

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
ТА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

Ю. В. Нестеряк, Ю. М. Нестеряк

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ
ПРОСТІР УКРАЇНИ: ТРАНСФОРМАЦІЇ
(1989–2019 роки)**

Монографія

Київ – 2021

УДК 351:659.3/4:316.422](477)"1989/2019"
Н56

*Рекомендовано до друку Науково-технічною радою
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 8 від 04.11.2021)*

Рецензенти:

Л. В. Губерський – доктор філософських наук, професор, академік Національної академії наук України;

А. І. Семенченко – доктор наук з державного управління, професор;

О. В. Радченко – доктор наук з державного управління, професор;

Т. В. Бельська – доктор наук з державного управління, доцент.

Ю. В. Нестеряк (вступ, розділи 3, 4), Ю. М. Нестеряк (розділи 1, 2, висновки).

Нестеряк Ю. В., Нестеряк Ю. М.

Н56 Національний інформаційний простір України: трансформації (1989–2019 роки) : монографія. Київ : КНУ, 2021. 176 с.
ISBN 978-966-933-188-5.

Монографія є першим комплексним науковим дослідженням національного інформаційного простору України в період 1989–2019 рр. у контексті суспільних відносин. У роботі обґрунтовано оригінальний науковий підхід до реалізації державної інформаційної політики як багатофункціональної комплексної складової державного управління, спрямованої на формування й розвиток на демократичних засадах відкритого національного інформаційного простору, інтегрованого у світовий інформаційний простір з урахуванням національних інтересів.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, фахівців публічного управління та інформаційної галузі.

УДК 351:659.3/4:316.422](477)"1989/2019"

ISBN 978-966-933-188-5

© Навчально-науковий інститут
публічного управління та державної
служби Київського національного
університету імені Тараса Шевченка, 2021
© Нестеряк Ю. В., Нестеряк Ю. М., 2021

З М І С Т

ЗАМІСТЬ ПЕРЕДМОВИ.....4

ВСТУП.....7

Розділ 1
**СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ
(1989–1994 рр.)**.....17

Розділ 2
**ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ
(1994–2004 рр.)**.....58

Розділ 3
**РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО
ПРОСТОРУ УКРАЇНИ (2005–2014 рр.)**.....87

Розділ 4
**НОВІТНІЙ ПЕРІОД РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ
(2014–2019 рр.)**.....116

ВИСНОВКИ.....150

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....160

Наприкінці 70-х рр. минулого століття, повертаючись зі школи, у хаті заставав діда, який звично сидів на кухні біля серванта і слухав радіо. «Брешуть?» – питаю, провокуючи потік дідових коментарів. «Брешуть, – відповідає дід і раптом додає: – А знаєш, що третю світову війну розпочнуть німці?» «Які – «східні» чи «західні?» – радісно перепитую, демонструючи знання політичної географії. «Глухий ти, глухий, – спокійно відповів дід. – Німці вони і є – німці...»

Коли показували по телевізору, як тисячі людей радісно перелазять, колупають, ламають Берлінську стіну, мені чомусь стало страшно. Дивно відчуття. Уже не було діда. Але ж звідки він міг тоді про це знати?!

Саме падіння Берлінської стіни у листопаді 1989 р. та об'єднання Федеративної Республіки Німеччини і Німецької Демократичної Республіки, на моє переконання, стало початком незворотних відцентрових процесів та розпаду Радянського Союзу. Ні Всесоюзний референдум про збереження СРСР у березні 1991 р., ні спроба державного перевороту (так званий «путч ГКЧП» («ДКНС»)) у серпні того ж самого року не змогли зупинити прагнення до реальної незалежності народів радянських республік, і України зокрема.

Дідусь сидів на власноруч зробленій лавці під крилатою кислицею (так у нашому Срібному на Чернігівщині називають яблуню-дичку), майстерно скручував самокрутку із вирошеного на власному городі тютюну і запитував: «А що, «Срібляницину» не принесли?» Я бігла до поштової скриньки і думала, ну, яка ж «Срібляницина», коли наша районка носить горду назву «Ленінське слово»?

Дідусь читав газету без окулярів. Особливо радів, коли знаходив матеріали із підписом «Юлія Жук, юнкор». Мине небагато часу, і газета поверне собі історичну назву. Але зміна редакційної політики пострадянських медіа займе не один десяток років...

Тож варто згадати ті історичні факти, які чомусь «загубилися» у новітній історії України. Мабуть, тільки на двогривенній ювілейній монеті залишилася згадка про «Декларацію про державний суверенітет України», ухвалену Верховною Радою Української РСР ще 16 липня 1990 р. А згідно з прийнятою того ж самого дня Постановою «Про День проголошення незалежності України», День незалежності України вперше і востаннє святкувався у київському палаці культури «Україна» 16 липня 1991 р.

До речі, про гривню, яка стала національною валютою України тільки в серпні 1996 р. Та ще до проголошення незалежності України,

у квітні 1991 р., розпочалася робота над ескізами й обговорення концепції та зовнішнього вигляду українських банкнот. Уже 23 жовтня того ж самого року підписано контракт на випуск української гривні з компанією «Canadian Bank Note Company Limited», яка друкує валюту для Національного банку Канади. І знову якимось «загубилася» визначна, на наше переконання, постать «батька української гривні» Вадима Гетьмана, якого фахівці вважають творцем фінансової системи України. Саме він очолював Національний банк України у 1992 р., коли на основі Указу Президента України «Про реформу грошової системи України» єдиним засобом платежу в країні став український карбованець, а Україна остаточно вийшла з рублевої зони.

Після проголошення Незалежності й скасування заборони на заснування друкованих ЗМІ кимось, крім партійних органів, український медіаринок стрімко поповнювався новими, незвичними для пострадянського простору виданнями. Волею долі, працюючи у відділі реєстрації друкованих ЗМІ Державного комітету у справах видавництва, поліграфії та книгорозповсюдження, реєструвала газети «Опозиція», «Белая колдунья», «Бізнес», «Пан плюс пані», «Всеукраїнские ведомости», «Копейка», журнали «Лель», «Дзвіночок», «Натали»... Кожне свідоцтво про реєстрацію видавалося надійною цеглинкою у фундамент незалежних українських медіа. А міжнародні експерти визнали Закон України «Про друковані засоби масової інформації (преса) в Україні», ухвалений 16 листопада 1992 р., найдемократичнішим на пострадянському просторі: заснування нових медіа здійснювалося на реєстраційній, а не дозвільній основі.

14 лютого 1992 р. за нез'ясованих обставин загинув у власній квартирі народний депутат України, старший редактор «Молодіжної студії «Гарт» державного телеканалу УТ-1, журналіст В. Бойко, фактично відкривши список жертв небезпечної не лише в Україні професії. З роками цей список поповниться прізвищами і, на жаль, аж ніяк не закінчиться відомим прізвищем Г. Гонгадзе.

9 січня 2003 р. у відомчому готелі одного з виправно-трудовак закладів Вінниці на 48-му році життя раптово помирає оглядач української служби «Радіо “Свобода”» Сергій Набока. Український журналіст, дисидент і політв'язень Сергій Набока в березні 1989 р., на переконання колеги В. Кіпіані, «увійшов в аннали вітчизняної історії як «відповідальний за випуск» газети «Голос відродження». Скромність на пару з пофігізмом не дозволили йому навіть самоназватися «головним редактором». У такому разі вдруге він туди увійшов у 1991-му як

співзасновник і директор Української незалежної інформаційної агенції «Республіка» – першого справді незалежного інформгентства в Україні. І це лишень як журналіст! А ще – як один із засновників Українського культурологічного клубу (УКК) – першої в Києві незалежної української громадської організації часів перебудови 1980-х рр., учасник I з'їзду Народного Руху України, співзасновник зареєстрованої під № 1 в Україні Української республіканської партії (УРП), один із провідних діячів Української Гельсінської спілки.

Вже забулося... Попри все, переконаний, що постать Сергія Набоки для України вочевидь є історичною, поряд із «батьком» гривні Вадимом Гетьманом та першим Президентом України Леонідом Кравчуком.

Конфлікти влади із медіа та наступи на свободу слова проявлялися у різних формах. У березні 1995 р. народний депутат Іван Макар заснував газету «Опозиція» і став її головним редактором. У виданні він публікував свої позови проти влади за державну зраду і розкрадання державного майна та статті з критикою президента і його адміністрації. Кожен номер газети доводилося друкувати в іншій друкарні, деякі – взагалі таємно. Зрештою, під новий 1996 р. увесь наклад чергового номера було знищено у видавництві «Київська правда».

Газету закрили рішенням суду. Позивачем виступило Міністерство інформації України. Його керівництво за вказівкою «згори» натхненно творило звинувачення проти Макара та його «Опозиції». Шкодою, що не маю того знакового номера з карикатурою Леоніда Кучми та Дмитра Табачника. Автор майстерно зобразив президента та главу його адміністрації у тазку, де Дмитро Володимирович тремочалкою спину Леоніду Даниловичу.

Тож давайте згадувати і пам'ятати. Разом. Бо воістину «не світить» майбутнє тим, хто не пам'ятає і не шанує свого минулого.

Давайте ретельно вивчати літопис новітньої історії національного інформаційного простору. Хай не ідеально досконалий, бо нові сторінки продовжують творитися і писатися. І навіть на 30-му році незалежності не вибухають спроби позбутися «незручних» журналістів, закрити чи прибрати до рук непоступливі медіа. Останній приклад – звільнення у листопаді 2021 р. всього колективу газети «Kyiv Post» власником медіа Аднамом Ківаном.

Дружно,
Юрій Нестеряк
Юлія Нестеряк

ВСТУП

У прийнятому в 1990 р. ще за часів СРСР Законі «Про пресу та інші засоби масової інформації» вперше було задекларовано, що «преса та інші засоби масової інформації є вільними. Свобода слова і свобода друку, гарантовані громадянам Конституцією СРСР, означають право висловлювання думок і переконань, пошуку, вибору, одержання і поширення інформації та ідей у будь-яких формах, включаючи пресу та інші засоби масової інформації. Цензура масової інформації не допускається» [110, с. 492]. Тож поступово почали розв'язуватися нормативні проблеми функціонування радянських засобів масової інформації всіх союзних республік, й України зокрема, визначених законом як «газети, журнали, теле- і радіопрограми, кінодокументалістика, інші періодичні форми публічного розповсюдження масової інформації. Засоби масової інформації репрезентуються редакціями періодичної преси, теле- і радіомовлення (інформаційними агентствами, іншими установами, які здійснюють випуск масової інформації)». Право на заснування засобу масової інформації отримали «ради народних депутатів та інші державні органи, політичні партії, громадські організації, масові рухи, творчі спілки, кооперативні, релігійні, інші об'єднання громадян, створені відповідно до закону, трудові колективи, а також громадяни СРСР, які досягли вісімнадцятирічного віку» [110, с. 492].

Початком новітнього етапу розвитку «альтернативної» періодичної преси, або ж так званого «самвидаву» (рос. «самиздат»), Російської Федерації російська дослідниця О. Струкова визначає 1987 р., коли почали виходити малотиражні опозиційні листки та бюлетені, що поширювалися серед вузьких кіл однодумців нових громадсько-політичних рухів, зокрема громадсько-політичний журнал «Гласность», релігійно-філософські журнали «Выбор» та «Земля», історико-патріотичний журнал «Непряда», історико-політичний журнал «Община», «Информационный бюллетень информационного агентства Свободного межпрофессионального объединения трудящихся», правозахисна газета «Экспресс-хроника» та ін. [142].

Та, на переконання вітчизняного історика і журналіста В. Кіпіані, «важливою датою і для російського, і для українського самвидаву є 1965 рік» [10]. Машинописний журнал «Воля і Батьківщина», який вийшов в Україні у 1965 р. і протримався аж 16 номерів, можна вважати передтечею періодичного самвидаву. Для умов підпілля

це величезна періодичність, оскільки більшість самвидавців навіть у благополучніші часи мали набагато менший період виходу: три, два, п'ять, десять номерів. Він друкувався на «цигарковому» папері (тобто із нього крутили самокрутки) і тому майже не зберігся.

У цьому самому 1965 р. у Середній Азії кримські татари започатковують періодичне видання під назвою «Информация». На той момент це було перше періодичне видання з величезною сферою розповсюдження. Згодом, у 1968 р., у Москві виникне журнал «Хроника текущих событий» («ХТС») – головне самвидав-видання в радянській та російській історії. Його творці у своїх спогадах пишуть, що поштовою для «ХТС» був досвід «Информации» [10].

У 1970 р. перший із нових українських друкарів-самовидавців В. Чорновіл не приховує свого авторства в журналі «Український вісник». Це видання не було першим за періодичністю, але, на переконання дослідника, є виданням № 1 за розголосом, так само, як московська «Хроника текущих событий» – для російського правозахисного руху [10]. У 1972 р., в січні, уся група видавців «Українського вісника», як і практично весь дисидентський рух, була знищена. По усій Україні було заарештовано, звільнено з роботи, виключено з вищих навчальних закладів тощо кілька сотень людей, а наступні хвили репресій охопили вже кілька тисяч. У результаті до 1986 р. в Україні не існувало жодних недержавних періодичних видань. Винятком було інформаційне агентство РІА «Новости».

У 1986 р. виходить один із перших радянських рок-журналів часів перебудови – харківський «Рок-кур'єр», редактором якого був О. Мартиненко під псевдонімом «Н. Галя», (у майбутньому – пресекретар другого Президента України, згодом – генеральний директор українського відділення «Інтерфаксу»).

Наприкінці 80-х рр. виникають інші форми самвидаву, яких не було в 70-ті, зокрема, національно-культурний самвидав. Улітку 1988-го р. в Криму з'являється перша незалежна періодична газета «Ватан» – кримськотатарський самвидав. Вона виходила кримськотатарською та російською мовами і друкувала багато матеріалів з історії Криму до депортації. Редактором був професор Р. Музаффаров, який згодом перетворив газету в журнал «Ватан». Із цього видання, на думку В. Кіпіані, починається історія кримськотатарської періодики на території Криму вже у новітній час.

У листопаді 1988 р. виникає українська газета «Движение», що теж вважається першим періодичним листком на території УРСР. Вона виходила російською мовою в м. Суми як «самодіяльний орган на підтримку перебудови». У вісімдесятих роках минулого століття з'являється видання «Такие дела», яке нагадує комерційний листок (сьогодні ми зарахували б його до групи інформаційно-рекламних видань), у якому поряд із певною інформацією був блок комерційної реклами. Невеликі оголошення – «подушки пухові, 2–3 руб.», «колготи, сітка в'язана, 8–10 руб.», «запис на касету МК-90, 6–7 руб.» – та відомості, які були потрібні людям для розв'язання побутових та комерційних проблем. Попит на таку інформацію був величезний, крім того, тут друкувалися анекдоти, іноді навіть шлюбні оголошення, що для радянського часу було незвичною новинкою [10].

У 1989 р. В. Чорновіл створює перше незалежне інформаційне агентство – «Українську незалежну видавничу інформаційну спілку (УНВІС)», яка починає випускати, крім «Українського вісника», тонкий бюлетень «УВ-Експрес», тобто «Український вісник – експрес-випуск».

Величезний вплив на становлення й розвиток «неформальної преси» радянських республік, зокрема України, справила поява і поширення на території всього СРСР «неформальних» видань Народних фронтів та Рухів за перебудову прибалтійських республік наприкінці 1988 початку 1989 р. Восени 1988 р. друкуються у Вільнюсі та одразу ж з'являються в Україні російськомовні видання литовського Руху за перебудову «Саюдіс» – «Согласие» і «Возрождение». У грудні 1988 р. почала виходити газета Народного Фронту Латвії «Атмода» («Пробудження»). Через тиждень після виходу газети латвійською мовою друкується російськомовна «Атмода» (не переклад із латвійської, а оригінальне видання), яка стає, мабуть, найпопулярнішою газетою того часу на території всього СРСР. Це було поштовою до появи та бурхливого розвитку «неформальної преси» України.

Уже в березні 1989 р. у Києві вийшов перший номер часопису Української Гельсінської Спілки «Голос відродження». А у квітні того ж самого року в Ризі в типографії «Атмоди» видруковано тираж першого номера інформаційного вісника львівського Товариства Лева «Поступ».

Саме 1989 р. починає працювати створений В. Іваненком перший в Україні приватний незалежний телеканал «ТОНІС» (Творче Об'єднання Нових Інформаційних Систем), отримавши ліцензію на

супутниковий канал WORLDNET. Розпочавши з центрального офісу в Миколаєві, 1992 р. телеканал перебирається до Києва, отримавши право супутникового мовлення на 12 областей України в межах проєкту «Слов'янський канал» [76]. Того ж самого року відомий український журналіст і дисидент С. Набока став співзасновником і генеральним директором Української незалежної інформаційної агенції «Республіка» (УНІАР), першого в Україні офіційно зареєстрованого незалежного інформаційного агентства [135]. Тому саме з 1989 р., на наше переконання, бере свій початок новітня історія **національного інформаційного простору**.

На думку вітчизняного дослідника Б. Скуратовського, «ТОНІС» був однією з перших комерційних телекомпаній, що виникли на території СРСР. Створене за ініціативою групи ентузіастів від кабельного телебачення з Миколаєва «Творче Об'єднання Нових Інформаційних Систем» і зареєстроване в грудні 1989 р., на момент виникнення в числі своїх засновників налічувало таких «монстрів», як Держкіно СРСР, Радянський фонд культури, Союз ветеранів війни та праці, Міністерство оборони та багато інших організацій і задумувалася як всесоюзна телекомпанія [137].

У травні 1989 р. почала виходити у Варшаві і перша опозиційна до польської влади «Газета Виборча» («Gazeta Wyborcza»). Із восьми-полосної передвиборчої (про що свідчить сама назва) газети для інформаційної підтримки незалежної федерації профспілок «Солідарність» під час перших вільних виборів у Польщі в червні того ж самого року «Газета Виборча» трансформувалася у базове видання з двадцятьма регіональними додатками мультимедійного концерну «Агора» («Аgora»), який включає інші газети, телебачення, радіо та кінотеатри [41].

До 1989 р. всі періодичні друковані видання Польщі, і місцеві, і загальнонаціональні, входили до робітничо-видавничого кооперативу «Преса-Книжка-Рух», до складу якого також належали видавництва й друкарні, інформаційні агентства. Концерн перебував під повним контролем Польської об'єднаної робітничої партії. Для становлення вільної преси в Польщі найважливішими були два закони: перший – про скасування цензури, другий – про утворення ліквідаційної комісії, завданням якої було ліквідувати кооператив. Створена в квітні 1990 р. ліквідаційна комісія керувала всіма діями, пов'язаними з ліквідацією кооперативу та приватизацією через ого-

лошені тендери близько 200 видань, що входили до нього. У результаті більшість політичних груп отримали свої друковані видання. Головний друкований орган комуністичної партії «Трибуна люду» (Trybuna Ludu) перейменували просто на «Трибуна» й залишили за партією. Газета «Вечірній експрес» («Express Wieczorny») була закріплена за партією «Порозуміння Центр» братів Качинських.

Крім продажу видань, Закон дозволяв брати видання у власність колективу журналістів, якщо понад 50 % його працівників могли зробити грошовий внесок (сума якого становила три посадових оклади). Загалом близько 70 газет передали колективам журналістів, серед яких, зокрема, тижневик «Політика» («Polityka») та «Голос Великопольщі» («Głos Wielkopolsky»). У процесі роздержавлення польської преси одним із ключових моментів був прихід великих західних інвесторів у 1990–1995 рр. Найбільші з них – французький концерн HERSANT, який купив кілька національних та регіональних газет (серед них офіційна урядова газета «Річ Посполита» («Rzecz Pospolita»)), інший – норвезька група Orkla. 1994 р. важливий для польського медіаринку тим, що саме тоді на нього входить німецький концерн Passauer Neue Presse, який починає скуповувати регіональні газети [31]. Така трансформація медійного ринку Польщі слугувала прикладом для українських засобів масової інформації, мотивувала до виникнення нових видань, телерадіокомпаній та запровадження приватної власності на ЗМІ.

Після розпаду Радянського Союзу право доступу до інформації знайшло своє відображення в конституціях пострадянських держав, коли його було закріплено як самостійний інститут права. Зокрема, законодавство Російської Федерації щодо засобів масової інформації, як правило, складається із федеральних законів і, відповідно до них, нормативно-правових актів автономних республік у складі Російської Федерації. Саме тому федеральні закони Російської Федерації щодо ЗМІ переважно містять у собі окрему статтю щодо розмежування повноважень Російської Федерації, країв, областей, автономних областей, автономних округів, міст Москви і Санкт-Петербурга з питань регулювання засобів масової інформації [46, с. 233].

В європейських федеральних державах (Австрія, ФРН) усі повноваження, пов'язані із засобами масової інформації, має федеральний уряд, і вони регулюються федеральними законами. Попри те, що у ФРН кожна земля має окремий закон про ЗМІ, усі вони вибу-

дувані на основі єдиного зразка через загальне прагнення до уніфікації законів про ЗМІ в Європейському Союзі. Однак низка держав, наприклад Австралія, Велика Британія, Іспанія, Канада, Нідерланди, Норвегія, США, не мають окремих законів, що стосуються виключно засобів масової інформації.

Варто зазначити, що в той час, коли законодавство щодо медіа пострадянських країн зосереджене на регулюванні традиційних інформаційних правовідносин, а саме: діяльності засобів масової інформації (видавнича справа, преса, радіо, телебачення), державній та комерційній таємниці, рекламі, інформаційних ресурсах та послугах (інформатизація, зв'язок, архіви та ін.), інформаційне законодавство держав Європейського Союзу, до якого приєдналися і країни Балтії, базується на європейських критеріях забезпечення інформаційних прав, свобод та інформаційної безпеки людини і громадянина.

