без сумніву, зараз найбільш динамічно зростає аудиторія інтернету. Нова генерація не уявляє життя без мережі та мобільних пристроїв. Це потрібно неодмінно врахувати, але не слід забувати й того, що більшість аудиторії досі вважає головним джерелом інформації традиційні медіа. Тому, на мій погляд, іномовлення має бути мультиплатформним, його редакція — конвергентною, інформація — диференційованою в залежності від каналу поширення. Тоді різні типи контенту будуть посилювати один одного та охоплюватимуть більшу аудиторію.

Жодна країна не може сьогодні сказати, що знає, як протистояти неперевершеній за масштабом і рівнем цинізму інформаційній складовій гібридної війни, що її розв'язала Росія. На жаль, свій досвід наша держава здобуває ціною колосальних утрат. Головним засобом боротьби є правда: постійний потік оперативної, правдивої, збалансованої, переконливої інформації в різних формах і форматах. І використання всіх можливих сучасних каналів передавання цього контенту.

Безперечно, слід використовувати м'яку силу, дипломатію, залучати діячів культури, науки, лідерів думки задля привернення уваги до важливих тем. Чудовою відповіддю агресору, зброєю боротьби з панікою, плітками, міфами та недовірою була би добре налагоджена комунікація реальних позитивних змін у самій Україні. Іномовлення ж могло би посилити й розширити ефект цієї комунікації. ●



Андрій ПОРТНОВ

Історик,
запрошений професор Університету Гумбольдта в
Берліні, головний редактор сайту historians.in.ua (Київ)

Щодо пріоритетних країн, очевидно, що ключову роль в сучасній політиці ЄС відіграє Німеччина, присутній попит на інформацію про Україну існує в Польщі. Але такі країни, як Франція чи Великобританія також важливі. Думаю, що цільовою аудиторією мала би бути широка громадськість, яка не розуміє української мови. Українці, які живуть за кордоном, потребують не окремого ЗМІ з України, а якісних місцевих україномовних ЗМІ, які б описували реальність країн проживання (наразі таку роль в тій самій Німеччині виконують російськомовні газети). Вплив державного українського ЗМІ для закордону на закордонні політичні еліти чи бізнесові кола буде мінімальний. Політичні та бізнесові рішення ухвалюються не на основі повідомлень в ЗМІ, але і перші, і другі мусять рахуватися з суспільною думкою та політичними настроями виборців. Тому намагатися вплинути варто саме на них.

Про Україну бракує будь-якої інформації: політичної, історичної, культурної. Але просто дивитися програми про Україну буде не так багато людей. Хіба що в ситуації, коли українські теми є на першому плані в міжнародних ЗМІ. В ідеалі «іномовник» мав би не фокусуватися на власне Україні, але пропонувати широкий набір програм про світові проблеми, аби Україна була однією із тем, але не єдиною темою. При цьому, специфічну інформацію (про інвестиційний потенціал чи нюанси правової ситуації) варто поширювати не в форматі масового ЗМІ, але через спеціальні публікації (друковані і в інтернеті), розраховані на чітко визначену цільову аудиторію.

Щодо каналів інформації, то кожен засіб масової інформації має свої переваги. Вибір залежить від чіткого визначення мети інформаційної політики. Якщо ідеться про специфічні фахові дані — доречніші спеціальні публікації. Якщо про вплив на масову думку — телебачення (але це дуже дорогий проект). У кожному разі, варто би створити сучасний сайт про Україну різними мовами, де була б зібрана різного роду інформація: від статистичної до практичних порад туристам чи бібліографії нових публікацій основними світовими мовами. Мені здається, саме такий сайт був би найреалістичнішим й найефективнішим проектом за умови регулярного поповнення і якісного змісту.

Щодо протидії інформаційній агресії Росії, найефективнішою, на мою думку, була б не «контрпропаганда», але систематичне раціональне інформування про стан справ в Україні. Для цього потрібен не лише схематично описаний вище інтернет-ресурс, а й програми обміну для закордонних журналістів, покращення роботи прес-служб українських посольств, створення англомовних повнотекстових версій вебсторінок органів державної влади і місцевого самоврядування. ●