Першою спробою осмислення відносин медіа і влади стали описані в 1956 р. Ф. Сіббертом (F. Siebert), Т. Пітерсоном (T. Peterson) і В. Шрамом (W. Schramm) чотири теорії преси: авторитарна, радянська (комуністична або тоталітарна), лібертаріанська і теорія соціальної відповідальності. Автори виокремили кілька факторів у межах кожної моделі, зокрема: головні цілі зв'язків медіа і влади; соціальних гравців, які мають право використовувати медіа; інструменти контролю над пресою; соціальні зони, які влада дозволяє критикувати; типи власності медіа; визначальні характеристики медіа. Книга «Чотири теорії преси» була видана Іллінойським університетом у 1956 р. З того часу практично всі публікації, що стосуються методологічних основ інформаційної політики, адресують до цієї праці, коментують чи цитують її. «Чотири теорії преси» називають «біблією» порівняльних інформаційних досліджень.

Як зауважила професор із глобальних медіа і комунікацій Лондонської школи економіки і політичних наук Т. Рантанен (T. Rantanen), у реальності теорії соціальної відповідальності не існувало і не існує ніде. Це швидше теорія «як мало би бути», ніж теорія «як воно є» [172].

Найбільш ґрунтовним переглядом чотирьох теорій преси стало дослідження Д. Галліна (D. C. Hallin) й П. Манчіні (P. Mancini) «Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики» [18]. Дослідники проаналізували медіа 18-ти країн: 9-ти північно-свро-

пейських (Австрія, Бельгія, Данія, Фінляндія, Німеччина, Нідерланди, Норвегія, Швеція і Швейцарія), 5-ти південно-європейських (Франція, Греція Італія, Португалія та Іспанія) і 4-х атлантичних (Канада, Великобританія, Ірландія та США).

Д. Галлін і П. Манчіні взяли до уваги чотири параметри, що впливають на розвиток медіасистем: ступінь розвитку медіаринків і розвитку масової преси; рівень політичного паралелізму – зв'язку між медіа і політичними партіями та групами, ступінь відображення у ЗМІ ліній соціального і політичного поділу в суспільствах; рівень професіоналізації ЗМІ та розвиток професійної медіаспільноти; зв'язок медіасистеми з державою та ступінь втручання держави в діяльність засобів масової інформації.

На підставі аналізу перелічених показників вони описали три моделі медіасистем:

– демократична корпоративістська модель у країнах Північної/Центральної Європи (Німеччина і Швейцарія);

– поляризована плюралістична модель у країнах Середземноморського регіону (Франція та Італія);

– ліберальна модель (США і Великобританія).

«Ревізію» класифікації медіасистем Д. Галліна й П. Манчіні здійснили медіадослідники Ф. Ессер (F. Esser) і А. Умбріхт (A. Umbricht) з Університету Цюриха (Швейцарія). У своєму масштабному дослідженні вони проаналізували медіа США, Великобританії, Німеччини, Швейцарії, Франції, Італії, щоб з'ясувати, чи відповідає класифікація Галліна і Манчіні сучасному стану медіасистем. Науковці дійшли висновку, що більшість моделей досі лишаються релевантними, хоча класифікація, на їхню думку, є занадто лояльною до англо-саксонських медіа і дуже критичною до медіа Південної Європи. Так, наприклад, британські медіа мають більше спільного з пресою Середземноморського регіону, ніж з американськими газетами [173].

Загалом дослідники підтвердили попередні припущення про особливості медіа в проаналізованих країнах, проте порадили переглянути класифікацію британських медіа, оскільки їхня належність до ліберальної моделі вже не відповідає дійсності.

У 2008 р. Д. Галлін та П. Манчіні разом з іншими науковцями провели наступне дослідження, що базувалося на трьох моделях, описаних ними в 2004 р. На підставі оновлених даних, зібраних у

країнах східної Європи, що не були включені у попереднє дослідження, вони доповнили свої моделі четвертою – східноєвропейською або посткомуністичною моделлю медіасистем. Країни, віднесені до четвертої моделі, не мають нічого особливо спільного в історії, культурі, релігії та в рівні розвитку, їх об'єднує тривале існування в межах комунізму та комуністичної системи. Як і країни поляризованої плюралістичної моделі, посткомуністичні країни характеризуються: пізньою і недосконалою демократизацією або, як у деяких країнах, дуже складною модернізацією в поєднанні із сильним державним контролем, значним поширенням клієнтелізму (поширенням відносин патрон-клієнт) і державного патерналізму [175].

Тож трансформація медіасистем у Центральній і Східній Європі, на думку міжнародних дослідників, почалася зі змін, що сталися під час перебудови («перестройки») і гласності в Радянському Союзі впродовж 1986–1987 рр., і невдовзі поширилися на країни центрально-східної Європи. Через 30 років, що минули відтоді, стало очевидним, що пострадянські країни обрали різні шляхи трансформації їхніх систем ЗМІ. Інакше кажучи, відмінності не є більше «маргінальними на великій сцені історії», як вважав британський дослідник Л. Холмс (Leslie Holmes). Найчіткіша роздільна лінія тепер пролягає між тими країнами, що стали членами ЄС, і тими, що навіть не зорієнтовані на членство [176].

Соціальні та ціннісні трансформації, що відбулися в українському суспільстві з часу здобуття незалежності, на переконання О. Гриценко, внесли відповідні зміни у відносини держави, суспільства і засобів масової інформації [26, с. 111–112]. Крім того, після тривалого періоду існування інформаційно закритого суспільства СРСР ці відносини зазнали значного впливу світового інформаційного простору. Це позначається на формуванні та розвитку національної ідентичності та політичної культури українського суспільства – тій сфері, де роль національних ЗМІ виявляється вирішальною.

Із трьох найбільш визнаних правових моделей регулювання діяльності засобів масової інформації у суспільстві – американської, англійської та французької – на думку українського науковця В. Шкляра, Україна тяжіє до останньої, що засвідчує перелік державних актів конституційно-правового статусу українських медіа [165, с. 231]. Тож будь-які обмеження чи каральні санкції призводять до

звуження інформаційного поля і таким чином завдають шкоди національним інтересам України. Тільки інформаційна відкритість разом з активною власною інформаційною політикою можуть забезпечити нашій державі гідне місце у світовому інформаційному просторі.

Штучна інформаційна ізоляція громадян, механічне «огородження» свого комунікативного середовища, на переконання вітчизняного науковця І. Семенченка, дають короткочасний позитивний ефект при гальмуванні розвитку країни та відсуванні її на периферію світового розвитку в довгостроковій перспективі [133]. Існує альтернатива, яка є значно складнішою в реалізації, проте оптимальною для України: політико-правова модернізація суспільства, паритетна участь України у світовому інформаційному обміні на основі збереження та примноження власних духовно-культурних цінностей, вироблення сучасної української ідентичності.

Становлення і розвиток незалежної України відбувалися одночасно із формуванням і розвитком її національного інформаційного простору. Взаємопов'язаність процесів зумовлена, зокрема, тим, що будь-яка інформаційна та медіасистема розвиваються під впливом суспільної моделі, зокрема влади. Суспільно-політичні зміни наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. в умовах геополітичних процесів, зумовлених розпадом радянської та соціалістичної систем, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій спричинили трансформації національного інформаційного простору, видозмінили медіаландшафт, позначившись на відносинах системи засобів масової комунікації з державою та інститутами громадянського суспільства. Відтак метою дослідження є визначення та аналіз тенденцій і закономірностей розвитку національного інформаційного простору, зокрема медійно-інформаційної системи України в період 1989–2019 рр. у контексті суспільних відносин.

Для досягнення зазначеної мети поставлено такі завдання:

- розглянути тенденції розвитку національного інформаційного простору;
- проаналізувати трансформації в національному інформаційному просторі, викликані геополітичними змінами кінця 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст., розвитком ІКТ, формуванням нових, зокрема соціальних, медіа та розвитком громадянської журналістики;
- визначити етапи розвитку національного інформаційного простору;

- простежити взаємини владних та медійних інституцій у межах національного інформаційного простору;
- визначити вплив суспільно-політичних факторів на розвиток національного інформаційного простору;
- проаналізувати тенденції розвитку медійно-інформаційної системи України в контексті національного інформаційного простору;
- визначити пріоритетні напрями розвитку національного інформаційного простору в контексті його глобалізації та інтеграції у світовий інформаційний простір.

Об'єкт дослідження – національний інформаційний простір України.

Предмет дослідження – медійно-інформаційна система суспільства в контексті суспільних відносин.

Методологічною базою цього дослідження є комплекс теоретичних методів загальнонаукового, історичного, філософського та політологічного аналізу. Упродовж роботи над дослідженням використовувалися описовий, історичний, порівняльний методи, метод аналізу документальної інформації. У дослідженні також застосовані соціологічні методи аналізу емпіричних даних, зокрема групування й емпірична типологізація, методи моніторингу, зокрема опитування.

Поєднання ретроспективного, ситуативного та перспективного підходів дало можливість простежити історично зумовлені тенденції розвитку засобів масової комунікації як частини національного інформаційного простору України.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що ця робота є першим комплексним науковим дослідженням національного інформаційного простору, зокрема медійно-інформаційної системи України в період 1989–2019 рр. у контексті суспільних відносин.

Комплексний аналіз становлення і розвитку національного інформаційного простору дав змогу визначити найбільш актуальні тенденції розвитку інформаційної сфери України. Водночас аналіз формування та розвитку вітчизняного інформаційного законодавства дав можливість виокремити комплекс базових та галузевих законів України, указів Президента України, Постанов Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, інших нормативно-правових актів, взаємопов'язаних спільним об'єктом, що закріплюють суспільні інформаційні права та свободи в Україні.

Розділ 1

СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ (1989– 1994 рр.)

Будучи частиною Радянського Союзу, Українська РСР, як і решта союзних республік, відзначалася відсутністю будь-якої правової бази діяльності засобів масової інформації. Тож усі українські ЗМІ – від міських і районних газет до республіканських друкованих видань, радіо і телебачення – були органами комуністичної партії.

Розпочата в СРСР у 1985 р. М. Горбачовим політика перебудови та проголошена на січневому 1987 р. Пленумі ЦК КПРС «гласність», на думку багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників, певним чином легалізували видання в ще радянських республіках широкого спектра так званої «альтернативної» періодичної преси [33].

Учасник цього Пленуму як член ЦК КПУ Л. Кравчук переконаний, що «реально січневий Пленум ЦК КПРС у нашому житті не змінив нічого. Після проголошеної «гласності» газета «Правда» почала друкувати критичні статті про перших секретарів обкомів компартії. Такі матеріали про проблеми на місцях почала публікувати, але дуже обережно, газета «Известия». На той час це вже було дивом.

Що стосується української преси, то наймасовішою в Україні того часу була газета «Сільські вісті», а її головний редактор І. Сподаренко вважався сміливим редактором. Його навіть намагалися «зупинити», були відповідні партійні доручення, але за нього «заступилася» Москва.

Певні демократичні процеси в ще радянській вітчизняній пресі розпочалися на початку 1989 р. разом із масовими мітингами Народного Руху і в Києві, і в регіонах, про які вже писали газети, шукали нові теми, подавали критичні матеріали, на відміну від українського телебачення, два канали якого реально дублювали інформацію один одного. І дивитись там було нічого. Проте об'єктивно, усе було під контролем компартії. Головні редактори приходили «порадитись», про що можна писати, а про що ні, намагаючись перекласти відповідальність. Довелося припинити цю практику, оголосивши: «що самі публікуєте, за те і нестимете відповідальність».

На відміну від усіх, навіть історичних виступів, прийнятий у 1990 р. Верховною Радою ще СРСР Закон «Про пресу...», став ре-

альним документом, яким уже можна було керуватися...» [Власне інтерв'ю].

Важливими вважають сучасні дослідники і вибори народних депутатів до Верховної Ради СРСР у січні–березні 1989 р. та втрату КППС домінуючого ідеологічного становища в радянському суспільстві.

Створення та активний розвиток в Україні наприкінці 80-х р. ХХ ст. некомуністичних громадських та молодіжних об'єднань (наймасовіше – Народний Рух України за перебудову), а згодом і політичних партій (Українська республіканська партія, Українська селянсько-демократична партія, Демократична партія України, Українська національна партія, Українська християнсько-демократична партія, Партія зелених та ін.) спричинило появу величезної кількості офіційно не зареєстрованих друкованих видань – так званого «самвидаву».

«Голос відродження», «Поступ», «Український вісник», «Скарбниця», «Досвітні вогні», запорізький «РУХ», львівське «Братство», харківський орган профспілки літераторів «Полуинтеллигент», «Нова доба», «Молода Україна», «Центральна Рада» і ще сотні видань (вітчизняні дослідники стверджують – понад 1200 найменувань) різних міст, містечок і навіть сіл України є реальним свідченням становлення національного інформаційного простору.

Набрані на друкарській машинці статті, склеєні методом аплікації малюнки і заголовки; тиражовані на ротапринті, лінотипі, ксероксі напівлегально ночами в провінційних радянських друкарнях або ж за межами України (найчастіше – у Вільносі) часописи, які потім продавали «з рук» [73, с. 3].

Унікальний Музей-архів преси створено у Києві вітчизняним дослідником друкованих видань В. Кіпіані, на переконання якого «час паперової преси поступово відходить, тому важливо зібрати те, що накопичила людська думка в цій царині. Передовсім у музеї зібрано українську пресу, що видавалася в різні часи як на території України, так і в українських діаспорах по всьому світу. Зокрема, три перших числа трьох перших газет українською мовою – «Зоря Галицька», «Галичо-руський вестник» та «Вестник для русинов Австрийской державы». Також тут представлені видання більш ніж п'ятдесятьма мовами, водночас є газети, тексти яких написані діалектами – поліщуцькою, лемківською, гуцульською говірками тощо.

Є також видання різними варіаціями русинської мови. Крім того, в архіві є українська й білоруська газети, надруковані латиницею. А ще є кримськотатарські газети, складені кирилицею, арабською графікою і латиницею... Також є рукописна газета «Снігурівський вісник», що вийшла один раз в одному примірнику» [9].

Початком української друкованої реклами можна вважати 2 грудня 1988 р., коли в Києві вийшов перший номер рекламно-інформаційної газети «Посередник» – перше в Україні комерційне рекламне видання (водночас перше рекламне видання у колишньому СРСР). Створив газету київський журналіст В. Новожилов. «Посередник» започаткував вихід в Україні багатьох принципово нових рекламно-інформаційних видань і ділових газет.

Заснований у січні 1990 р. видавничий дім «Пронто-Київ» розпочав видавати у Києві газету безкоштовних оголошень «Авізо». Видання одразу ж почало реально сприяти розвитку дрібного й середнього бізнесу в Україні.

У вересні 1990 р. у Львові виходить газета «Галицькі контракти» – рекламно-інформаційне та ділове видання західного регіону, а згодом і всієї України. На переконання засновника М. Вайсберга, «у 1990 році завдання ділового тижневика полягало в тому, щоб допомогти підняти на ноги людям, які раптом стали підприємцями. Пояснити їм, яку поважну справу вони роблять, щоб не соромились того, що займаються підприємництвом» [64].

Видавничий дім «Галицькі контракти» містить широку лінійку ділових друкованих видань, серед яких: діловий тижневик «КОНТРАКТИ», бухгалтерський тижневик «Дебет-кредит», рейтинговий проект «Гвардія», щомісячний журнал про власні фінанси «Личный сет», міжрегіональне ділове видання «Контракти за місяць», журнал «Конкретно о строительстве» та інтернет-портали kontrakty.ua і dtkt.com.ua, а також сайт ділового тижневика «КОНТРАКТИ» kontrakty.com.ua [64].

Нову сторінку в історії українського парламентаризму, а згодом і в історії українських медіа, відкрила Верховна Рада Української РСР 12-го скликання, обрана у березні 1989 р., коли на 450 мандатів вперше претендувало близько 3 тис. кандидатів, у середньому по шість–сім осіб на одне місце. У Верховній Раді УРСР утворилася парламентська більшість із комуністів і консерваторів («гру-

па 239») та парламентська опозиція «Народна рада», до складу якої увійшло 125 осіб. Очолив Народну раду народний депутат, академік І. Юхновський [50].

На початку червня 1989 р. комуністична більшість обрала головою Верховної Ради В. Івашка, який на той час був керівником комуністів УРСР, а через місяць, 9 липня, склав повноваження Голови Верховної Ради УРСР і депутатські повноваження у зв'язку з переходом на посаду першого заступника Генерального секретаря ЦК КПРС. 23 липня 1990 р. головою Верховної Ради УРСР обрано Л. Кравчука [50].

Голова Верховної Ради УРСР у 1990–1991 рр. Л. Кравчук зауважує, що «депутати-комуністи були настільки обурені переїздом Володимира Івашка до Москви, вважаючи це зрадою, що навіть з трибуни Верховної Ради вживали до його прізвища найдошкульніші епітети. Але питання про обрання нового голови залишалось відкритим. Відбулася телефонна розмова Першого секретаря ЦК КПУ Станіслава Гуценка з Генеральним секретарем ЦК КПРС Михайлом Горбачовим з приводу моєї кандидатури, на той – час члена Політбюро ЦК КПУ і секретаря ЦК. І Горбачов пристав на цю пропозицію.

Розпочалися перипетії з обранням у Верховній Раді, у підсумку яких залишилися дві кандидатури: Леоніда Кравчука та Ігоря Юхновського. Але комуністична більшість підтримала кандидатуру Кравчука. Потрібно визнати, це погоджувалось із ЦК КПУ, ЦК КПРС і особисто з Горбачовим. Після обрання головою Верховної Ради, одразу ж склав повноваження секретаря ЦК КПУ, хоч і не було такої вимоги. Одночасно було обрано нових заступників голови Верховної Ради. Першим заступником став Іван Плющ, а заступником – Володимир Гриньов. Так розпочалася нова віха в історії Верховної Ради» [Власне інтерв'ю].

16 липня 1990 р. Верховною Радою Української РСР було прийнято «Декларацію про державний суверенітет України». Того ж самого дня Верховна Рада ухвалила Постанову «Про День проголошення незалежності України» [28]. Перебуваючи під тиском суспільних настроїв, XXVIII з'їзд КПУ прийняв резолюцію «Про державний суверенітет Української РСР». Оскільки більшість у Верховній Раді УРСР складали комуністи, депутати прийняли Декларацію на виконання резолюції з'їзду. Через нерішучість і непослі-

довність більшості народних депутатів Декларації не було надано статусу конституційного акта. У результаті вона могла залишитися набором добрих побажань. Однак та ж сама «обережна» більшість народних депутатів погодилася на внесення до Конституції УРСР статті, що проголошувала верховенство законів Української РСР над союзними законами. Цей важливий крок сприяв наповненню Декларації реальним змістом.

За місяць до того – 12 червня 1990 р. – «Декларацію про державний суверенітет Російської Федерації» приймає парламент РРФСР. У листопаді того ж самого року візит Голови Верховної Ради Росії Б. Єльцина завершився церемонією підписання у Маріїнському палаці Києва Договору між Українською РСР і Російською РФСР [28].

2 жовтня 1990 р. українські молодіжні об'єднання «Українська студентська спілка» у Києві та львівське «Студентське братство» ініціювали та організували першу акцію громадянської непокорності, яка увійшла в новітню історію України як «Студентська революція на граніті». На площі Жовтневої Революції в Києві (тепер – Майдан Незалежності) студентські активісти з кількох міст України розпочали голодування з політичними вимогами до Верховної Ради УРСР. Студентські активісти сформулювали п'ять вимог до парламенту:

- недопущення підписання нового союзного Договору;
- перевибори Верховної Ради УРСР на багатопартійній основі не пізніше весни 1991 р.;
- повернення на територію УРСР українських солдатів, а також забезпечення проходження військової служби юнаками-українцями винятково на території республіки;
- націоналізація майна Компартії України та ЛКСМУ;
- відставка голови Ради Міністрів УРСР В. Масола.

17 жовтня Верховна Рада ухвалила постанову щодо вимог голодуючих студентів, після якої голодування було припинено [128]. Це був перший організований студентський протест національного рівня, який частково досяг своєї мети: керівник уряду Віталій Масол пішов у відставку, а Верховна Рада ухвалила спеціальну постанову щодо вимог студентів.

Коментуючи ці події, Голова Верховної Ради УРСР у 1990–1991 рр. Л. Кравчук зауважує, що «про адекватне сприйняття студентської «революції на граніті» говорить хоча б той факт, що спо-

чатку Президія, а згодом і Верховна Рада прийняли рішення запросити лідерів студентської акції до сесійної зали і (вперше в історії) надали слово на засіданні сесії Верховної Ради. Як голова Верховної Ради, зустрівся з ними особисто і ми домовилися, як будемо діяти. Після чого було прийняте відповідне рішення – Постанову Верховної Ради «Про розгляд вимог студентів, які проводять голодування в м. Києві з 2 жовтня 1990 року».

Це було свідченням серйозного ставлення до студентської акції, яку підтримала не тільки молодь і не лише в Києві, але й у регіонах України. Громадянська акція непокори набула міжнародного розголосу. Тож без перебільшення ця подія стала серйозним поштовхом до зміни ситуації в країні...» [Власне інтерв'ю].

У результаті, «розглянувши вимоги студентів, які проводять голодування в м. Києві, передані Президії Верховної Ради УРСР 2 жовтня 1990 року, та взявши до уваги результати роботи погоджувальної комісії Верховної Ради УРСР, утвореної 16 жовтня 1990 року, Верховна Рада Української Радянської Соціалістичної Республіки постановила:

1. Стосовно проведення нових виборів: Впродовж другої сесії Верховної Ради УРСР прийняти Закон про референдум в Українській РСР, Закон про громадські об'єднання та організації в Українській РСР, Закон про статус народного депутата Української РСР, передбачені порядком денним, та Закон про вибори в Українській РСР на багатопартійній основі.

В 1991 році провести в Українській РСР народне голосування (референдум) з питання довіри Верховній Раді Української РСР дванадцятого скликання і за його результатами вирішити питання про проведення нових виборів до кінця року.

2. Стосовно військової служби громадян України: Забезпечити проходження строкової військової служби громадянами України поза межами республіки тільки за добровільною згодою громадянина.

З цією метою до 31 грудня 1990 року прийняти Закон про проходження строкової військової служби громадянами України на території республіки, Закон про альтернативну військову службу, а також утворити необхідні державні органи.

3. Стосовно націоналізації майна КПРС та ВЛКСМ на території України: Відповідно до постанови Верховної Ради УРСР від

15 жовтня 1990 року (376-12) розглянути на сесійному засіданні висновки Державного арбітражу УРСР, Міністерства юстиції УРСР і Державного комітету УРСР по економіці питання щодо націоналізації майна КПРС та ВЛКСМ на території України і до 1 грудня 1990 року утворити тимчасову комісію Верховної Ради УРСР з цього питання.

4. Стосовно Союзного договору: Згідно зі Зверненням Президії Верховної Ради УРСР, схваленим Верховною Радою УРСР 15 жовтня 1990 року, спрямувати всі зусилля Верховної Ради УРСР на стабілізацію політичної і економічної ситуації в республіці, на побудову правової суверенної Української держави, прийняття нової Конституції республіки, і поки цього не досягнуто, укладення Союзного договору вважати передчасним.

5. Стосовно відставки Голови Ради Міністрів УРСР: Взяти до відома повідомлення Голови Верховної Ради УРСР Кравчука Л. М. від 17 жовтня 1990 року стосовно відставки Голови Ради Міністрів УРСР Масола В. А. і вирішити це питання у порядку, передбаченому статтею 97 п. 9, статтею 108 п. 4 Конституції УРСР (888-09)».

З метою створення правової основи для виконання цієї постанови до 30 листопада 1990 року привести діючу Конституцію УРСР у відповідність з положеннями Декларації про державний суверенітет України [114].

Водночас «Революція на граніті» стала потужним поштовхом для розвитку «неформальної преси» в центральних та східних регіонах України. Головний редактор газети ОУН «Шлях Перемоги» В. Рог (тоді – член Спілки Незалежної Української Молоді «Сумщина») стверджує, що його «завданням було максимально рано прокидатися і йти збирати періодику, щоб потім передати до Сум. А нам завжди її бракувало. Згодом вона спрацювала... Це були газети «За вільну Україну», «Горнило», різноманітні молодіжні видання» [127].

Після прийняття у 1990 р. Закону СРСР «Про пресу та інші засоби масової інформації» [110, с. 492] почали розв'язуватися нормативні проблеми функціонування українських ЗМІ та розпочався процес легалізації української преси. А право на заснування засобу масової інформації отримали не тільки компартійні органи, а й ради народних депутатів та інші державні органи, політичні партії, громадські організації, масові рухи, творчі спілки, кооперативні, релі-

гійні, інші об'єднання громадян, трудові колективи та навіть фізичні особи – громадяни СРСР, які досягли вісімнадцятирічного віку.

Цією унікальною можливістю відразу скористалася політична опозиція в Україні, особливо в західних регіонах країни, де на виборах до місцевих рад 1989 р. вона здобула більшість. 27 травня 1990 р. на сесії Львівської обласної ради було розглянуто питання «Про узурпацію районної, міської і міськрайонної преси партійними комітетами Львівської області». Розпочався процес розділення газет. Спираючись на право приймати такі рішення, численні райради пішли на створення альтернативних ЗМІ. Справжня боротьба розгорнулася навколо кожної багатотиражки: як тільки якийсь заводський чи вузівський партком випускав з рук контроль над ними, їх відразу перетворювали на органи «Руху». Для прикладу, в м. Стрий, де раніше існувала одна російськомовна (!) газета «Строитель коммунизма», почали виходити дві, абсолютно несумісні за політичними орієнтаціями і ціннісними пріоритетами: компартійна «Голос Стрийщини» та україномовна «Голос свободи» [161].

Невдовзі почався процес розділення та видання нових газет на обласному рівні. У Львові одночасно із «Вільною Україною» почала виходити цілком опозиційно налаштована «За вільну Україну», в Івано-Франківську видавалася «Галичина» як орган обласної ради поруч з комуністичною «Прикарпатською правдою».

На Правобережній Україні всі ці процеси проходили не так бурхливо й драматично, але в тому ж самому напрямі: вплив партійних комітетів слабшав, місцеві ради поволі перебирали контроль над ЗМІ від парткомів. Прискорювачем подій тут стали страйки шахтарів, перша хвиля яких припала на літо 1989 р.: і парткоми, і преса розгубилися за браком досвіду. Подекуди місцеві медіа підтримали страйкарів, як це було в Горлівці Донецької області, та визнали справедливність їхніх вимог, або ж навпаки, стали на бік парткомів та засудила руйнівні дії шахтарів [161].

Зважаючи на стрімкий розвиток інформаційного простору України, Верховна Рада УРСР своєю Постановою від 28 червня 1990 р. створює постійну Комісію з питань гласності й засобів масової інформації, яку очолив народний депутат С. Правденко [105, с. 200].

Тим часом економіку країни лихоманило, тож державне фінансування української преси невпинно скорочувалося (за офіційними

даними, з 1980 по 1990 рр. – з 11 млн до 2 млн карбованців, без урахування інфляції). Політика «перебудовного» періоду, так званого етапу «гласності», на переконання вітчизняного дослідника В. Шпака, дала можливість окремих компартійним видавцям відчутти на власному досвіді принади реклами [166, с.138]. Так, найпопулярніша на той час газета столиці «Вечірній Київ» мала чималий наклад, а одна з чотирьох шпальт газети була цілком віддана під рекламні матеріали. Знайшлася й компанія, що викупила цю полосу й ефективно її використовувала. «Вечірка» хоча й одержала чималі кошти, але втратила можливість впливати на рекламу у власній газеті, яка дедалі більше ставала визначальним показником фінансового становища будь-якої редакції.

Оцінюючи складність ситуації та запити читачів, редакційна рада «Вечірнього Києва» ухвалила створення додатків до газети, що мали на меті заповнити інформаційні «прогалини». Було прийнято рішення про заснування окремого малого підприємства, відповідно до Закону СРСР «Про податки з підприємств, об'єднань і організацій», до складу якого увійшли б редакційні колективи додатків до «Вечірки».

Рішенням виконкому Шевченківської районної ради народних депутатів м. Києва від 11 березня 1991 р. № 156 інформаційно-комерційне підприємство «Вечірнього Києва» (ІНКОМП «ВК») було зареєстроване. Крім редакції газети «Вечірній Київ», до співзасновників підприємства увійшли: Інститут «Діпроцивільпромбуд», виробничо-комерційне управління ЦК ЛКСМУ (МДС), Київська асоціація народної дипломатії та Територіальне міжгосподарське об'єднання «ТМО-Сервіс» [166, с. 138–139]. Варто зазначити, що підприємство стало одним із лідерів у застосуванні комп'ютерної техніки і технологій у газетному виробництві.

Розроблена концепція та бізнес-план першого додатка до газети «Вечірній Київ» – щотижневий україномовний видання «Добрий вечір, кияни» (16 сторінок формату А-4) – передбачала надання порад для ділових людей, консультацій юристів, психологів, лікарів, порад щодо ведення домашнього господарства, новини культури і спорту, рекламу тощо. Однак головний редактор «Вечірнього Києва» В. Карпенко змінив концепцію видання та відмовився від співзасновників. Київський облполіграф Держкомпреси УРСР 24 квітня 1991 р. за-

реєстрував газету «Добровечір», засновником якою стала редакція «Вечірки» [166, с. 140–141].

Газета одразу стикнулася з проблемою друку: комбінат «Радянська Україна (зараз – «Преса України»), на той час – видавництво комуністичної партії – не міг друкувати «неформатне» видання. Інший монополіст – видавництво «Київська правда», розуміючи, що може постати конкурент єдиній на той час рекламній газеті «Київ рекламний», без пояснення причин відмовилося друкувати газету. Тільки завдяки відсутності керівництва друкарні таки вдалося видрукувати перший номер газети «Добровечір» в «Київській правді». Наступні номери газети друкувалися на аркушевих офсетних машинах видавництва «Молодь» (тепер – комбінат «Україна») та у книжковій друкарні Білої Церкви.

8 травня 1991 р. зареєстровано ще один додаток до «Вечірнього Києва» – газета «Фазенда» (щотижневик формату А3 обсягом 16 сторінок). Видання було розраховане на міських читачів різних вікових категорій і професій. Крім побутової інформації та реклами, його програмними цілями стали: сприяння розвитку бджільництва, садівництва, городництва, господарські та будівельні поради тощо [166, с. 142].

Та за лібералізації цін і розгулу інфляції, фактичної конфіскації грошових заощаджень населення на початку 1990-х рр. нерентабельність додатків до газети «Вечірній Київ» стала очевидною.

У жовтні 1990 р. виходить перший номер газети «Урядовий кур'єр», засновником якої до сьогодні залишається Кабінет Міністрів України, тоді – Рада міністрів УРСР. Як офіційна газета органів державної виконавчої влади України «Урядовий кур'єр» першим отримує найповнішу та ексклюзивну інформацію про діяльність Президента й Уряду України, друкує на своїх сторінках повні тексти законів України, указів Президента, постанов та розпоряджень Кабінету Міністрів України, нормативні документи міністерств і відомств та коментарі до них. Значна частина цих документів набуває чинності з дня публікації в «Урядовому кур'єрі».

Перше в Україні офіційне видання – не орган Комуністичної партії – було створено Постановою Ради Міністрів Української РСР від 23 серпня 1990 р. № 218 «Про друкований орган Ради Міністрів УРСР», яка «з метою розширення гласності у сфері державного

управління, систематичного інформування населення про роботу Уряду УРСР, міністерств і відомств республіки, узагальнення і поширення позитивного досвіду виконкомів місцевих Рад народних депутатів у здійсненні перебудовних процесів, публічного обговорення найважливіших законопроектів і проектів урядових рішень з питань економічного і соціального розвитку Рада Міністрів Української РСР постановила:

1. Заснувати друкований орган Ради Міністрів УРСР – газету «Урядовий кур'єр» і видавати її з жовтня 1990 року обсягом 8 полос половинного формату газети «Правда» періодичністю два рази на місяць. Вартість одного номера 20 копійок.

2. З початком видання друкованого органу Уряду припинити участь Ради Міністрів УРСР у співвиданні газет «Радянська Україна» та «Правда Украины».

3. Державному комітетові УРСР по економіці забезпечити виділення паперу для друкування урядової газети, а Міністерству фінансів УРСР – фінансування витрат, пов'язаних з підготовкою і виданням перших її номерів та вирішенням організаційних питань діяльності редакції» [98].

На переконання головного редактора газети «Урядовий кур'єр» у 1990–2008 рр. М. Сороки, «усе свідчило, що видання бачили таким собі урядовим бюлетенем. На газету дуже обережно виділили 30 тис. радянських карбованців на всі витрати. У редакції було п'ятеро працівників разом із бухгалтером. Під редакцію відвели три кімнати по вул. Садовій, 1 (навпроти Верховної Ради України). А мітингувальники студентської акції непокори, скандуючи, ходили по колу якраз під вікнами редакції. Перший номер вийшов 27 жовтня 1990 р., у ньому, так збіглося, першою була інформація про відставку голови Ради Міністрів УРСР Віталія Масола...» [Власне інтерв'ю].

1 січня 1991 р. побачив світ перший номер газети Верховної Ради УРСР «Голос України». Газета і сьогодні, попри існування сайту Верховної Ради, офіційно оприлюднює закони України, нормативно-правові акти України, їх роз'яснення та іншу офіційну інформацію, всебічно висвітлює діяльність Верховної Ради України, депутатських фракцій і груп, комітетів, тимчасових спеціальних комісій і тимчасових слідчих комісій, народних депутатів України, органів місцевого самоврядування [17].

Видання створено Постановою Верховної Ради Української РСР від 16 жовтня 1990 р. № 380-ХІІ «Про заснування газети Верховної Ради Української РСР “Голос України”», що задекларувала:

1. Заснувати газету Верховної Ради Української РСР «Голос України». Встановити, що головний редактор цієї газети призначається Верховною Радою Української РСР.

Видавцем газети є Президія Верховної Ради Української РСР.

2. Раді Міністрів Української РСР вирішити питання про забезпечення редакції газети необхідною поліграфічною базою, лімітами на папір, службовими приміщеннями.

3. Комісії Верховної Ради Української РСР у питаннях законодавства і законності внести пропозиції щодо відповідних доповнень до Конституції (Основного Закону) Української РСР.

4. Доручити Президії Верховної Ради Української РСР протягом тижня сформувати комісію для визначення юридичного права Верховної Ради Української РСР, Ради Міністрів Української РСР, ЦК Компартії України на поліграфічну базу і майно видавництва «Радянська Україна» [102].

Перший заступник головного редактора газети «Голос України» у 1991–1992 рр. А. Горлов стверджує, що «з ідеєю створення газети Верховної Ради УРСР голова постійної Комісії з питань гласності й засобів масової інформації, народний депутат Сергій Правденко прийшов ще до Голови Верховної Ради Володимира Івашка. І той, як не дивно, цю ідею підтримав, але, як досвідчений компартійний функціонер, порадив все серйозно продумати і письмово підготувати пропозицію з фінансовими обрахунками, штатним розписом і т. д.

Коли ідея була «підтверджена» постановою, почали набирати колектив. Відбувалося це таким чином: знайомий приводив знайомого під визначені завдання чи напрямки – з «Радянської України», «Робітничої газети», «Молоді України», інших видань... Причому технічних працівників взяли більше за журналістів, бо виготовлялась газета ще лінотипним способом. Але й особливих обмежень у головного редактора не було, брали – скільки потрібно. Тож творчий колектив разом з власкорами становив близько сімдесяти журналістів...» [Власне інтерв'ю].

Унікальність створеної наприкінці 1990 р. редакції «Голосу України» полягала в тому, що її головному редактору, народному депутату, комуністу С. Правденку вперше в історії української журна-

лістики вдалося сформувати колектив високопрофесійних журналістів різного віку, освіти та вподобань, а головне – різних політичних переконань. Це стало можливим завдяки першим в історії України альтернативним виборам до Верховної Ради УРСР у березні 1990 р., в результаті яких Демократичному блоку вдалося здобути 125 мандатів і вперше створити парламентську групу – «Народну Раду», опозиційну до прокомуністичної більшості «За Радянську суверенну Україну» (так званої «групи 239»).

На переконання А. Горлова, «одразу було створено потужну кореспондентську мережу в Україні. Були регіони, в яких було два власних кореспонденти «Голосу України», приміром, у Криму: окремо – в Севастополі і Сімферополі, в Дніпропетровській області: у Дніпрі і Кривому Розі.

Газета мала своїх кореспондентів практично в усіх республіках СРСР від Прибалтики до Середньої Азії і, звичайно ж, у Москві. Крім того, більш-менш регулярно надсилали матеріали наші кореспонденти з Болгарії, Польщі, Німеччини, Канади, Аргентини, Великобританії, США, Бразилії, Португалії... Як правило, це українці, яким за їх журналістську роботу виплачувався лишень гонорар, а найбільше – кореспондентську платню в Україні. За цим принципом згодом почав будувати свою зарубіжну кореспондентську мережу «Укрінформ» [Власне інтерв'ю].

На відміну від газети «Урядовий кур'єр», що почала виходити у світ двічі на місяць та зосереджувалася в основному на висвітленні господарської діяльності уряду, «Голос України» з першого номера видавався п'ять разів на тиждень (крім неділі та понеділка), подаючи різноманітний спектр не лише політичних, а й історичних та культурних поглядів вітчизняних політиків та громадських діячів. Створені корпункти в усіх регіонах України та кореспондентська мережа за кордоном друкованому виданню бути оперативнішим у подачі інформації, ніж Державне інформаційне агентство «Укрінформ».

А тим часом український уряд намагається його реформувати. Ще Рада Міністрів Української РСР приймає Постанову від 16 травня 1990 р. № 110 про перейменування Радіо-телеграфного агентства України при Раді Міністрів УРСР (РАТАУ) в Українське інформаційне агентство при Раді Міністрів УРСР (Укрінформ) [107]. Постановою від 27 листопада 1991 р. № 346 Кабінет Міністрів України

перетворює його в Українське національне інформаційне агентство («Укрінформ»), Положення про яке декларує, що «Укрінформ» «є центральним інформаційним агентством України» [119]. Та всі ці і подальші перейменування не дали бажаного результату, допоки «Укрінформ» не знайшов свою нішу в новому національному інформаційному просторі.

Головний редактор газети «Урядовий кур'єр» у 1990–2008 рр. М. Сорока стверджує, що «у грудні 1990 року, акредитований на 3'їзд народних депутатів СРСР у Москві, як редактор «Урядового кур'єра», помітив цікаву тенденцію. У кулуарах 3'їзду роздавали інтерв'ю та активно спілкувалися з журналістами такі персонажі, як голова КДБ СРСР Володимир Крючков, міністр оборони СРСР Дмитро Язов та інші «силовики». Ніколи до цього вони не виходили на широкий загал. Ще однією знаковою подією на 3'їзді стала публічна заява про загрозу демократії в Радянському Союзі та відставка міністра закордонних справ СРСР Едуарда Шеварднадзе. Ці події якраз і були передвісниками спроби державного перевороту в СРСР (так званого «ГКЧП») у серпні 1991 року...» [Власне інтерв'ю].

Восени 1990 р. в Києві запрацював сьомий метровий телеканал, починаючи мовлення після 18.00 і завершуючи його близько 23.00. Канал транслював телепрограму «Super Channel», що вироблялася у Великобританії за підтримки інших країн. Паралельно «Super Channel» транслювався на московському телеканалі «2x2». Та, на відміну від створеної ще в листопаді 1989 р. в межах державної «Московської програми» студії «2x2», яка згодом переросла в самостійну комерційну телекомпанію з великою кількістю розважальних телепрограм, мовлення київського сьомого каналу було швидше технічним, експериментальним [137].

Навесні 1991 р. уряд Російської Федерації домігся права створення свого власного «Російського телебачення», яке мало виходити в певні часові проміжки на каналі ЦТ-2. Паралельно в Україні відбувся старт УТ-2 на тому ж самому другому каналі ЦТ і у той самий час. У червні 1991 р. на сьомому каналі в Україні з'явилася перша повноцінна (за тодішніми мірками) ефірна телекомпанія «Незалежне Телебачення Мегапол» – «ТВМ». У липні–серпні того ж самого року в межах програм «ТВМ» виходили програми телекомпанії «ЮТаР» (назву компанії «ЮТаР» саме ж її керівництво пояснювало

англійською аббревіатурою «УТаР» – «Unity of TV and Radio», тобто «Об'єднання Телебачення і Радіо»), яка займалася ще й кабельним телебаченням [137].

15 травня 1991 р. Верховна Рада УРСР ухвалила двостатейний закон «Про перелік міністерств та інші центральні органи державного управління Української РСР», яким визначила перелік міністерств і надала Кабінету Міністрів УРСР право створювати комітети УРСР. За тиждень щойно перетворений Кабінет Міністрів УРСР видав постанову, якою утворив на базі ліквідованого Держтелерадіо УРСР Державну телерадіомовну компанію України. А 8 серпня 1991 р. Кабінет Міністрів УРСР видав постанову, якою передав новоствореній компанії майно й повноваження Державного комітету УРСР. Таким чином було утворено мовника, який невдовзі мовив на двох загальнонаціональних каналах (УТ-1, УТ-2) і на трьох радіо (УР-1, 2, 3). Крім того, підпорядковував і виступив засновниками 14 наявних мовників, що існували в межах так званих телецентрів, кількість яких протягом наступних років зросла до тридцяти. Крім функцій мовника, ця інституція виконувала і функцію квазіліцензування мовлення – видачу дозволу на використання ефіру [80, с. 10].

18 серпня 1991 р. під час трансляції мультсеріалів студії Уолта Діснея (які дивилися в той час не тільки діти, а й багато дорослих) по каналу ЦТ-1 був показаний мультфільм про доброго, але слабого короля, якого злі придворні замкнули в палаці, оголосивши народу про його хвороби, щоб захопити владу. Наступного дня «мультяшна» ситуація стала реальністю [137].

У понеділок, 19 серпня 1991 р., жителі всього СРСР побачили на екранах своїх телевізорів на всіх каналах (крім освітнього) замість звичних телепрограм трансляцію балету «Лебедине озеро». (Традиційно трансляція балету проводилася тоді, коли у СРСР відбувалися надзвичайні події, наприклад, смерть генеральних секретарів ЦК КПРС). Згодом диктори новин повідомили мільйонам телеглядачів, що президент Горбачов хворий, а влада тимчасово переходить до групи людей, які назвали себе «ГКЧП» («Государственный комитет по чрезвычайному положению»). Одним із перших рішень цього комітету була вказівка про припинення роботи «Російського телебачення» та заборона мовлення всіх недержавних телерадіокомпаній на усій території СРСР [137]. Передавач сьомого каналу був виклю-

ченим, а на каналах УТ-1 та ЦТ-2 дублювалася єдина програма ЦТ-1 з Москви.

УТ-1 в той день повернулося в ефір о 16:00, передавши виступ голови Верховної Ради УРСР Л. Кравчука, який заявив, що на території України надзвичайний стан не введено і закликав зберігати спокій. А на каналі ЦТ-2 продовжували дублювати канал ЦТ-1, в ефірі якого увечері відбулася трансляція прес-конференції ДКНС (ГКЧП).

Наступного дня, 20 серпня, «ожив» передавач київського сьомого каналу, щоправда, транслюючи дубль каналу УТ-1. 21 серпня в Москві відновило свою роботу «Російське телебачення». У той день його побачили і на всій території України. Канал вів пряму трансляцію із сесійної зали російського парламенту, передавши звернення Б. Єльцина. У той самий день спеціальним рейсом до Москви з кримського Форосу повернувся М. Горбачов. Путч провалився [137].

Коментуючи ці події, Голова Верховної Ради УРСР у 1990–1991 рр. Л. Кравчук, зокрема, зазначає, що «на серпень якраз припадають парламентські канікули, тож практично усі (і не тільки народні депутати) на той час були у відпустках. Приміром, перший заступник голови Верховної Ради Іван Плющ був на Херсонщині, а прем'єр-міністр України Вітольд Фокін – аж десь на Уралі (йому надіслали телеграму). Дізнавшись про події у Москві 19 серпня, усі негайно поверталися до Києва. І настрої були досить песимістичні. Скажімо, лідер Народного Руху Вячеслав Чорновіл тоді сказав мені особисто: «Тепер, Леоніде Макаровичу, будемо сидіти за ґратами поруч...».

Тож усе було не так просто, як видається на сьогодні. На початку всі були певним чином дезорієнтовані, і у кулуарах Верховної Ради точилися справжні політичні бої. Українські націонал-патріоти на чолі з І. Гринівим пропонували розпочати із «департизації» (заборони компартії), щоб не отримувати незалежність «з рук» комуністів.

Величезну роль у консолідації українського парламенту відіграв яскравий виступ Д. Павличка з твердим переконанням використати історичний для України шанс. Так нам вдалося 24 серпня зібрати засідання, оголосити позачергову сесію Верховної Ради УРСР і прийняти доленосні для України рішення» [Власне інтерв'ю].

Парадоксально, але на подальший розвиток українських медіа не так суттєво вплинули доленосні для Української держави рішення – Декларація про державний суверенітет України та Акт проголошення незалежності України, як Постанова Верховної Ради України від 24 серпня 1991 р. «Про департизацію державних органів, установ та організацій» [95] і Указ Президії Верховної Ради України «Про заборону діяльності Комуністичної партії України (КПУ)» [100]. Відповідно до цих документів була здійснена перереєстрація періодичних друкованих видань, засновниками яких виступали ЦК Комуністичної партії України, обкоми, міськкоми та райкоми Компартії України. Зокрема, газети: «Радянська Україна», «Робітнича газета», «Правда України», «Сільські вісті»; журнали: «Комуніст України», «Політика і час»; газети Львівського обкому КПУ – «Вільна Україна» та «Львівська правда», Івано-Франківського обкому КПУ – «Прикарпатська правда», Тернопільського обкому КПУ – «Вільне життя», Київського міському КПУ – «Київський вісник» зареєстровані як республіканські видання. Новими засновниками цих видань стали, в основному, трудові колективи.

Через день після проголошення незалежності, 26 серпня 1991 р., Президія Верховної Ради на основі чинних тоді законів (п. 6 ст. 106 Конституції УРСР) прийняла указ про тимчасове припинення діяльності КПУ «до остаточного розслідування обставин, пов'язаних з подіями 19–21 серпня 1991 року». МВС було наказано опечатати і взяти під охорону приміщення партійних комітетів, забезпечити збереження майна і документів.

30 серпня 1991 р., розглянувши висновки Тимчасової комісії Президії Верховної Ради України по перевірці діяльності на території України посадових осіб органів влади, управління, громадських об'єднань та організацій у зв'язку з державним переворотом 19–21 серпня 1991 р., відповідно до яких керівництво Компартії України своїми діями підтримало державний переворот і тим самим сприяло його здійсненню на території України, Президія Верховної Ради України прийняла Указ № 1468-ХІІ «Про заборону діяльності Компартії України», яким постановила, відповідно до частини другої статті 7 та керуючись пунктом 6 статті 106 Конституції України, заборонити діяльність Компартії України [100].

Голова Верховної Ради УРСР у 1990–1991 рр. Л. Кравчук зазначає, що «виносячи це питання на засідання сесії Верховної Ради,

очікував на величезні протести депутатів-комуністів. Та виявилось, що публічно «проти» виступив єдиний народний депутат Олександр Коцюба (загалом не дуже помітний, але, як він сам стверджував, – «справжній комуніст»). Решта відверто злякалися можливого публічного тиску і на партійні організації, і на них особисто. Тож ніхто більше публічно не виступив «проти» ані на засіданнях Президії, ані на сесії Верховної Ради України.

Згодом цей факт часто використовував у полеміці з комуністами, запитуючи, чому ж тоді не було нікого, хто б виступив проти і не відбулося жодного, хоча б маленького, громадського протесту під стінами Верховної Ради, де впродовж кількох днів приймалися рішення про припинення діяльності компартії в Україні» [Власне інтерв'ю].

У зв'язку зі зміною назви видання, засновників, або ж програмних цілей та завдань Державним комітетом України по пресі перереєстровано майже 40 газет і журналів загальнодержавного рівня. Зокрема, журнали: «Радянська жінка» – тепер «Жінка», «Радянська школа» – «Рідна школа»; газети: «Патріот Батьківщини» – «Гарт», «Радянська Україна» – «Демократична Україна», «КоЗа» – «Независимость» і т. д.

Тож наприкінці 1991 р. кількість зареєстрованих загальнодержавних газет зросла з 19 до 290, а з 262 зареєстрованих республіканських журналів 180 були новими. Цікавою тенденцією того періоду було заснування 54 газет та 34 журналів республіканського рівня приватними особами. До цього радянське законодавство не передбачало заснування приватними особами засобів масової інформації [48, с. 6].

Обласними управліннями по пресі здійснена перереєстрація всіх без винятку обласних, міських, районних, заводських, вишівських та колгоспних газет, засновниками яких були обкоми, міськкоми, райкоми, парткоми Комуністичної партії України. Загалом – понад 500 видань, новими засновниками яких стали в основному місцеві Ради народних депутатів разом із трудовими колективами редакцій та іншими засновниками [48, с. 4].

У підсумку, як свідчить архівна «Інформація про зареєстровані періодичні видання станом на 31 грудня 1991 р. «Державного комітету України по пресі (нинішній Державний комітет телебачення і радіомовлення України), за період з 12 вересня 1990 р. по 31 грудня

1991 р. державний комітет та його обласні управління зареєстрували 2609 періодичних друкованих видань, з яких – 2263 газети та 346 журналів [48, с. 1–8].

Із них на загальнодержавну аудиторію зареєстровано 290 газет та 262 журнали. Серед зареєстрованих газет: видань Рад народних депутатів – 19, видань Кабінету Міністрів України, міністерств, відомств та інших державних установ – 33, профспілок – 13, підприємств – 37, кооперативів – 7, приватних осіб – 54, редакцій періодичних друкованих видань – 49, Української Республіканської партії – 2, Української селянсько-демократичної партії – 1, громадських організацій – 63 (із них: Народний Рух України (НРУ) – 3, письменницьких – 2, журналістських – 6, Української Духовної республіки – 2, релігійних об'єднань – 9, асоціацій, фірм, концернів – 26, інших організацій – 37) [48, с. 1].

Обласними управліннями по пресі на регіональному та місцевому рівнях було зареєстровано 2057 періодичних друкованих видань, із яких 1973 газети і 84 журнали. Серед засновників місцевих періодичних друкованих видань: Ради народних депутатів мали 650 видань, профспілки – 35, державні установи – 81, підприємства – 485, колгоспи – 24, кооперативи – 30, навчальні заклади – 71, релігійні об'єднання – 19, редакції газет виступили засновниками 272 видань, приватні особи – 165, громадські організації – 230 (з них: НРУ – 25, письменницькі організації – 5, журналістські – 35, інші громадські організації – 165) [48, с. 2–3].

Разом з тим уже наприкінці 1991 р. зростаюча інфляція, подорожчання поліграфічних матеріалів та робіт, послуг зв'язку, різке скорочення поставок паперу з Російської Федерації, розрив господарських зв'язків призвели до скорочення обсягів і періодичності вітчизняних видань, а частина з них взагалі припинила виходити.

1 грудня 1991 р. відбувся загальнонаціональний референдум, на який було винесено одне питання: «Чи підтверджуєте ви Акт проголошення незалежності України?». Рішення про проведення референдуму містила Постанова Верховної Ради України «Про проголошення незалежності України» від 24 серпня 1991 р. [163]. У референдумі взяли участь 31 891 742 особи – 84,18 % населення України. Із них 28 804 071 особа (90,32 %) проголосувала «за».

Коментуючи організацію референдуму, Голова Верховної Ради УРСР у 1990–1991 рр. Л. Кравчук стверджує, що «націонал-патріотичний Рух на чолі з Чорновілом був проти проведення референдуму. На велелюдному мітингу у Києві було прямо заявлено, що «Кравчук придумав референдум, на який українці не прийдуть, і у такий спосіб «знімає» із себе відповідальність, бо боїться незалежності». Коли на сесії Верховної Ради затверджувалось це рішення, я заявив, що політики, які не вірять у власний народ, мали б піти з української політики...» [Власне інтерв'ю].

Одночасно з референдумом відбулися президентські вибори, на яких уже в першому турі перемогу здобув Л. Кравчук, ставши першим всенародно обраним Президентом України, отримавши підтримку 19 млн 643 тис. 481 виборця (61,59 %). 5 грудня 1991 р. на урочистому засіданні Верховної Ради Л. Кравчук склав присягу народові України [163]. Цього ж дня Головою Верховної Ради обрано І. Плюща.

7–8 грудня 1991 р. у Біловезькій Пущі (Республіка Білорусь) разом із президентом Росії Б. Єльциним і головою ВР Білорусії С. Шушкевичем Л. Кравчук як Президент України підписав рішення про ліквідацію СРСР і створення Співдружності Незалежних Держав (СНД) [163].

Президент України у 1991–1994 рр. Л. Кравчук переконаний, що «не випадково зібралися втрьох – керівники Росії, України та Білорусі – держав-фундаторів Радянського Союзу, тож мали право порушити питання про денонсацію Союзного договору. На початку засідання Єльцин спитав: «А хто буде записувати?» – і сам відповів, – «Мабуть, Леонід Макарович найбільше до цього готовий».

Взявши ручку, почав записувати: «Ми, Республіка Білорусь, Російська Федерація, Україна, як держави-засновники Союзу РСР, що підписали Союзу угоду 1922 року, констатуємо, що Союз РСР, як суб'єкт міжнародного права і геополітична реальність припиняє своє існування...» Далі всі записи опрацьовували експерти: юристи, міжнародники та інші фахівці і вже тоді приймалося рішення по кожній із 14 статей угоди: «Годиться!..»

Уже наприкінці, коли проект «Угоди про створення Співдружності Незалежних Держав» був практично готовий, у Єльцина виникла ідея запросити керівника Казахстану. Він зателефонував Нурлсултану Назарбаєву з пропозицією приєднатися до нашої зуст-

річі і проекту угоди. На що той відповів, що принципово не проти, але щойно прилетів до Москви на зустріч з Михайлом Горбачовим. Після цієї зустрічі Назарбаєв приїхати категорично відмовився. Мені відомо, що Горбачов тоді запропонував йому посаду прем'єр-міністра СРСР» [Власне інтерв'ю].

Постановою Кабінету Міністрів України від 27 листопада 1991 р. Державному комітету по пресі було підпорядковано 18 республіканських колишніх компартійних видавництв, зокрема, «Тавриду» у Сімферополі з філією у Ялті, «Зорю» у Дніпропетровську, «Комунар» у Запоріжжі, «Вільну Україну» у Львові, «Київську правду» у столиці та інші. Їхні потужності давали можливість Держкомітету по пресі щоденно випускати до 30 млн примірників газет. Разом з тим руйнівні наслідки «паперової кризи» в Україні стали очевидними вже на початку 1992 р., коли тільки в період з 1 по 16 січня при загальному накладі 44,6 млн примірників через брак паперу побачили світ не більше мільйона примірників загальноукраїнських газет [56, с. 101–102].

Катастрофічна ситуація у видавничій сфері спонукала трудові колективи українських видавництв, газет і журналів посилити тиск на Парламент та Уряд вже незалежної України. Водночас свідченням падіння авторитету Спілки журналістів України стало стихійне постання різноманітних журналістських об'єднань та асоціацій, зокрема Асоціації демократичної преси України, Асоціації парламентських журналістів, Асоціації української ділової преси й багатьох інших. З ініціативи представників цих громадських об'єднань та низки обласних організацій Спілки журналістів України було ініційовано проведення VIII позачергового з'їзду СЖУ.

Атмосфера з'їзду, що проходив 15–16 січня 1992 р. у приміщенні Республіканського суспільно-політичного і культурного центру в Києві, продемонструвала усвідомлення необхідності оновлення СЖУ. Були внесені зміни до Статуту, встановлено новий порядок формування і діяльності Правління СЖУ та обрано нового Голову – редактора кірової міської газети «Рабочее слово» Луганської області Є. Вербила. Кульмінацією з'їзду стало створення Національного страйкового комітету журналістів, який закликав усіх працівників засобів масової інформації до пікетування Верховної Ради України 28 січня, у день відкриття чергової сесії [56, с. 103].

Тодішній Прем'єр-міністр України В. Фокін, прагнучи хоч якось виправити ситуацію, зустрівся з членами Національного страйкового комітету журналістів Л. Мех, Ю. Шкарлатом та новообраним Головою Спілки журналістів України Є. Вербилом і пообіцяв виконати вимоги журналістів.

Те, що було запропоновано Прем'єр-міністром, зокрема його розпорядження Міністерству фінансів (виділення паперу з державного фонду, деякої кількості коштів і т. д.), не рятувало ситуації. Тому журналісти вирішили створити фонд «Незалежна преса України». Цю ідею підтримав і уряд. Та проіснувати фонду вдалося недовго: почалися напади на його засновників, у провладних газетах з'являлися статті явно замовного змісту. Державне фінансування незалежної преси було припинено. Згодом, після переобладнання Жидачівського картонно-паперового комбінату та налагодження на ньому випуску газетного паперу, ситуація з друкуванням газет в Україні частково поліпшилася [59].

У грудні 1991 р. виходить перший номер рекламно-інформаційного видання «РІО» (реклама, інформація, оголошення) – газети, що безкоштовно надходить у кожну поштову скриньку. Тираж газети «РІО» найбільший в Україні – до одного мільйона примірників [168].

Перший номер рекламно-інформаційного видання «Експрес-об'ява» вийшов 17 грудня 1991 р. Після зміни політичної ситуації в країні його без проблем надрукував комбінат «Радянська Україна» (нині – «Преса України»), а «Союздрук» увесь тираж взяв на реалізацію. Попередньо проведена невелика рекламна кампанія дала неочікувані результати – газету розкупили протягом кількох днів.

Аналіз розвитку рекламно-інформаційних видань сусідніх країн, зокрема Польщі та Словаччини, переконував вітчизняних видавців у комерційній доцільності створення газети безплатних оголошень. Ідея проєкту була доволі простою: надати пересічним громадянам можливість публікувати некомерційні оголошення безплатно. Потреба в цій послугі, на переконання співавтора проєкту та президента Української видавничо-поліграфічної компанії «Експрес-об'ява» В. Шпака, була колосальною: всі паркани і стовпи були заклеєні різноманітними об'явами [166, с.147]. Друковані видання розміщували оголошення лишень за гроші, а економічна ситуація в країні щораз погіршувалася, тож у багатьох людей виникала життєва

потреба продавати щось із речей. Водночас через порожні полиці магазинів і дорожнечу була потреба купувати щось дешевше, хоч і не нове.

Інвесторами нового рекламного видання стали власники словацької рекламної газети «Inzerat». Словаки передали свій варіант комп'ютерних програм обробки баз даних і папір для друку перших трьох номерів. Єдиною їхньою умовою було засновництво газети без участі державних чи напівдержавних структур. Тому перша в Україні газета безплатних оголошень була зареєстрована приватними особами [166, с. 148].

«Експрес-об'ява» почала виходити щотижня форматом А3 на 8 сторінках у дві фарби накладом до 50 тис. примірників. Уже з перших номерів вона стала рентабельною, а кількість рекламодавців невпинно зростала. Газета поступово розширювала зв'язки з іноземними партнерами. 6 квітня 1992 р. були укладені угоди з польською газетою «Slazak» і словацькою «Inzerat». Наступного року з литовськими виданнями «Allo», «Norio» та молдавським «Маклером». Серед партнерів «Експрес-об'яви» були газети США, Росії, Узбекистану, Латвії, Білорусі. У 1994 р. «Експрес-об'яву» запрошено до міжнародної асоціації газет безплатних оголошень FAPIA [166, с. 149–153].

Упродовж наступних років газета «Експрес-об'ява», засновником якої став вже трудовий колектив Акціонерного товариства закритого типу (АТЗТ) «Експрес-об'ява», активно працював над створенням регіональних видань. У Харкові почала виходити газета «Експрес-об'ява східного регіону України», у Білій Церкві – «Експрес-об'ява Правобережної України», у Житомирі – інформаційно-рекламна газета «Інтерес» і навіть спеціальна «Експрес-об'ява для жителів Радянського району м. Києва» [166, с.156].

З рубрики «Транспорт» виросло самостійне видання «Автоекспрес», що висвітлювало проблеми автомобілістів і розповсюджувалося безкоштовно, отримуючи прибуток від реклами та оголошень. З огляду на практику подібних іноземних видань, у газеті була започаткована рубрика «Знайомства» з підрубриками: «Він чекає його» та «Вона чекає її». Дискусії щодо доцільності подібних оголошень позитивно позначалися на популярності видання, підвищуючи попит на газету.

Революційним вважає запровадження оголошень під рубриками «Він шукає її», «Він шукає його», «Вона шукає її» З. Фрис, перший редактор першої в Україні еротичної газети – тернопільського тижневика «Пан+Пані».

Офіційно тижневик «Пан+Пані» почав виходити в Тернополі з 13 серпня 1992 р. Насправді понад півроку друкувався як додаток до громадсько-політичного видання «Заповіт», яке ще з липня 1990-го видавало поліграфічне підприємство «Тарнекс Арт». Фотографії передруковували із закордонних журналів. Звідти ж брали частину текстів. Перші випуски мали тираж 30 тис. примірників. А 10-й номер перереєстрованого як самостійне видання «Пан+Пані» вийшов накладом 120 тис. примірників.

Для прикладу, еротичний знімок чоловіка в 10-му номері був один: торс мускулистого «пана» в довгій білій майці з написом *Bezpieczny sex*. У двох колонках над ним – пікантні новини із зарубіжжя. У тому ж самому номері надруковано статтю оглядача С. Нестеренка про політичну ситуацію в країні з критикою Президента Леоніда Кравчука [171].

Над «Пан+Пані» працювали: редактор, заступник, оглядач, кілька дизайнерів і літредактор. Згодом долучився працівник, який займався листами читачів та приймав оголошення. Листи приходили мішками, тож під них завели рубрики «Ероспогад» та «Ерофантазії». Тексти читачів друкували також під рубриками «З конверта» та «Резонанс». Остання – коли опублікований раніше лист викликав хвилю відгуків читачів. Згодом окрему сторінку стали відводити під оголошення знайомств. Їх ділили на три рубрики: «Такі» – для оголошень із метою шлюбу; «Не зовсім такі» – для тих, хто шукав партнерів для розваг і «Не такі» – для геїв, бісексуалів та лесбіянок.

Газета добре продавалася по всій Західній Україні, крім того, в Києві, Кіровограді, Полтаві, Криму та на Донбасі. На кінець 1992 – початок 1993 рр. припав пік популярності газети, коли її тираж сягнув 220 тис. примірників. Щоб завоювати нових читачів на Сході України, вирішили запустити російськомовну версію. Однак наклад не зріс. Виявилося, що людям байдуже, якою мовою читати про еротіку. 1994-го загальний тираж російськомовної та україномовної газети становив 140 тис. Почали паралельно випускати повноколірне видання «Panі and Pan». Та новий тижневик успішним

не став. «Panі and Pan» закрили 1996-го, а «Пан+Пані» – через два роки [171].

Не захотів перетворювати на порно-продукт та відмовлятися від української мови і С. Чирков – головний редактор і засновник першого українського еротичного журналу «Лель», україномовного журналу про кохання, що виходив в Україні з 1992 по 2003 рр. і мав шалену популярність.

Головний редактор журналу «Лель» у 1992–2003 роках С. Чирков, зокрема, стверджує, що «журнал читали всі. Всі, у кого були гроші і кому вистачало сміливості його купувати або передплачувати. «Лель» був не просто еротичним журналом. Тут публікувалися художні твори, переклади, інтимні поради, відповіді на запитання читачів на сексуальну тематику.

Із нами працювали усі найвідоміші на той час фотомайстри. У мене досі зберігається слайдовий архів. Вони тоді майже всі знімали «ню» і не мали їх куди подіти.

Коли вийшов другий чи третій номер, завітали хлопці, які контролювали мережу «розкладок». Вони запропонували видавати журнал російською і обіцяли забирати одразу 100–150 тис. примірників. Бізнес тоді будувався на маленьких газетах, які були на порядок дешевшими за журнал. Але ці видання були за межею культури і пристойності. Я відмовився...» [60].

Як проєкт «erotичного журналу для сімейного читання» «Лель» виріс із нереалізованого спецвипуску про кохання й сексуального журналу «Піонерія», що згодом став «Однокласником». ЦК Комсомолу України у 1991 р. заборонило головному редактору С. Чиркову видавати такий спецвипуск.

Тож над першим номером журналу, що з'явився у кіосках наприкінці червня 1992 р., як стверджує головний редактор, «працювали співробітники журналу «Однокласник» (колишня «Піонерія»): В. Вересюк – художній редактор, розробник візуальної концепції, макету, логотипу часопису, Р. Марковець – технічний редактор, В. Чистяков (псевдонім ВоВік) – науково-популярні й пізнавальні статті, поради, В. Митрофанова – літературний редактор. О. Задірака – єдиний на ті часи фотограф-фрілансер, який погодився публікувати кольорові фото з оголеною натурою, довівши, що має всі необхідні дозволи від повнолітніх фотомоделей.

Для чоловіків журнал відкрив «Клуб Гойтосира», для жінок – «Клуб Дівонії». Поради в них давали Лель-сексолог, Лель-психолог, Лель-соціолог. У «Лелі-ревію» працював «Сексодром», де вміщувалися відповіді на запитання читачів. Рубрика для поетів мала назву «Тисяча і один вірш для Шахерезади», а для прозаїків – «Від Апулея до Андруховича». Згодом почали відкриватися авторські рубрики.

У журналі вийшло чимало першодруків таких письменників, як Іван Аврамов, Юрій Андрухович, Олександр Бригинець, Леонід Вишеславський, Микола Вінграновський, Юрій Вінничук, Євген Гуцало, Василь Довжик, Оксана Забужко, Юрій Нікітінський, Ігор Ченіч тощо. Проза Леопольда фон Захера-Мазоха, маркіза де Сада та багатьох інших літераторів світової слави теж уперше побачила світ у найкращих перекладах українською саме на шпальтах «Леля». А ще – твори безіменних авторів з українського народу, чії сороміцькі пісні та коломийки, анекдоти й приповідки свого часу записували Микола Гоголь, Михайло Максимович, Леся Українка, Іван Франко, Тарас Шевченко» [60].

Коментуючи закриття журналу, головний редактор журналу «Лель» у 1992–2003 рр. С. Чирков зазначає: «після виходу Закону України «Про захист суспільної моралі» Державне підприємство «Преса» без жодних експертних висновків на початку грудня 2003 року вилучила з продажу щойно надрукований випуск часопису. Журнал зазнав великих збитків.

Закривався «Лель» з тиражем в 12 тис. У моєму комп'ютері зависло два зверстані і готові до друку випуски. Після того, як «Лель» пішов з ринку, – через рік приблизно – у кіосках з'явився «Плейбой». Раніше його представники виходили з пропозицією про спільне видання. Але вони не збиралися нічого змінювати у «Плейбої». А я не хотів рухатись у бік «Плейбоя» й змінювати щось у себе» [60].

Із січня 1992 р., відповідно до постанови Верховної Ради України, «Голос України» почав виходити двома мовами: українською та російською і, одночасно, зареєстрував та видавав додатки до газети національних меншин України. У підсумку таких видань було шість: «Роден Край» виходив болгарською мовою, «Dziennik Kijowski» – польською, «Concordia» – румунською, «Арагац» – вірменською та українською, «Голос Крима» – російською і кримськотатарською, «Еврейские вести» – російською, українською та мовою ідиш.

Упродовж більше десяти років редакція «Голосу України» найперше фінансово (витрачаючи до 700 тис. гривень на рік) підтримувала цей унікальний проєкт. Ні Верховна Рада, ні Кабінет Міністрів України жодного разу не передбачили бюджетних коштів для цих видань [82]. З 2002 р., згідно з проєктом Постанови «Про державну підтримку газет, що видаються мовами національних меншин», ставши самостійними виданнями, якими опікувалися національні общини і Державний комітет національностей та міграції України, вони поступово припинили своє існування.

У січні 1992 р. починає виходити газета «Ділова Україна». У грудні того ж самого року С. Мельничук видав перший номер рекламно-інформаційної газети «Блиц-інформ», яка з 1 грудня 1993 р. почала виходити як ділова газета «Бизнес» – «орган української буржуазії». Згідно з даними журналу «Маркетинг в Україні», станом на 1 січня 2001 р. газета «Бизнес» мала найвищий рейтинг серед ділових видань України [59].

У середині серпня 1992 р. побачив світ «пілотний» номер газети «Киевские Ведомости». «З 9 чи 10 вересня почали виходити щодня, – стверджує перший головний редактор «Киевских Ведомостей» О. Швець. – Уже в січні, коли у двір редакції заїжджали вантажівки з «Преси України» з тиражем газети, там стояли натовпи людей з грошима в руках, які викупували новий номер пачками. Їм кидали пачки прямо з кузова, і вони бігли, щоб швидше донести газету до ларьків. Вони знали, що наша газета – хороший товар, на якому можна заробити. Щоденний тираж був близько 600 тисяч примірників і розходився практично весь. Це було особливо приємно: бачити, як плоди твоєї праці користуються попитом» [1].

«Киевские Ведомости» були міською газетою. Але я вважаю, що міську газету можна робити цікавою для всієї країни, – переконаний О. Швець. – The New York Times, Los Angeles Times, The Washington Post прив'язані до міста, але на рівні новин, цікавих для всіх» [1].

14 лютого 1992 р. у власній квартирі загинув за нез'ясованих обставин народний депутат першого скликання, старший редактор «Молодіжної студії «Гарт»» державного телеканалу УТ-1, журналіст Вадим Бойко, ставши одним із перших медійників, які загинули в Україні через професійну діяльність.

Найбільш імовірною причиною вбивства називали проведення розслідування із намаганням з'ясувати, куди поділося «золото партії» – мільйонні статки, які залишилися після заборони КПРС. Є й інша версія причини смерті журналіста. Колеги Вадима стверджували, що перед загибеллю Бойко перевіряв інформацію про торгівлю армійським майном і зброєю армійського угруповання, виведеного з Німецької Демократичної Республіки на територію України. Він усвідомлював небезпеку, яка йому загрожувала, і тому навіть носив легкий бронежилет [146].

Виходячи із загально визнаних принципів міжнародного права 10 грудня 1991 року Верховна Рада прийняла Закон України «Про дію міжнародних договорів на території України», згідно з яким ратифіковані Україною міжнародні акти становлять невід'ємну частину національного законодавства [96]. 2 жовтня 1992 р. прийнято Закон України «Про інформацію» – базовий правовий акт у системі регулювання інформаційних відносин в Україні, яким встановлено загальні правові основи одержання, використання, поширення та зберігання інформації, закріплено право особи на інформацію в усіх сферах суспільного і державного життя України [103].

16 листопада 1992 р. прийнято Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», яким задекларовано правові основи діяльності друкованих засобів масової інформації в Україні, встановлено державні гарантії їх свободи відповідно до Конституції України, чинного законодавства і визнаних Україною міжнародно-правових документів [47, с. 73]. Законом заборонено створення та фінансування державних органів, установ, організацій або посад для цензури масової інформації, закріплено економічну самостійність і забезпечення економічної підтримки та неприпустимість зловживання свободою діяльності засобів масової інформації в Україні.

Протистояння Президента і Верховної Ради України призвело до створення в лютому 1992 р. Державної думи України, яку Л. Кравчук очолював до жовтня 1992 р. і діяльність якої виявилась неефективною. У березні 1992 запроваджено інститут представників Президента України, що значною мірою зміцнило президентську вертикаль, але, водночас, призвело до протистояння між цими представниками та головами міських і районних рад через невизначеність відповідних компетенцій [163].

Президент України у 1991–1994 рр. Л. Кравчук з цього приводу зауважує: «Ідея створення Державної думи України належала не мені, але мене переконали у необхідності створення нового державного органу управління, зважаючи на пострадянський прокомуністичний український парламент, швидке переобрання якого не видавалося можливим. Спочатку цю ідею усі підтримали (я навіть не очікував такого консенсусу) і Указом Президента була створена Державна дума України з відповідним Положенням про її повноваження. Але коли вона почала працювати і прийняла кілька рішень, голова Верховної Ради України Іван Плющ виступив категорично проти самого факту діяльності Думи.

Плющ був переконаним, що Верховна Рада – найважливіший державний орган в Україні, а новостворена Державна дума може зазіхати на її повноваження. Він заявив, що, зважаючи на неконституційність її створення (що відповідало дійсності), Дума не може приймати жодних правових рішень. При такому протистоянні Державна дума України так і не змогла стати ефективним органом управління і була ліквідована Указом Президента наприкінці жовтня 1992 року» [Власне інтерв'ю].

З 1992 р. Державний комітет України по пресі та його обласні управління здійснюють перевірку кількості періодичних друкованих видань, що реально виходять. Ураховуються видання, які виходять з вказаною при реєстрації періодичністю. Не враховуються видання, що виходять епізодично, чи вийшли один-два рази протягом року. Отже, станом на 1 січня 1993 р. із зареєстрованих 3346 періодичних друкованих видань регулярно виходять тільки 2672, у тому числі: із зареєстрованих 2813 газет виходять 2372 газети; із зареєстрованих 533 журналів і видань журнального типу виходять – 300. Згідно із зведеними даними обласних управлінь по пресі: із зареєстрованих 2495 періодичних друкованих видань із регіональною та місцевою сферою розповсюдження виходять – 2081 видання, у тому числі: із зареєстрованих 2360 газет – 2012, а із 135 зареєстрованих журналів – 69 [92, с. 1–2].

Якщо в 1986 р. в Україні виходило 1995 періодичних друкованих видань: 206 журналів і видань журнального типу та 1789 газет, з яких 1146 – багатотиражки, то на початок 1993 р. кількість газет і журналів зросла майже вдвічі. Фахівці Держкомітету України по пресі констатували, що поряд із загальнополітичними виданнями

виходять різнопланові видання, які покликані працювати на економічні реформи та сприяти розвитку ринкових відносин в Україні, з'явилися видання політичних партій і громадських організацій, приватних осіб. Наприклад, виникли видання Збройних сил України, нові газети екологічного, медичного, релігійного спрямування тощо, покликані задовольняти найрізноманітніші запити й інтереси українського суспільства [92, с. 1–2].

У березні 1993 р. запрацювало інформаційне агентство УНІАН (Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин), інформація якого одразу стала реальною альтернативою офіційного і надто повільного Укрінформу. Інформація передавалася одним засобом зв'язку – дротовим телефоном, а привезені з Польщі навушники до телефону стали величезним технологічним проривом. Відтоді стенографам не треба було тримати рукою слухавку [73, с. 3].

Агентство було створене ще в серпні 1991 р. Постановою Президії Верховної Ради України, проте на своєму офіційному сайті УНІАН називає роком свого заснування 1993, очевидно, щоб не акцентувати увагу на тому, що у зазначеній постанові воно визначене правонаступником Українського відділення радянського Інформаційного агентства «Новини» (колишнє Агентство Преси «Новини» (АПН)).

Згідно з Постановою Президії Верховної Ради України «Про створення Українського незалежного інформаційного агентства новин (УНІАН)»:

У зв'язку із зміною статусу інформаційного агентства «Новини» (м. Москва) Верховна Рада України постановила:

1. Створити на базі Українського відділення Інформаційного агентства «Новини» Українське незалежне інформаційне агентство новин.

2. Передати майно розформованого Українського відділення Інформаційного агентства «Новини» у користування Українському незалежному інформаційному агентству новин (УНІАН), звільнивши останнє на період становлення (перші п'ять років діяльності) від орендної плати за користування вищезгаданим майном. (Пункт 2 у редакції Постанови Президії ВР № 2390-ХІІ (2390-12) від 29 травня 1992 р.) [117].

Брендовими інформаційними продуктами агентства стали «УНІАН-новини» та «УНІАН-анонс». «УНІАН-новини» – опера-

тивна стрічка про головні політичні й економічні новини та події у столиці й регіонах України, яка виходила шість разів на день у будні, чотири рази у суботу, один раз у неділю. «УНІАН-анонс» вміщував анонси найважливіших подій, що відбуватимуться найближчими днями. Виходив двічі на день українською та російською мовами. Бюлетень став прикладом успішної монетизації медійного контенту. Його передплачували практично всі редакції ЗМІ, державні, громадські та бізнесові організації.

Згодом, відстежуючи світові тенденції розвитку інформаційних агентств, УНІАН розширило коло бізнесових та спеціалізованих інформаційних продуктів, тим самим збільшивши кількість реальних і потенційних споживачів інформації – «УНІАН-Будівництво», «УНІАН-Фінанси», «УНІАН-Зв'язок», «УНІАН-Політика», «УНІАН-Регіон», «УНІАН-ВПК» тощо [74, с. 78].

Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна», створене у вересні 1992 р. в Харкові, із серпня 1993 р. почало працювати в Києві. Використовуючи канали зв'язку міжнародної інформаційної групи «Interfax Information Services», що складалася з понад 30 учасників під брендом Інтерфаксу, агентство мало можливість розповсюджувати інформацію з України передплатникам з усього світу. Тож на початку 90-х рр. минулого століття агентство було головним постачальником новин із Росії та пострадянських країн, поступово розширюючи територію покриття, охопивши країни Центральної Європи та Китаю [74, с. 79–80].

Згодом «Інформаційна Служба Інтерфакс» створила розгалужену інформаційну мережу з центральними офісами у Лондоні, Нью-Йорку, Франкфурті, Гонконгу, Денвері, Дубліні, Нікосії, Москві, Варшаві, Будапешті, Празі, Києві, Мінську та Алма-Аті. Близько тисячі штатних працівників у понад 70 представництвах «Інтерфаксу» щоденно виробляли більш як півтори тисячі повідомлень.

Серед інформаційних продуктів агентства – «Новини Інтерфаксу», де вміщуються оперативні повідомлення про найважливіші політичні та економічні події, «Експрес-випуск» із найбільш важливою оперативною інформацією. Короткий виклад політичних та економічних подій дня агентство випускає у вигляді «Інтерфакс-дайджесту». В інформаційному бюлетені «Анонс» ідеться про події наступних дня і тижня [74, с. 79–80].

Ще одним унікальним інформаційним проектом 1993 р. стало Пресове Агентство Новин (ПАН), засноване фізичними особами – українськими журналістами. Зорієнтовані на регіональні засоби масової інформації, які у своїй більшості не мали можливості утримувати власного спеціального кореспондента в Києві, інформаційні продукти ПАНу впродовж кількох наступних років заповнювали цей сегмент інформаційного ринку України. Інформаційно-аналітичний тижневик «Українська панорама» (матеріали з України та про Україну в галузях економіки, політики, культури); інформаційний тижневик «Факт» (добірка коротких новин про головні події тижня в Україні та за кордоном); аналітичний альманах «Всесвітній економічний огляд» (дайджест головних світових економічних проблем) та інформаційний бюлетень «Прем'єр-сорока», що знайомив читачів із курйозами, сенсаціями, світською хронікою, іншою розважальною інформацією – передплачувало понад 80 регіональних та місцевих українських ЗМІ [74, с. 109].

Із середини 1993 р. українські медіаексперти починають фахово аналізувати ситуацію і зміни на інформаційному ринку України. Зокрема, український політолог В. Бебик відзначає різке падіння тиражів періодичних друкованих видань: українських національних газет – із 8,27 млн примірників у 1992 р. до 4,3 млн примірників у другому півріччі 1993 р.; газет СНД (фактично – російських) – з 15,2 млн до 1,39 млн примірників за цей самий період [4, с. 9].

З часу проголошення незалежності України суспільна свідомість поступово повертається від беззаперечної орієнтації на російські видання до переважної орієнтації на українські газети та журнали. Якщо в 1992 р. 41,6 % українських передплатників передплачували російські видання, 22,6 % передплатників – національні, а 35,8 % передплатників – місцеві газети; то в другому кварталі 1993 р. кількість громадян України, які передплачували російські видання, зменшилася до 9,8 %, кількість передплатників центральних вітчизняних видань зросла до 30,4 %, передплатників місцевих газет – до 59,8 %. Виходячи з того, що пересічна українська родина у той час передплачувала в середньому одну, зазвичай, районну чи обласну газету, можна говорити про суттєве зростання інформаційного впливу місцевих засобів масової інформації на суспільну свідомість в Україні. І це, на думку експерта, є свідченням не тільки демократизації і

децентралізації держави, а й зростанням потенціалу місцевих ЗМІ [4, с. 9].

У той самий час набагато складнішою була ситуація з електронними засобами масової інформації. У зв'язку з розпадом СРСР і системи Центрального Телебачення в Москві припинили своє існування телеканал ЦТ-1 і ЦТ-2. Замість ЦТ-1 була створена телекомпанія «Останкіно», а телеканал ЦТ-2 в Росії на початку 1992 р. став каналом «РТР». У кінці січня того самого року на 30-му дециметровому каналі з'явилися програми, що виходили під брендом «Студія телепрограм Тет-а-Тет», створена телекомпанією «ТОНІС – Ентер» (ТЕТ), яка, у свою чергу, була першим київським «дітищем» миколаївської телекомпанії «ТОНІС» [137].

У червні 1992 р. на київському 32-му каналі відбувся офіційний старт Міжнародної Комерційної Телерадіокомпанії, яка розпочала із записаних і озвучених українською програм супутникових телекомпаній – головним чином, каналів «Super Channel» і американського «СBS». При цьому якість запису «картинки» і звуку значно перевищували якість інших комерційних телеканалів і практично не відрізнялося від того, яке глядач бачити на державних каналах, адже у її співзасновників, американської компанії «Story First Communications», були всі необхідні угоди з правовласниками. З українського боку співзасновником Міжнародної Комерційної Телерадіокомпанії виступив Концерн «РРТ» (Радіомовлення, Радіозв'язок, Телебачення) – державне підприємство, в управлінні якого на той час перебували практично всі телерадіовежі і передавальні засоби, включаючи і Сирецьку телерадіобашту – вежу КРТЩ, на території якої і були розташовані перші офісні та апаратні приміщення компанії. Наприкінці липня того ж самого року телерадіокомпанія оголосила про початок мовлення на регіони України. Та для назви телеканалу юридична назва «Міжнародна Комерційна Телерадіокомпанія» була незручною для промоцілей, складно вимовною і важко запам'ятовувалася. На винахід вдалого бренду пішло чимало часу, а у підсумку компанія просто почала використовувати аббревіатуру від своєї юридичної назви – ICTV [137].

Один з фундаторів ICTV І. Чернишов, коментуючи створення нового телеканалу, зокрема, зазначає: «У 1991 році мене відреконструювали двома людьми – Людмилі Алексєєвій і канадійцю на ім'я

Дуглас, який, власне, керував запуском каналу. Ця пара знайшла у США інвестора Пітера Герві, засновника СТС, який вирішив організувати телевізійну компанію в Україні. Так ми стали першими її співробітниками.

Все почалося із зареєстрованої Алексеевою юридичної особи – ПП «Незалежність». Далі грянув путч, отже все закрутилося в кінці серпня 1991 року. Українським партнером вибрали Концерн РРТ. На той час частоти виділяв «Укрчастотнагляд» і одна з них була у Концерну РРТ. ICTV планувалась як локальна київська станція. Ідея була простою: РРТ дає частоту і передавач, а американці – контент, ноу-хау і людей, які вміють робити телебачення...

Спочатку була ідея назвати компанію – «Унісон». Усім сподобалось, допоки хтось не запропонував назву – «Унітаз» і «Унісон» канув в лету. Згодом просто переклали назву «Міжнародне комерційне телебачення» – International Commercial TV і скоротили до аббревіатури. Сподобалось ще й те, що на слух можна перекласти як «Я бачу телебачення» [136].

Восени 1992 р. структура Держтелерадіо України поповнилася новим проектом – каналом УТ-3, який виходив у ефір в межах іншого каналу – УТ-2. Варто зазначити, що рейтингові показники каналів УТ-1 і символічного УТ-2 залишали бажати кращого. Українське телебачення, яке працювало на застарілій технічній базі та мало брак професійних кадрів, програвало в популярності програмам російських телекомпаній і програмам нових комерційних студій. Більшість глядачів, якщо і включало УТ, то лише для того, щоб подивитися вечірній випуск новин і дізнатися, що нового в країні і коли ж нарешті введуть гривню, або в разі трансляції матчу улюбленої футбольної команди [137].

Старт каналу УТ-3 відбувся в суботу 26 вересня 1992 р. в мережі «Третьою загальноукраїнською телепрограмою» (колишня мережа ЦТ-2), де на той час транслювалися програми українського каналу УТ-2 і програми російського каналу РТР. О 19:00 у час, відведений для ретрансляції РТР, на екрані з'явився ведучий, щоб повідомити глядачам про народження в українському ефірі нового телеканалу, а також заздальгідь вибачився перед глядачами РТР за те, що нова телепрограма «перекрие» їх улюблені передачі, але прогрес – річ, яку не можна спинити. У перший вечір своєї роботи УТ-3 мовило з

«розривом», щоб дати українському глядачеві можливість побачити якусь рейтингову програму РТР [137].

У квітні 1993 р. М. Канішевський створює новий, перший в історії українського телебачення недержавний інформаційний проект – тижневик «Вікна».

Коментуючи запуск нового проекту, автор і ведучий інформаційної програми «Вікна» М. Канішевський зазначав: «Американка українського походження Дора Хом'як була тоді розпорядником сімдесяти тисяч американських доларів, виділених Фондом Сороса на новий медійний проект в Україні. То були невеликі гроші, але 50 доларів США моєї зарплати у перерахунку на тодішні купоно-карбованці були величезною сумою...

Тож цих коштів вистачило на реалізацію ідеї, що полягала у створенні: інформаційного агентства (УНІАН), телевізійного агентства (на початку – УНІАН-TV, потім – інформаційний проект «Вікна»), яке живиться інформацією пресового агентства. А далі на ентузіазмі Володимира Нечипорука та Василя Яцури створюється телемережа недержавних регіональних станцій (УНІКА-TV), через яку цей інформаційний продукт поширюється. Так творилася нова медійна спільнота України» [Власне інтерв'ю].

Навесні 1993 р. на сьомому каналі (на той час – єдиному метровому комерційному телеканалі України) спочатку в межах ефірів «Студії 7 каналу», а потім – в рамках ефірів ТРК «Рутенія» – «Гравіс» – з'явилися передачі від недержавної телемережі «УНІКА-TV». Мережа була по суті асоціацією недержавних телекомпаній України і, крім київського «Гравісу», до неї входили: вінницька телекомпанія «ВТБ», луцький «Аверс», житомирський «Телескоп», львівський «Міст», полтавська «ЮТА», сімферопольська «Чорноморська ТРК», харківський «Оріон», івано-франківський «Канал 40», ужгородський «ТТВ 21», сумський «Відікон», запорізька «Хортиця», донецький «Аскет 7x7», дніпропетровський «VLD Brothers» і низка інших. Координував проект Київський центр творчого телебачення [137].

Як реально це відбувалось – коментує автор і ведучий інформаційної програми «Вікна» М. Канішевський: «Кожен з учасників проекту передавав потягами відеокасети зі своїми регіональними сюжетами, з яких ми монтували півгодинний тижневик «Вікна». Тиражували його на ці ж відеокасети і передавали тим самим способом

назад для трансляції програми на регіональних телеканалах. Одночасно «Вікна» виходили спочатку на київському сьомому каналі, а згодом – щопонеділка о 21.30 на УТ-3. Трансляція програми на загальноукраїнському метровому каналі найперше додавала авторитету регіональним телестудіям» [Власне інтерв'ю].

Першими телепрограмами, представленими мережею «УНІКА-TV», були проекти «Вікна» і «Время местное». «Вікна» представляли українському телеглядачеві щотижневий огляд новин України, підготовлений із сюжетів, знятих комерційними телестудіями. А програма «Время местное» – такий же огляд, але новин із країн колишнього СРСР – від незалежних телестудій України, Росії, Білорусі, Казахстану. В межах проекту «УНІКА-TV» виходили й інші програми виробництва різних студій з різних куточків України, а також документальні фільми. Ну а «Вікна» дуже скоро стали впізнаваним брендом і вже з осені 1993 р. «вирвалися» на УТ-3 [137].

У 1993 р. вперше заговорили не тільки про державне або комерційне, а й про громадське телебачення, у світлі відкриття в Києві ще однієї телекомпанії, яка назвала себе «Українська Корпоративна Телерадіокомпанія «Народне Телебачення». 8 листопада цього року нова телекомпанія вийшла в ефір на все тому ж багатостраждальному сьомому каналі, який на той час перетворився на справжній «гуртожиток».

Перша програма «Народного Телебачення», що вийшла в ефір із заставкою «Експериментальне мовлення», мала назву «Люди для людей». У ній шлося про діяльність Федерації профспілок України, яка виступила співзасновником телекомпанії і надала їй приміщення для студії, а також про черговий скандал навколо тодішнього мера Києва І. Салія, про конфлікт редакції газети «Вечірній Київ» з урядом і низку інших подій [137]. Саме тоді провідні телекомпанії і оголосили про своє бажання створити перший в Україні проєкт громадського телемовлення, яке не залежатиме ні від держави, ні від рекламодавців, а існуватиме на добровільні пожертви громадян. Власне тому компанія і взяла собі назву «Народне телебачення». У світлі цього в ефір вийшло кілька сюжетів про те, як працює система Суспільного телерадіомовлення в США.

Проте на той час в інформаційному просторі України серед джерел політичної інформації все ще впевнено домінували російські телепрограми. За результатами загальноукраїнського опитуван-

ня центру «Демократичні ініціативи», 54 % респондентів назвали останкінські «Новости» основним джерелом політичної інформації. Дещо менший вплив був у УТН – 49 %; і лише 16 % назвали міське (обласне) телебачення джерелом політичної інформації (у сумі показники перевищують 100 %, оскільки респондентам надавала можливість вибрати більше одного варіанта відповіді) [4, с. 9]. Така ситуація вимагала визначення основних принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення, що і було здійснено Законом України «Про телебачення і радіомовлення» від 21 грудня 1993 р. У ньому, зокрема, наголошено, що «держава створює умови для забезпечення засобами телерадіомовлення культурних та інформаційних потреб громадян України, та потреб етнічних українців, які проживають за межами України» [47, с. 90].

24 вересня 1993 р. протистояння Верховної Ради та Президента України завершилося рішенням про проведення дострокових виборів до парламенту – 27 березня 1994 р. і президентських – 26 червня 1994 р. 10 липня 1994 р. Л. Кучма з результатом 52,15 % голосів виборців переміг у другому турі президентських виборів. Л. Кравчук, який набрав 45,06 %, не оскаржував підсумки голосування, тож вже 19 липня новообраний глава держави склав присягу у Верховній Раді України [156].

Коментуючи виборчі перегони, головний редактор газети «Урядовий кур'єр» у 1990–2008 рр. М. Сорока, зокрема, зазначає: «Леонід Кравчук дуже пізно розпочав свою передвиборчу кампанію, повіривши запевненням представників Президента у регіонах, що «все під контролем». Він включився у виборчу боротьбу тільки після візиту до США у березні 1994 р. Кучма вів свою кампанію практично на тому ж самому електоральному полі, що й Кравчук, обіцяючи провести економічні реформи, відновити виробничі зв'язки підприємств, зупинити інфляцію. І він отримав серйозну підтримку на сході і півдні України, зокрема, «червоних директорів» та колишньої партійно-господарської номенклатури» [Власне інтерв'ю].

Коментуючи події того періоду, перший Президент України Л. Кравчук, наголошує: «На той час шахтарські страйки на сході України набули загрозливого характеру. Одразу підняли голову комуністи, ставлячи питання про відставку Президента України, звинувачуючи мене у «націоналізмі» та «прозахідній орієнтації».

Разом з тим мене переконували, що не існує конституційної норми про дострокові вибори, отже, немає жодних підстав для їх оголошення. Водночас ще не існувало Конституційного суду України, тож не було до кого апелювати щодо неконституційності того чи іншого рішення. Та будучи переконаним, що українському народу потрібна демократія, підтвердженням якої є вибори, я без запрошення прийшов у Верховну Раду із майже ультимативною пропозицією: якщо Верховна Рада приймає рішення про саморозпуск і дострокові парламентські вибори, я погоджуюсь з достроковими виборами Президента. Відверто кажучи, я сподівався, що парламентарі не пристають на таку пропозицію і ми спробуємо налагодити співпрацю. Та рішення було прийнято, і я підписав проголосований ними Закон про дострокові вибори Верховної Ради і Президента України.

На початку я публічно заявив, що не братиму участь у дострокових президентських виборах, вважаючи їх неконституційними. Про це я казав і під час візиту до США. Але, повернувшись із Сполучених Штатів і побачивши усі маніпуляції довкола цих виборів, змінив своє рішення і провів не таку вже й масштабну, хоча й достатньо активну передвиборчу кампанію. Вочевидь, це також вплинуло на результат, адже люди пам'ятали ті заяви. І навіть за таких обставин у другому турі за мене проголосувало 45 відсотків виборців.

Вже згодом у Верховній Раді мені розповідали, як на окремих виборчих дільницях, приміром, в Донецькій чи Чернігівській областях міняли урни з бюлетенями на користь мого опонента. А бюлетені з реальними результатами голосування вивозили з дільниць і спалювали. Причому розповідали ті, хто безпосередньо цим займався. Проти моєї передвиборчої кампанії працювала міліція східних регіонів України, всіляко перешкоджаючи моїм довіреним особам. Тож є підстави говорити про маніпуляції ще під час президентських виборів 1994 року, хоч вони й не порівнянні з усіма наступними виборчими кампаніями за рівнем нинішньої корупції, фінансових ресурсів та фальсифікацій...» [Власне інтерв'ю].

Ще у січні 1994 р. на нараді з головними редакторами газет у Житомирі Віцепрем'єр-міністр України І. Курас визначив основні принципи нової державної інформаційної політики: «це не тільки проголошення, а й створення матеріальних гарантій реалізації кожним громадянином України свого права на інформацію; законодав-

че забезпечення як свободи слова, так і гарантій проти зловживання цією свободою, монополізації засобів масової інформації; здійснення ефективного захисту національного інформаційного простору; сприяння конкурентоспроможності вітчизняних мас-медіа; міжнародному співробітництву в галузі інформаційного обміну. Тобто мова йде про забезпечення у нових умовах, поряд з політичним та економічним, інформаційного суверенітету України» [65, с. 2].

Цитуючи академіка Б. Патона, високопосадовець озвучує стратегічну проблему вітчизняного державного управління того часу: «Відсутність розвиненої інформаційної інфраструктури в Україні не дозволяє належним чином оцінити стан економіки країни, чітко визначити цілі та шляхи реалізації суспільно-економічних реформ, що є однією з причин помітного зниження ефективності управління процесами суспільного розвитку та подальшого поглиблення кризи» [65, с. 3].

Тим часом правонаступник Державного комітету України по пресі – Державний комітет України у справах видавництва, поліграфії та книгорозповсюдження, продовжуючи протягом 1993–1994 рр. реєстрацію та перереєстрацію періодичних друкованих засобів масової інформації, створює комп'ютерну базу даних друкованих ЗМІ України [30, с. 1–7]. Фахівці Держкомвидаву відзначають, що коли до прийняття Закону «Про друковані засоби масової інформації (пресу) України» найвищу активність у реєстрації (перереєстрації) друкованих ЗМІ виявляли Ради народних депутатів та промислові підприємства, то з прийняттям Закону на перший план вийшли комерційні структури та приватні особи, а за тематикою домінують інформаційно-рекламні видання.

Висновки

Аналіз становлення національного інформаційного простору України наприкінці 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст. дає підстави стверджувати, що цей достатньо короткий період варто поділити на кілька етапів.

Перший етап (1989–1990 рр.) характеризується становленням громадянського суспільства в Україні: громадських та молодіжних об'єднань, політичних партій і рухів, появою понад 1200 офіційно незареєстрованих друкованих видань «самвидаву», або «неформальної преси».

Другий етап (1990–1991 рр.) розпочався після прийняття Закону СРСР «Про пресу та інші засоби масової інформації» реєстрацією понад 2,5 тис. найменувань центральних, регіональних та місцевих друкованих видань.

Третій етап (1991–1992 рр.) – із здобуттям незалежності України та департизації державних органів, установ і організацій, відбулася перереєстрація періодичних друкованих видань, засновниками яких виступали центральні, регіональні та місцеві органи Комуністичної партії України.

Становлення національного інформаційного простору відбувалося у взаємозалежності із суспільно-політичним, економічним, культурно-освітнім розвитком незалежної Української держави. ЗМІ були одночасно і віддзеркаленням і каталізатором суспільно-політичних процесів.

Підґрунтям для розвитку незалежних демократичних медіа стали видання самвидаву, що виникали у відповідь на посилення партійно-радянської цензури та на підтримку новостворених громадських організацій і політичних партій.

Початки незалежної преси супроводжувалися й становленням українського рекламного ринку, виникненням інформаційно-реklamних видань. Тематичні ніші заповнювали також видання еротичного, уфологічного спрямування та масові видання для дозвілля.

Законодавчі основи для розвитку незалежних ЗМІ заклали закони «Про інформацію» та «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Вони гарантували право на свободу слова та відкрили можливість приватним особам бути засновниками медіа.

Нові можливості для розвитку українських медіа відкрило прийняття Постанови Верховної Ради України від 24 серпня 1991 р. «Про департизацію державних органів, установ та організацій» та Указу Президії Верховної Ради України «Про заборону діяльності Комуністичної партії України (КПУ)». Наприкінці 1991 р. кількість зареєстрованих загальнонаціональних газет зросла з 19 до 290, а з 262 зареєстрованих загальнонаціональних журналів 180 були новими.

Кризові явища в українській економіці позначилися й на розвиткові медіа, зокрема спричинили «паперову кризу», що позначилася на тиражах існуючих газет і журналів. Катастрофічна ситуація у видавничій сфері спонукала трудові колективи українських видав-

ництв, газет і журналів посилити тиск на Парламент та Уряд уже незалежної України.

Падіння авторитету Спілки журналістів України призвело до появи низки різноманітних журналістських об'єднань та асоціацій, зокрема Асоціації демократичної преси України, Асоціації парламентських журналістів, Асоціації української ділової преси й багатьох інших.

Ринок національних медіа поповнився новоствореними інформаційними агентствами. У березні 1993 р. запрацювало інформаційне агентство УНІАН (Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин), інформація якого одразу стала реальною альтернативою офіційного і надто повільного Укрінформу. Згодом почало працювати українське відділення групи «Інтерфакс».

У телевізійному просторі з'явилися нові загальнонаціональні та регіональні мовники. Серед них – «Студія телепрограм Тет-а-Тет», створена телекомпанією «ТОНІС – Ентер» (ТЕТ), телекомпанія ICTV, недержавна телемережі «УНІКА-TV» та ін. До мережі входила низка регіональних студій, зокрема вінницька телекомпанія «ВТБ», луцький «Аверс», житомирський «Телескоп», львівський «Міст», полтавська «ЮТА», сімферопольська «Чорноморська ТРК», харківський «Оріон» та інші. Координував проєкт Київський центр творчого телебачення.

Описані процеси передували подальшому розвитку національного інформаційного простору, появи та розвитку медіахолдингів.

У наступному розділі ми вдамося до аналізу формування національного інформаційного простору в ринкових умовах кінця ХХ – початку ХХІ ст., що характеризувався різким падінням тиражів періодичних друкованих видань, змінами у вітчизняному телерадіопросторі, приватизацією та реприватизацією українських медіа, формуванням медіахолдингів та все більшою залежністю вітчизняних засобів масової інформації від великого капіталу.

Розділ 2

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ (1994–2004 рр.)

Створене наприкінці 1994 р. Міністерство у справах преси та інформації стало правонаступником ліквідованих Держкомвидаву та Держкомтаємниць, згідно з Положенням, затвердженим Указом Президента України від 2 січня 1995 р. № 9/95, усе ще «бере участь у виробленні державної політики у сфері преси, книговидання і книгорозповсюдження», але, разом з тим, є центральним органом державної виконавчої влади, який здійснює «створення і захист національного інформаційного простору, забезпечує інформаційну безпеку, сприяє підвищенню ролі засобів масової інформації у розбудові незалежної демократичної України, духовному відродженні народу України, розвитку суспільного життя» [108, с. 2].

3 січня 1995 р. Президент України Л. Кучма видав Указ із малозрозумілою назвою «Про вдосконалення системи управління державним телебаченням і радіомовленням України», яким було ліквідовано Укртелерадіокомпанію й відроджено Державний комітет телебачення і радіомовлення. Указом доручалося Кабінету Міністрів України утворити на базі Укртелерадіокомпанії обласні державні телерадіокомпанії, державну телерадіокомпанію «Крим», Київську та Севастопольську державні регіональні телерадіокомпанії, а також загальнонаціональні Національну телекомпанію України та Національну радіокомпанію України. Засновником усіх державних мовників мав виступати Держтелерадіо. За місяць уряд утворив ліквідаційну комісію Укртелерадіокомпанії, а з 1 червня Національна телекомпанія України почала діяти як юридична особа. В Указі Президента й Постанові уряду забули про «Укртелефільм», на базі якого існував канал УТ-2. Спроба інкорпорувати цю студію в структуру Національної телекомпанії провалилася через протести й саботаж з боку колективу [80, с. 14].

2 червня 1995 р. парламент ухвалив зміни до Закону про телебачення і радіомовлення, якими ввів поняття «суспільного мовлення». Під час обговорення депутати відкинули поняття «публічне» як незрозуміле загалом. Під суспільним мовленням закон розумів «мовлення на одному каналі мовлення за єдиною програмною концепцією,

що фінансується за рахунок держави (з правом на контрольний пакет акцій) та громадських об'єднань, телерадіоорганізацій, приватних осіб, частка участі кожного з яких не може перевищувати 10 відсотків».

Управління суспільним каналом мовлення мало здійснюватися громадською радою через уповноважений нею виконавчий орган. Рішення про створення телерадіоорганізацій суспільного мовлення повинна була ухвалити Верховна Рада України. Для мовлення мало бути виділено один із загальнонаціональних теле- та радіоканалів. Разом з тим зміни до закону зберігали державне мовлення – Національну телекомпанію та Національну радіокомпанію. Утім, цю редакцію ветував Президент, і лише після внесених змін, у лютому 1996 р., закон набув чинності [80, с. 15].

1995 р. став «стартовим» для багатьох українських телестудій, телекомпаній і продюсерських центрів, які виготовляли телепрограми, спочатку не претендуючи на окремих телеканал. З головних причин – не вистачало програмного продукту для того, аби цілком заповнити канал, та й вільних каналів не було. Отже, українське телебачення, у тому числі і комерційні канали, почали поступово розділятися на трансляторів («broadcasting») і виробників («production»).

7 серпня 1995 р. підписано угоду про співпрацю між Українським Телебаченням і «Студією 1+1». УТ-1 отримувало істотну допомогу в наповненні свого ефіру, а «Студія 1+1» – можливість через своє рекламне агентство розміщувати рекламу на першому каналі країни, який вона обіцяла зробити рейтинговим [137].

«Студія 1+1» була створена за участю холдингової компанії «Innova Group», заснованої в ФРН підприємцем Б. Фуксманом ще у 80-ті рр. До складу компанії входили різні підрозділи, кожен з яких займався окремим видом діяльності. Серед них була і компанія «Innova Film», що спеціалізувалася на виробництві фільмів і телевізійних програм, і взяла безпосередню участь у створенні нового телевізійного проєкту – «Студії 1+1».

Спочатку «Студія 1+1» отримала право на щоденне мовлення на каналі УТ-1 в обсязі двох з половиною годин. Однак поступово обсяги мовлення збільшувалися і виходили кількома блоками вранці, вдень і ввечері. Одним із завдань, яке ставила перед собою і Національна телекомпанія, і «Студія 1+1», було підвищення загального рейтингу непопулярного, але широкодоступного телеканалу і, як на-

слідок, можливість продажу рекламного часу за цінами, що діяли у більшості країн Європи.

У листопаді 1996 р. «Студія 1+1» отримала ліцензію на право мовлення на каналі УТ-2 і вийшла в ефір як повноцінна мовна компанія.

1 січня 1997 р., відразу ж після закінчення терміну контракту, укладеного з УТ-1, в ефірі з'явилися новинні блоки служби інформації «Студії 1+1» – проєкт «ТСН» (Телевізійна Служба Новин), а згодом інші проєкти – «Імперія ТВ», «Проти ночі», «Телеманія», «Пісня року», «Табу», «ПроСпорт», авторські програми: «П'ятий кут» В. Піховшика, «Післямова» О. Ткаченка і низка інших [137].

Починаючи з вересня 1995 р., «Вікна-новини» виходять у режимі щоденних випусків. До цього часу програма «Вікна» була інформаційно-аналітичним тижневиком на УТ-3. Через два роки, у 1997 р., на базі програми був створений телеканал СТБ.

Засноване М. Канішевським, Телевізійне інформаційне агентство «Вікна», з 1996 р. виготовляло інформаційні програми для кількох телевізійних каналів: «Інтер-вісті» для каналу «Інтер», «Вечірні вісті» для ICTV, «Вісті» для каналів УТ-2 і ТЕТ. А перший випуск авторської програми «Вісті тижня» був створений на замовлення телеканалу «Інтер» і 20 листопада 1996 р. відкривав сітку мовлення першого дня роботи каналу. Програма «Вісті тижня з Миколою Канішевським» виходила в ефір до вересня 2004 р., але вже на різних каналах: ICTV, ТЕТ, Першому Національному [137].

Коментуючи події того періоду, автор і ведучий інформаційної програми «Вікна» М. Канішевський, зокрема, стверджував: «У березні 1995 року, виходячи з того, що люди, які працюють у програмі «Вікна», ніде офіційно не працевлаштовані, виникла ідея зареєструвати приватне підприємство «Телевізійне інформаційне агентство «Вікна». Але на той час Микола Княжицький на кошти Фонду Сороса уже формував новий проєкт «Міжнародний Медіа-Центр (ММЦ)» зі своєю бухгалтерією і відділом кадрів. Тож підприємство залишалось «замороженим» до осені, коли я пішов з цього проєкту».

У грудні цього ж самого року в ТІА «Вікна» вкладає серйозні кошти голова правління «ПриватБанку» Сергій Тігілко, за які й формується потужна інформаційна структура. Перший інформаційний продукт агентства вийшов влітку наступного року на каналі УТ-2. Далі продовжилися партнерські стосунки з іншими телеканалами на

дуже різних умовах: десь ми просто мали безкоштовний ефір, десь ще й певний рекламний час. Платив реальні кошти за наші програми єдиний телеканал «Інтер» [Власне інтерв'ю].

17 вересня 1995 р. на каналі ICTV вперше вийшла в ефір створена продюсером О. Бригінцем програма «Територія А» з ведучою А. Рудницькою, ставши першим в історії українського телебачення щоденним всеукраїнським хіт-парадом відеокліпів виключно українських груп і виконавців. У програмі транслювалося по 10 відеокліпів, за які глядачі за допомогою листів віддавали свої голоси. У кінці тижня підбивали підсумки: хтось із виконавців отримував більше голосів і піднімався вгору чарту, а хтось вибував, звільняючи місце новачкам.

Ведуча програми «Територія А» у 1995–2005 роках А. Рудницька про початок проєкту зазначала: «Усе розпочалося з інформаційної телепрограми про мистецтво «Територія А», яка стартувала 17 березня 1995 року. До цього уже існувала «Мистецька агенція «Територія А», заснована ще у 1994 році та виходив інформаційний бюлетень, який розсилався усім найпопулярнішим всеукраїнським і регіональним медіа. Тож накопичився чималий обсяг інформації, яку телережисер УТ-1 Ніна Рудік запропонувала використати у телеформаті. Вона співпрацювала з каналом ICTV, з яким ми і домовились про щотижневу програму про мистецтво, яка включала блок новини, інтерв'ю з відомими митцями, мистецький телеаукціон, на якому реально можна було придбати художні роботи тощо.

За півроку виходу програми накопичилась величезна кількість музичного матеріалу, який було вирішено виділити в окремий проєкт «Хіт-парад «Території А», що вийшов в ефір 17 вересня 1995-го. А «Мистецька агенція «Територія А», до речі, зареєстрована 17 листопада 1994-го. Так число 17 стало для нас знаковим. У першому хіт-параді було всього п'ять кліпів. І коли ми стартували у щоденному форматі, запасу відеоматеріалу вистачало десь на два місяці.

За якийсь місяць-півтора листи уже приносили мішками. Рейтинги виконавців визначилися за підрахунком результатів листів та дзвінків до редакції. Ми почали розуміти, що видихаємось. Проте дуже швидко сформувався фан-клуб «Території А», згодом – фан-клуби в усіх регіонах. Вони брали участь у підрахунку голосів, слідували за рейтингами, приходили на усі концерти...» [Власне інтерв'ю].

Так стали популярними не тільки в Україні вітчизняні гурти і виконавці «Аква Віта», «ВАН-ГОГ», Юрко Юрченко, «Фантом 2», «Степ», «Грін Грей», «Made in Ukraine», Сестри Тельнюк, Оля Полякова, Ірина Білик, Олександр Пономарьов, Ані Лорак, Наталя Могилевська, Віктор Павлік, Жанна Боднарук, «Брати Гадюкіни», «Сестричка Віка», «Табула Раса», «Актус», Ольга Юнакова, «Чотири королі», В'ячеслав Хурсенко, Оксана Білозір, Павло Зібров, «Всяк випадок», Таїсія Повалій, Оксана Хожай, Михайло Поплавський, «Скрябін», «ТНМК», «Конгрес», «Піккардійська терція», «Немо», «The вйо», «Іграшки» та багато інших.

Згодом «Територія А» перетворилася з телепрограми в ціле агентство, яке займалося «народженням», розкручуванням і просуванням українських естрадних зірок. Програма проіснувала в ефірі телеканалу ICTV до кінця 2000 року, виходячи ще з червня по грудень 2005 року, але уже в ефірі державного каналу УТ-1 [137].

Ведуча програми «Територія А» у 1995–2005 роках А. Рудницька, зокрема, стверджує: «Ще видавали газету «Музичний тиждень», яка пакувалась у поліетиленову плівку і туди додавався диск у подарунок, який на той час нашим фанам не було на чому слухати. Вони їх просто колекціонували. Також певний час на телеканалі ICTV виходила телепрограма про театр «Ното ludens» (Людина, яка грає). Усі проекти були самоокупними. Канал надавав ефір і на початках забезпечував технікою. «Територію А» прибрали з ICTV коли змінився власник – українському власнику вітчизняний хіт-парад став не потрібен» [Власне інтерв'ю].

26 квітня 1996 р. новостворена компанія «Українська незалежна ТВ-корпорація» отримала ліцензію на право мовлення в мережі УТ-3, що виявила бажання створити телеканал «Інтер». Одним із співзасновників «Української Незалежної ТВ-корпорації» став російський канал «ОРТ», частка якого в українській компанії становила 29 %. Крім «ОРТ», в число засновників УНТК увійшли Асоціація ділового співробітництва і розвитку «Діловий світ», Фонд держмайна та «Фонд двохсотріччя О. С. Пушкіна». Генеральним директором компанії став О. Зінченко.

Основою концепції телеканалу «Інтер» був прокат в Україні програм і передач, що виходили на російському телеканалі «ОРТ». Таким чином, був знайдений варіант легального виходу із ситуації,

що склалася з трансляцією програм цієї російської компанії в Україні. Згодом «Інтер» став прибирати з ефіру програми «ОРТ», які раніше вважалися рейтинговими, наприклад, колись культову програму «Взгляд». Зняття її з ефіру «Інтера» керівництво каналу пояснило тим, що програма обговорює суто внутрішні російські проблеми. На цьому телеканалі з'являлися і зникали проекти, багато з яких народжували нових зірок телебачення і шоу-бізнесу, які потім продовжували жити своїм життям, зокрема «Прогноз погоди» з Р. Писанкою [137].

Восени 2000 р. телеканал оголосив про початок українізації свого ефіру. А з 30 грудня 2002 р., отримавши нову ліцензію, «Інтер» мовить на УТ-3 цілодобово. На сьогодні до складу групи «Інтер» входять канали К-1, К-2, НТН, Мега і MTV Україна.

2 червня 1997 р. в ефірі з'явився телеканал СТБ на 50-й частоті в Києві та низці дециметрових частот у багатьох інших містах України. Новий телеканал став піонером упровадження в Україні супутникових технологій. Власне, у компанії не було іншого виходу: всі існуючі в країні радіорелейні лінії були зайняті УТ-1, «1+1», «Інтером», ICTV. Тому СТБ вирішив «роздавати» свій сигнал через супутник: спочатку – «Інтелсат-604», а згодом – ізраїльський AMOS, де розцінки на оренду і технічні вимоги до приймальних антен були нижчими. У 2001 р. телеканал СТБ першим з українських ЗМІ, з ініціативи журналіста Р. Скрипіна, отримав домен в зоні «.ua» – stb.ua [137].

У 1995 р. було створено перший державний інтернет-ресурс – сайт Верховної Ради України (www.rada.kiev.ua), на якому можна побачити список українських інтернет-ресурсів того періоду. Це 29 київських сайтів, 5 одеських, 3 дніпропетровських, 13 харківських, 2 миколаївських, 11 львівських, 4 сімферопольських, 3 вінницьких, по одному сайту мали Донецьк, Івано-Франківськ, Ужгород, Чернівці, Хмельницький, Луцьк, Вінниця, Херсон і Тернопіль.

Належали вони, здебільшого, технічним, науковим організаціям, установам освіти або структурам державного управління [160]. Викликає цікавість ProMedia Information & Press Center, який містив інформацію про український медіасектор. На одній зі сторінок сайту розміщувалися п'ять розділів: інформаційні агентства, газети, журнали, телебачення і радіо. Всі вказані там ЗМІ не молодші 1995 р. заснування, це дає підстави вважати, що список саме того року і складався. Назви мережевих ЗМІ не позначаються взагалі, тож їх іще не було.

Однак за інформацією, яку сьогодні неможливо перевірити, перша вітчизняна електронна газета «ELVisti.info» виникла ще в 1994 р. і яка поширювалась у вигляді Usenet-конференцій (групи новин). А у 1996 р. з'явився інтернет-журнал «Одесса», хоч і не окремим сайтом, а окремими сторінками на расо.net (цей портал – «Ваш маяк в море Інтернет» – сьогодні не працює, але можна знайти його старі вебсторінки) [159, с. 26–27].

Відомо, що журналісти львівського «Радіо Люкс» у 1996–1997 рр. готували добірки новин для вебмережі для одного з найстаріших сайтів Уанету www.ukrainet.lviv.ua. Це домашня сторінка фірми The System Development Approach Technologies (SDA), яка велася англійською мовою. Досить яскравий приклад специфічного для інтернету явища – перехідна форма від сайту суто технічного, присвяченого інтернетно-комп'ютерній тематиці, до онлайнного видання з новинами. Тут із 1995 р. навіть подавалися українські новини культури. Саме цей факт, на переконання вітчизняної дослідниці М. Чабаненко, слід вважати початком інтернет-журналістики в Україні [160].

У січні 1997 р. вже мало представництво в інтернет-мережі київське «Гала Радіо». На його старому сайті <http://www.galaradio.com.ua/> написано: «The first Ukrainian commercial station on your FM dial and on the Internet!». (Сайт <http://www.galaradio.com/> з'явився пізніше – у квітні 1998 р.) Із жовтня 1997 р. працює сайт «Дайджест новин» (виключно онлайнне видання), розташований за адресою <http://www.news.lviv.net/> [160].

28 червня 1996 р. Верховною Радою України було прийнято першу в українській новітній історії Конституцію незалежної України, яка остаточно закріпила правові основи нашої держави, її суверенітет і територіальну цілісність. Конституція складається з Преамбули, 15 розділів, 161 статті й 14 пунктів Перехідних положень. Прийняття Конституції, завдяки політичному компромісу, внесло певну стабільність у політичне життя українського суспільства, законодавчо розмежувавши права й обов'язки різних гілок влади, політичних партій і громадських організацій. День 28 червня став державним святом України і відзначається щороку [93].

За даними Мінпресінформу, на 1 січня 1996 р. в Україні було зареєстровано вже 4824 періодичні друковані видання, з яких:

3638 газет, 881 журнал, 125 бюлетенів, 43 альманахи, 107 збірників, 27 додатків та три календарі [4, с. 1]. У своїй доповіді на науково-практичній конференції «Преса і книговидання – важливі складові інформаційної системи держави» Міністр у справах преси та інформації М. Онуфрійчук визначав одним із основних напрямів державної політики у сфері формування національного інформаційного простору – зміцнення правових, фінансово-економічних і матеріально-технічних основ інформаційної діяльності [79, с. 8].

Уперше на рівні міністра озвучена необхідність прийняття Закону України «Про національний інформаційний простір», який, поряд із теоретичними дефініціями, чітко визначив би гарантії прав виробників та споживачів інформаційної продукції в Україні, основні напрями державної політики у сфері національного інформаційного простору та інші актуальні питання [79, с. 10].

25 серпня 1996 р. Указом Президента України «Про грошову реформу в Україні» введено в обіг нову валюту України – гривню. Українські карбованці протягом двох тижнів (із 2 по 16 вересня) поступово вилучалися з обігу та обмінювалися на гривні за курсом 100 000 карбованців за 1 гривню. З 17 вересня 1996 р. єдиним законним засобом платежу в Україні стали гривня та її розмінна монета – копійка [27].

Указами Президента України «Про зміни в системі центральних органів виконавчої влади України» від 25 липня 1996 р. № 596/96 та «Про Міністерство інформації України» від 13 листопада 1996 р. № 1061/96 правонаступником ліквідованого Мінпресінформу стало Міністерство інформації України, якому підпорядковувалися Державний комітет телебачення і радіомовлення України (Держтелерадіо), Державне інформаційне агентство України (ДІНАУ), Комітет у справах преси та інформаційних комунікацій при Раді Міністрів АР Крим (яке не підпорядковувалось Мінпресінформу України), комітети інформації обласних держадміністрацій. Керівником новоствореного міністерства став З. Кулик.

У сфері управління Мінінформу на 1 січня 1997 р. була 61 організація, зокрема державні видавництва, поліграфічні підприємства, оптові підприємства матеріально-технічного постачання, книгорозповсюдження, науково-дослідні інститути та інші організації загальною чисельністю понад 12 тис. працівників. Указом Пре-

зидента України № 160/97 «Питання Міністерства інформації України» від 19 лютого 1997 р. затверджено Положення про Міністерство інформації України [84].

Указом Президента України від 30 серпня 1996 р. № 772 відповідно до ст. 107 Конституції України утворено Раду національної безпеки і оборони України – постійно діючий конституційний орган з питань координації та контролю діяльності органів виконавчої влади у сфері національної безпеки і оборони. Раду національної безпеки і оборони України утворено замість Ради оборони України та Ради національної безпеки України, які працювали в період з 1991 до 1996 р. [49].

Варто зазначити, що проблеми інформаційної політики є й в юрисдикції Ради національної безпеки і оборони України. Відповідно до Указу Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 17 червня 1997 р. «Про невідкладні заходи щодо впорядкування системи здійснення державної інформаційної політики та удосконалення державного регулювання інформаційних відносин» Кабінет Міністрів України, Міністерство інформації та Національна рада з питань телебачення і радіомовлення починають відпрацьовувати стратегічні напрями і цілі державної інформаційної політики [112]. Зокрема, уперше було поставлене завдання розробити і затвердити державну програму реалізації інформаційної політики та розвитку національного інформаційного простору з урахуванням соціально-економічного, науково-технічного і промислово-виробничого потенціалу держави, її матеріально-технічних, трудових та інформаційних ресурсів; розрахувати обсяги фінансування, необхідні для реалізації цієї програми, передбачити частину витрат за рахунок державних коштів та включити відповідні витрати до Державного бюджету України на 1998 рік.

17 квітня 1997 р. розпочав свою роботу Конституційний Суд України. Він почав розглядати питання відповідності Конституції законів та інших правових актів Верховної Ради, указів Президента, постанов і розпоряджень Кабінету Міністрів, актів Верховної Ради Автономної Республіки Крим. У законодавчому порядку була врегульована діяльність Вищої ради юстиції, Уповноваженого Верховної Ради з прав людини. 17 липня 1997 р. Україна ратифікувала Конвенцію про захист прав і основних свобод людини. На основі Конвенції

українські громадяни отримали право звертатися до Європейського суду з прав людини [85].

Згідно з даними комп'ютерного банку Міністерства інформації, наприкінці 1997 р. в Україні було зареєстровано 5700 періодичних друкованих видань. Із них 3645 видань із місцевою сферою розповсюдження – дві третини загальної кількості. Переважна більшість (72,4 %) – газети, решта – журнали та видання журнального типу. Серед засновників нових видань лідирували комерційні структури та приватні особи [69, с. 7]. Це зумовлено ще й тим, що свідоцтво Мінінформу про реєстрацію періодичного друкованого ЗМІ не надавало (і не надає) права юридичної особи. Відтак, щоб відкрити власний рахунок і набути юридичної самостійності, редакції необхідно пройти реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності.

Фахівці Мінінформу виявили серйозні зміни, що відбулися і в телерадіоінформаційному просторі держави. З майже 500 теле- і радіоорганізацій лише 28 – державних, з яких 26 – обласні й регіональні. Структурувалися три загальнонаціональні телеканали і український телефір поділили три незалежні одна від одної структури: перший канал – УТ-1, другий – «Студія 1+1», третій – «Інтер» [69, с. 11]. Національна радіокомпанія України в 1997 р. транслювала три диференційовані за формою і змістом програми внутрішнього мовлення та передачі Всесвітньої служби українського радіо загальним обсягом 94,5 години на добу.

Всесвітня служба радіо України – державний радіоканал для інформування світової громадськості про внутрішню і зовнішню політику України та задоволення інформаційних потреб українців за кордоном вела передачі українською, англійською, німецькою та румунською мовами загальним обсягом 31,8 години на добу [69, с. 14–15].

З 1997 р. започатковано практику проведення у Верховній Раді України парламентських слухань «Свобода слова в Україні: стан, проблеми, перспективи» за участю народних депутатів України, представників органів державної виконавчої влади, місцевого самоврядування, творчих спілок та інших громадських організацій, працівників засобів масової інформації та науковців. Уже в рекомендаціях перших парламентських слухань ідеться про «факти відкритого ігнорування і порушення законів, існування цензури (відкритої і прихованої), яка спрямовується не на захист основоположних дер-

жавних інтересів, а на захист інтересів та іміджу окремих політичних сил та політиків [132, с. 4].

Законом України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» від 23 вересня 1997 р. визначено правові засади новоствореного державного регулятора як «конституційного, постійно діючого, колегіального, наглядового та регулюючого державного органу в галузі телерадіомовлення» [3, с. 125]. Саме на Національну раду, згідно із Законом, покладено відповідальність за «розробку та реалізацію Плану розвитку телерадіоінформаційного простору, впровадження нових технологій і проведення досліджень щодо користування радіочастотним ресурсом» [3, с. 137].

5 листопада 1997 р. набув чинності прийнятий у липні 1997 р. Верховною Радою України Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» та розпочалося становлення інституту суспільного мовлення в Україні, визначене Законом як «телерадіоорганізація зі статусом єдиної загальнонаціональної неподільної і неприбуткової системи масової комунікації, яка є об'єктом права власності Українського народу і діє згідно з єдиною програмною концепцією» [115]. 21 листопада 1997 р. Верховна Рада України прийняла Постанову «Про створення телерадіоорганізації суспільного мовлення України» [116, с. 51], що включала в себе «Програмну концепцію Суспільного телерадіомовлення», якою передбачалося надання акціонерному товариству «Громадське Українське радіо і телебачення (ГУРТ)» статусу телерадіоорганізації Суспільного мовлення України, виділення 50 % ефірного часу на каналах УТ–2 і УТ–3 та 25 % – під передачі державних і фінансованих державою регіональних компаній. Кабінету Міністрів України доручалося надати телерадіокомпанії технічні засоби для передачі її програм.

15 січня 1998 р. Верховна Рада утворила громадську раду суспільного мовлення, а також доручила профільному комітету підготувати й подати на розгляд парламенту проект Статуту Суспільного телебачення і радіомовлення України. До складу громадської ради увійшли 39 представників партій, спілок, органів державної влади.

Наприкінці січня 1998 р. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення відмовила «ГУРТ» у видачі ліцензії, а уряд знайшов підстави для блокування бюджетного фінансування телерадіокомпанії, яка так і не розпочала ефірного мовлення.

Рада Європи неодноразово і безуспішно намагалася вплинути на процес запровадження суспільного мовлення в Україні, зокрема Резолюцією 1239 (2001 р.) «Про свободу вираження думок і функціонування парламентської демократії в Україні» та Рекомендацією № 1513 (2001 р.) «Про дотримання Україною своїх зобов'язань» [39].

Упродовж 1997–1998 рр. українські ЗМІ починають відкривати власні інтернет-сайти, зокрема: всеукраїнські друковані видання «День», «Дзеркало тижня», «Сьогодні»; львівська газета «Поступ», хмельницька газета «Проскурів», журнал «СНІР»; електронні медіа, зокрема, УТ-1, телекомпанія «TONIS», черкаська телекомпанія «Альт», дніпропетровський «11 канал»; київське «Гала-радіо», дніпропетровська радіостанція «Міх»; а також інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна» [159, с. 26–27].

Сайт газети «Дзеркало тижня» унікальний тим, що на ньому зберігаються матеріали з жовтня 1994 р. Це видання справді одне з перших в українському сегменті вебмереж повну електронну версію має з лютого 1997 р. (спочатку це був сайт mirror.kiev.ua, потім, у грудні 2000-го, його змінив zerkalo-nedeli.com, а в 2007 році – zn.ua). Також із лютого 1997 р. виходить і електронна версія газети «День» [160].

У тому ж самому 1998 р. інтернет-провайдер «ЕЛВІСТІ» загнував так званий «Веб-сервер Української преси UAMedia.visti.net». До проекту долучилися 14 відомих друкованих видань, зокрема: «Урядовий кур'єр», «Україна молода», «Голос України», «Молодь України», «Київська правда», «Сільські вісті», «Робітнича газета», «Жінка», «Україна», телеканал «Тоніс» та інформагентство «Укрінформ», завдяки якому кожен отримав свою сторінку в інтернеті.

З 1999 р. в Україні виникають перші суто мережеві видання – «UAToday» uatoday.net і «Електронні вісті» elvisti.com. Цікаво, що замість «UAToday», який уже давно не працює, згодом з'явилося щонайменше три інтернет-видання з подібними назвами: «Україна сьогодні» (uatoday.com), «Україна сьогодні» (uatoday.org.ua) та «Сьогодні в Україні» (uatoday.com.ua). Тоді ж засновані вебсайти газети «Факти і коментарі», радіостанції «Люкс-FM», харківської телекомпанії «Приват-TV», львівський портал «InterNetri». З цього ж самого 1999 р. існує сайт «Автомобільний портал» (autocentre.ua), який публікує матеріали журналів «Автоцентр», «Автобазар», «Коммерческие автомобили», «Звук и тонинг».

Перші вітчизняні інтернет-ЗМІ, порівняно із сучасними, були примітивними щодо дизайну, способів подачі інформації і роботи з аудиторією. Сайти друкованих видань фактично повторювали паперові версії на моніторі комп'ютерів. У 1990-х рр. журналісти традиційних українських медіа ще не надавали особливого значення інтернету, сприймали його як андеграунд медіа-сфери. Разом з тим створення власного вебсайту кожна редакція розцінювала і як данину моді, і як престижний спосіб самореклами [159, с. 28].

У 1994–1998 рр. в Україні з'явилася низка ділових видань, зокрема журнал «Компаньйон», газети «Деловая неделя», «Украинская инвестиционная газета», «Дело» та досить активно почала розвиватися регіональна бізнес-преса. Однак фінансово-економічна криза 1998 р. достатньо сильно позначилася на українському інформаційному ринку, який щойно почав ставати на ноги. У результаті видання «Деловая неделя» і «Дело» перестали виходити взагалі, а інші видання були змушені різко скоротити свої видатки [58, с. 161].

Водночас у цей період, на думку вітчизняних дослідників та експертів, на інформаційний простір в Україні переважно впливала політична конкуренція між Президентом (урядом) та українським парламентом, а точніше між Президентом та опозицією в парламенті [15, с. 8].

У березні 1995 р. народний депутат І. Макар заснував газету «Опозиція» і став її головним редактором. У виданні він публікував свої позови проти влади за державну зраду і розкрадання державного майна та статті. Кожен номер газети доводилося друкувати в іншій друкарні, деякі – взагалі таємно. Зрештою під новий 1996 р. увесь тираж чергового номера був знищений у видавництві «Київська правда». Приводом, за формулюваннями судової справи, став наклеп у газеті на Президента України Л. Кучму та на главу Адміністрації Президента України Д. Табачника. На першій шпальті видання була розміщена карикатура, на якій зображувалися президент та глава його адміністрації.

Наприкінці 1995 р. проти І. Макара була порушена карна справа, у нього провели обшук, вилучили комп'ютер. Через рік після реєстрації газету, у яку Макар вклав усі свої статки, закрили. Вироком Ватутінського районного суду м. Києва від 27 червня 1996 р. І. Макар був засуджений на 2 роки позбавлення волі з відстроченням виконання на два роки.

Інші видання подібного гатунку, незважаючи на судові рішення, владою не реєструвалися. А газету «Опозиція», реєстрацію якої поновив Верховний Суд України у 2003 р., Мін'юст відмовився вносити до Єдиного реєстру друкованих ЗМІ, що не дало можливості поновити її випуск [77].

У березні 1998 р. в Україні відбулися вибори до Верховної Ради України III скликання, вперше в історії українського парламентаризму – за мажоритарно-пропорційною схемою: по 225 депутатів за партійними списками та мажоритарними округами. За результатами народного волевиявлення з 30 партій-кандидатів бар'єр у чотири відсотки подолали вісім політичних сил, з яких жодна не отримала більшості в парламенті [13].

З 1 січня 1998 р. формально вступив у дію Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціального захист журналістів» [47, с. 138–148]. Згідно з досягнутим компромісом (два президентські вето на прийняття Закону), Кабінет Міністрів України нормативним урядовим актом мав визначити механізм, методіку та порядок реалізації положень і норм Закону. Проте голова Комітету з питань свободи слова та інформації Верховної Ради України І. Чиж у вересні 1998 р. констатує відсутність невідкладних підзаконних нормативних рішень українського уряду та звинувачує Міністерство інформації України в репресивних діях проти вітчизняних ЗМІ, зокрема зупинці друку газети «Правда України» наказом міністра З. Кулика від 28 січня 1998 р. № 7 [162, с. 4]. Таке відкрите протистояння частково пояснювалося загостренням політичної боротьби в Україні у зв'язку з наближенням чергових президентських виборів.

Напередодні президентських виборів, 24 серпня, у День незалежності, на Черкащині, у Каневі чотири опозиційні політики оголосили про створення першої в історії незалежної України політичної коаліції – «Канівської четвірки». До її складу увійшли депутати, які мали політичний досвід і були опозиційно налаштовані до влади: Голова Верховної Ради України О. Ткаченко, колишній Голова Верховної Ради України О. Мороз, колишній Прем'єр-міністр України Є. Марчук та мер Черкас В. Олійник [53].

Згідно з домовленостями учасників вони мали висунути від «четвірки» одного кандидата. Проте вже після того, як єдиним кандидатом було оголошено Є. Марчука, О. Мороз публічно відмовився

від домовленостей і на Президентські вибори пішов самостійно. Напередодні виборів О. Ткаченко зняв свою кандидатуру на користь лідера Компартії України П. Симоненка, а 27 жовтня В. Олійник зняв свою кандидатуру на користь Є. Марчука.

У підсумку на виборах Президента України восени 1999 р. жоден із учасників четвірки не зміг вийти в другий тур. Мороз став третім, Марчук – п'ятим [53].

За результатами другого туру перегонів 14 листопада 1999 р. Президентом України вдруге було обрано Л. Кучму, за якого проголосувало 56,2 % виборців. Вважається, що у другому турі українці діяли за принципом «з двох бід вибрати меншу», боячись повернення до влади комуністів. Тому більшість виборців голосували не за Л. Кучму, а проти лідера українських комуністів П. Симоненка [13].

Після президентських виборів Міністерство інформації було ліквідовано й натомість утворено Державний комітет інформаційної політики. У 2000 р. Президент України Л. Кучма об'єднав комітети й утворив Державний комітет інформаційної політики, телебачення і радіомовлення, що в 2003 р. знову став Держкомтелерадіо внаслідок рішення Конституційного суду, який прийняв рішення, що назва має відповідати зазначеній у Конституції України [80, с. 19].

19 жовтня 2000 р. парламентом ухвалено в цілому законопроект про створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України. Та 20 листопада Президент України скористався правом вето щодо цього проекту, аргументуючи тим, що Закон про телебачення і радіомовлення передбачає «функціонування суспільного телерадіомовлення поряд, а не замість національних теле- і радіокомпаній, інших державних телерадіоорганізацій, що є рівноправними складовими системи національного телебачення і радіомовлення» [80, с. 19].

На початку 2000 р. у Верховній Раді України утворюється пропрезидентська парламентська більшість, яку склали групи депутатів під керівництвом так званих олігархів – людей, які контролюють не тільки фінансово-промислові та політичні, а й медіаресурси. Ліва опозиція втратила останні владні важелі (місця в керівництві Верховної Ради, посади голів парламентських комітетів тощо), а відтак доступ до ЗМІ лівої опозиції став мінімальним. Тому ще з 1999 р. з боку вітчизняних та міжнародних правозахисних організацій лунає серйозна критика на адресу української влади в тому, що в країні на-

лежним чином не виконуються норми Конституції та законодавства України, що стосуються свободи слова, а незалежна міжнародна організація «Комітет із захисту журналістів» (США) взагалі назвала керівництво України серед десяти найбільших ворогів преси [15, с. 8].

Практична відсутність опозиції стосується не тільки загальнодержавного рівня. Домінування одного владного (фінансово-промислового) угруповання, яке контролює або ж впливає практично на весь місцевий бізнес, відзначається експертами у більшості регіонів України.

В окремих областях міжрегіональні політично-бізнесові групи намагаються змагатися із місцевими, тож саме через це змагання медіаексперти відносно високо оцінювали умовний рівень свободи слова, зокрема в Криму, Запорізькій та Черкаській областях. Цікавим прикладом того часу був конфлікт між губернатором Одеської області і мером в Одесі, що давало змогу місцевим масмедіа вести себе відносно незалежно, або, принаймні, ставати на бік однієї із сторін [15, с. 9].

З 2000 р. в Україні стрімко зростає кількість вебсайтів традиційних ЗМІ, наприклад телеканалів «Магнолія-ТБ», «СТБ», газети «Кіевській Телеграф», журналів «Корреспондент» і «Телекритика» та нових інтернет-видань, зокрема «Українська правда», «proUA», «UAportal», «ForUm» і багато інших. Загалом цей період різко відрізняється від попереднього саме неухильним зростанням кількості вебресурсів. У 2002 р., коли відзначали десятиріччя домену UA, в його зоні вже було зареєстровано понад 100 тис. доменних імен. 23 жовтня 2001 р. газеті «Бізнес» київського видавництва «Бліц-Інформ» була делегована перша в Україні вебадреса типу firma.ua – business.ua [159, с. 29].

17 квітня 2000 р. в інтернеті з'явилося видання «Українська правда», засноване Г. Гонгадзе та О. Притулою. Проект запрацював на наступний день після проведення ініційованого Президентом України Л. Кучмою Всеукраїнського референдуму 16 квітня 2000 р. – опитування думки громадян України з приводу реформації системи державного управління [23].

За твердженням О. Притули, ідея створення інтернет-видання виникла в грудні 1999 р. під час їхнього перебування у Вашингтоні (США). Метою поїздки було донести до світової громадськості, що українська влада систематично тисне на засоби масової інформації,

заявляє незалежних журналістів, а державний контроль за засобами масової інформації позначається на доступі до об'єктивної інформації.

Український опозиційний журналіст, засновник та перший головний редактор видання «Українська правда» Георгій Гонгадзе зник 16 вересня 2000 р. Близько 22:30 він пішов з роботи, але вдома так і не з'явився. Це викликало велике занепокоєння не лише в його родичів і друзів, а й серед політиків і журналістів [147]. 2 листопада в лісі біля Тараші було знайдено обезголовлене тіло. Дружина і друзі впізнали в ньому Гонгадзе, але остаточного висновку експертизи не було.

На той час інтернет ще не став популярним видом медіа. Тому, за словами О. Притули, на початку вересня 2000 р. (перед зникненням Г. Гонгадзе) сервер «УП» щодня відвідувало лише 3 тис. користувачів, і тільки після початку популярності видання неймовірно зросла (19 грудня 2000 р. було зафіксовано 80 тис. відвідувачів) [23].

28 листопада 2000 р., через два місяці після зникнення Гонгадзе, лідер Соціалістичної партії України, народний депутат О. Мороз поінформував Парламент і журналістів про те, що він володіє таємними записами розмов Президента Л. Кучми та високопоставлених урядових чиновників, які проливають світло на вбивство Гонгадзе. 3 15 грудня 2000 р. в Києві починаються акції протесту з нагоди трьох місяців із дня зникнення Г. Гонгадзе, які 19 грудня переростають в акцію «Україна без Кучми» [8].

Міжнародного розголосу набули парламентські слухання «Проблеми інформаційної діяльності, свободи слова, дотримання законності та стану інформаційної безпеки України», проведені 16 січня 2001 р. за участю спостерігачів моніторингового комітету Ради Європи із забезпечення прав людини. Постановою Верховної Ради України про підсумки цих парламентських слухань «визнано незадовільним стан справ у сфері забезпечення діяльності засобів масової інформації, свободи слова і дотримання прав громадян на вільний доступ до інформації» [120, с. 178].

27 лютого 2001 р. Генпрокуратура України визнала факт смерті Гонгадзе і порушила справу за статтею «Умисне вбивство». У вересні 2002 р. ГПУ визнала, що тіло, знайдене в лісі, належить зниклому журналісту.

2 вересня 2002 р. Тимчасова слідча комісія Верховної Ради України на основі зібраних нею на той час матеріалів звернулась до

Генеральної прокуратури України з вимогою порушити кримінальну справу проти Президента України Л. Кучми, Голови Верховної Ради України В. Литвина, колишнього Міністра внутрішніх справ України Ю. Кравченка, народного депутата України Л. Деркача за співучасть в організації викрадення Г. Гонгадзе. 19 жовтня 2002 р. на підставі одержаних від групи опозиційних депутатів матеріалів суддя Апеляційного суду м. Києва Ю. Василенко порушив кримінальну справу проти президента України Л. Кучми за 11-ма статтями Кримінального кодексу України [8].

Генеральна прокуратура України, нехтуючи вимогами Конституції, Кримінального та Кримінально-процесуального кодексів, проігнорувала звернення Тимчасової слідчої комісії та оскаржила порушення кримінальної справи проти Президента України у Верховному Суді України, який зняв її з розгляду [8].

22 жовтня 2003 р. тодішній генеральний прокурор С. Піскун підписав ордер на арешт генерала міліції О. Пукача, якого підозрювали у вбивстві Гонгадзе, й оголосив, що розслідування наближається до завершення. Генерала затримали в його робочому кабінеті і пред'явили звинувачення в зловживанні владою. 29 жовтня Президент України Л. Кучма звільнив С. Піскуна і В. Шокіна. Склад слідчої групи змінили. О. Пукач у листопаді 2003 р. рішенням Апеляційного суду Києва був випущений з-під арешту на підписку про невиїзд і сховався від слідства [147].

У відповідь на загрозу ситуації, зумовлену запровадженням політичною цензурою, на парламентських слуханнях «Суспільство, ЗМІ, влада: свобода слова і цензура в Україні» у грудні 2002 р. запропоновано запровадження в Україні парламентського Уповноваженого зі свободи слова. А парламентські слухання «Стратегія розвитку телерадіоінформаційного простору України» в грудні 2003 р. розглянули перспективи діяльності Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, визначили принципово нову законодавчу модель управління інформаційною галуззю у світлі вимог інформаційного суспільства та європейського вибору України [45, с. 13].

Незавершеність приватизації, а часом фактична реприватизація масмедіа (особливо на регіональному рівні) не сприяла і побудові ефективної комерційної моделі масмедіа в Україні. Переважна більшість дослідників зійшлася на тому, що за будь-яких обставин

редакція видання чи телеканалу насамперед залежала від інвесторів, а вже потім – від органів державної влади.

Водночас усі інвестори пов'язані інтересами саме з державною виконавчою владою або ж певною мірою залежать від неї. Українські громадяни, не маючи змоги платити реальну ціну за медійні послуги, не мали жодних реальних важелів, щоб впливати на редакційну політику вітчизняних ЗМІ, а відтак – на повноту, достовірність, об'єктивність та якість інформації.

Вітчизняні та зарубіжні експерти характеризують цей період створенням коаліцій великого бізнесу та початком «великої приватизації», а отже, керуючись новими стратегічними завданнями, бізнес-групи націлюються на підпорядкування медіаполя та використання масмедіа у власних інтересах [15, с. 5].

Тотальний контроль, здійснюваний Адміністрацією Президента України над всіма органами виконавчої влади, включаючи силові відомства та судову систему, породжував відчуття всюдозволеності та безкарності. Як результат, поширення в країні практики зловживання владними повноваженнями, придушення демократії шляхом обмеження свободи ЗМІ, жорстоких переслідувань опозиційних політиків і журналістів, заохочення корупції, використання адмінресурсу під час президентських виборів та фальсифікація їхніх результатів тощо [8].

Неспроможність чи небажання влади з'ясувати всі обставини «касетного скандалу», зокрема провести об'єктивне розслідування справи Г. Гонгадзе, нехтування Адміністрацією Президента принципами демократії, системне поширення корупції становили загрозу національній безпеці, негативно позначались на якості життя в країні, гальмували нормальний цивілізаційний розвиток України як держави європейського типу і наражали її на різку критику з боку світового співтовариства. Питання порушень демократії та прав людини в Україні впродовж 2000–2004 рр. стало предметом численних резолюцій авторитетних міжнародних організацій, зокрема таких як Рада Європи, Євросоюз, НАТО, ОБСЄ та їхніх держав-членів. Це спричиняло серйозні політичні та іміджеві втрати держави, політично відповідальним за які був як Президент, так і посадові особи з його найближчого оточення [8].

Хоча Парламентська Асамблея Ради Європи визнала, що протягом останніх 10 років Україна вжила різних заходів, спрямованих

на забезпечення прав людини й основних свобод, у тому числі у сфері свободи вираження поглядів, вона стурбована залякуваннями, неодноразовими нападками й убивствами журналістів в Україні, а також частими зловживаннями з боку влади в особі уповноважених державних органів України стосовно свободи вираження поглядів.

Заходи, що вживалися органами влади України й Верховною Радою України (парламентом) для розслідування справи зникнення журналіста Г. Гонгадзе, та їхні намагання належним чином оцінити дії всіх зацікавлених сторін, слід розглядати як випробування для свободи вираження поглядів і функціонування парламентської демократії в Україні. Тож Асамблея висловила свою стурбованість з приводу того, що Генеральна прокуратура України затягнула розслідування цієї справи. Різні результати розслідування, одержані Генеральною прокуратурою та тимчасовою комісією Верховної Ради, призвели до кризи довіри між виконавчою владою й парламентом України [130].

Завершенням цього періоду розвитку національного інформаційного простору стало висвітлення у вітчизняних засобах масової інформації президентських виборів у жовтні–грудні 2004 р. та «Помаранчева революція» – кампанія протестів, мітингів, страйків та інших актів громадянської непокорності в Україні.

За експертними оцінками Місії Організації з безпеки і співробітництва в Європі і Бюро демократичних інститутів та прав людини (ОБСЄ/БДІПЛ) зі спостереження за виборами, на цей момент в Україні було зареєстровано близько 1200 теле- і радіокомпаній та 15000 друкованих видань. Найважливішим і найвпливовішим джерелом новин та інформації Місія вважала телебачення, зауважуючи, що загальнодержавне покриття мав лише один державний телеканал УТ-1. Два найбільші приватні телеканали «1+1» та «Інтер» транслювалися на близько 95 % території України. 44 інші важливі приватні телеканали, зокрема, «ICTV», «СТБ», «Новий канал», «ТРК Україна» (з головним офісом у Донецьку) транслювалися у великих містах, а опозиційний «5 канал» охоплював приблизно 35–40 % країни. Майже всі регіони мали регіональні телеканали. Існувала також велика кількість державних та приватних друкованих засобів масової інформації, які здебільшого розповсюджувалися у містах і надавали читачам різні точки зору [14, с. 24].

У Заключному звіті Місії ОБСЄ/БДПІЛ зі спостереження за виборами висловлювалася стурбованість щодо жорсткого контролю за політичним змістом новин на основних телевізійних каналах через випуск так званих «темників», які містили вказівки редакторам щодо подій: як їх висвітлювати, які події замовчувати. Стверджувалося, що темники, які почали з'являтися після парламентських виборів 2002 р., видавалися державними органами. Темники обмежували доступ громадськості до збалансованої інформації і, фактично, були своєрідною формою цензури, забороненої ст. 15 Конституції України [14, с. 25].

Хоча Місія не мала змоги перевірити твердження про те, що темники видавалися органами державної влади, вона провела детальний аналіз новин у праймтайм, присвячених подіям всередині країни на УТ-1, «Інтері» та «1+1» до першого туру виборів. Цей аналіз виявив, що майже 43 % новин подавалися в підозріло подібній манері. Це поставило під сумнів редакційну свободу цих каналів і стало однією з причин протестів журналістів [14, с. 25].

До першого і другого турів голосування до спостерігачів надходила інформація про те, що незалежні ЗМІ, особливо в регіонах, стикалися з низкою перешкод, у тому числі з проблемами щодо друку й розповсюдження продукції, а також з випадками серйозного залякування. За інформацією спостерігачів, перед першим туром виборів у 16-ти областях деяким кандидатам було відмовлено в доступі до місцевих засобів масової інформації. В 11-ти областях мали місце твердження про перешкоджання діяльності проопозиційних ЗМІ з боку місцевих органів влади. У 21 області повідомлялося про упередженість місцевих засобів масової інформації [14, с. 28–29].

Головний редактор газети «Урядовий кур'єр» у 1990–2008 рр. М. Сорока, зокрема, стверджував: «Кандидат у президенти Віктор Янукович був діючим прем'єр-міністром, навіть формально не оформивши відпустки... Урядова газета офіційно виділила четверту сторінку для оприлюднення передвиборчих програм претендентів. Але програма кандидата Януковича складалася з двох частин: власне із самої програми і з концентрованого негативу та «обливання брудом» свого опонента. І насилу вдалося переконати керівника його передвиборчого штабу Степана Гавриша не друкувати другу частину в «Урядовому кур'єрі», як це під тиском зробили окремі регіональні видання...» [Власне інтерв'ю].

25 жовтня 2004 р. працівники «5-го каналу» розпочали страйк з голодуванням, вимагаючи, щоб влада перестала переслідувати їхній канал і щоб суди скасували свої рішення. Страйк із голодуванням було припинено 2 листопада, після того, як усі їхні вимоги було задоволено.

28 жовтня понад 40 журналістів телевізійних каналів «Інтер», «ICTV», «Новий канал» та «НТН» підписали заяву проти цензури на їхніх телевізійних каналах, звинувативши владу, деяких власників та менеджерів телеканалів у тому, що вони «прагнуть замовчувати важливі події або перекручують їх сутність». З подібних причин звільнилися сім журналістів із телеканалу «1+1». До кінця листопада цю заяву підписали 346 журналістів із різних телеканалів. Ще 13 журналістів програми новин УТ-1 підготували проєкт «Угоди про редакторську політику», спрямованої на забезпечення повного, точного та збалансованого висвітлення новин й обмеження тиску на журналістів чи керівництво телекомпанії. Проте керівництво телекомпанії відмовилося підписати цей документ [14, с. 25–26].

23 листопада 2004 р., через два дні після другого туру президентських виборів, у містах Західної України, Києві й низці інших міст і обласних центрів почалися масові мітинги в підтримку кандидата від опозиції. Основною ареною народного невдоволення став Майдан Незалежності, де зібралося, за різними оцінками, від 100 до 500 тис. протестувальників з усієї країни [87].

25 листопада Верховний Суд України заборонив друкувати офіційні результати виборів, а 27 листопада Верховна Рада України визнала результати виборів недійсними і оголосила недовіру ЦВК.

3 грудня Верховний Суд України після багатоденного обговорення визнав численні факти порушення законів і Конституції України під час виборів, результати другого туру голосування були оголошені недійсними і призначено повторне голосування. Для його проведення 8 грудня Верховна Рада України змінила склад Центральної виборчої комісії й прийняла виправлення до закону про вибори президента з метою перекрити основні канали фальсифікації виборів. У пакеті з ними була затверджена Конституційна реформа, що обмежує владу президента України й передає частину його повноважень Кабінету Міністрів і парламенту.

У процесі повторного голосування, проведеного 26 грудня 2004 р., з результатом 51,99 % переміг В. Ющенко (Віктор Яну-

кович набрав 44,20 % голосів). Спроба прихильників Януковича опротестувати результати повторно проведеного другого туру виборів не принесла результатів, і ще до закінчення судового засідання В. Ющенко був офіційно визнаний обраним Президентом України в публікації «Урядового кур'єра» (що означає офіційне закінчення виборів). 23 січня 2005 р. В. Ющенко офіційно склав присягу і вступив на посаду Президента України [87].

На переконання головного редактора газети «Урядовий кур'єр» у 1990–2008 рр. М. Сороки, «все могло відбутися на добу раніше. Адже Центральна виборча комісія прийняла постанови про результати другого туру виборів Президента України та їх публікацію пізно ввечері 24 листопада, але тираж газети за 25 листопада уже був надрукований і розісланий. Тож навіть була пропозиція додрукувати хоча б тисячу примірників цього номера з офіційним рішенням ЦВК...

Наступного дня рішення Верховного Суду України про заборону Центрвиборчкому офіційно оприлюднювати результати виборів було прийнято аж надвечір. Але ж газета верстається набагато раніше. Я відмовився підписувати до друку цей номер з постановою ЦВК і сигнальні шпальти підписав до друку тодішній віце-прем'єр Дмитро Табачник... Але видавництво «Преса України» уже було заблоковано активістами «майдану» і народними депутатами. Тож єдиний раз в історії газети не вийшов у світ номер «Урядового кур'єра» від 26 листопада 2004 року» [Власне інтерв'ю].

Головний редактор газети «Голос України з 2002 р. А. Горлов, зокрема, стверджує, що «на редакцію «Голосу України» об'єктивно чинився набагато менший тиск, ніж на редактора «Урядового кур'єра». Тому 25 листопада ми, зверставши номер, спокійно чекали рішення Верховного Суду України, залишивши на другій шпальті місце для його публікації. Десь близько 19-ї години отримали факсом ухвалу ВСУ, а згодом і телеграму ЦВК про відкликання своїх постанов.

На той час уже було надруковано 40 тис. примірників «Урядового кур'єра» з постановою ЦВК. Ознайомившись із документами, які ми заверстали і відправили до друку в «Голосі України», директор видавництва «Преса України» Володимир Олійник прийняв рішення про утилізацію надрукованого тиражу «Урядового кур'єра...» [Власне інтерв'ю].

У підсумку, на переконання українського науковця В. Шкляра, зміст виборчої кампанії президентських виборів 2004 р. засвідчив один невтішний факт – у нашій країні не склалася раціональна система політичної комунікації, а між претендентами на владу відсутній консенсус щодо правил чесної конкуренції за голоси виборців [165, с. 259]. Специфіка виборчих кампаній в Україні полягає в тому, що боротьба за голоси виборців ведеться в основному на персональному полі й у змістовому плані дуже часто є ніщо інше, як взаємне «обливання брудом» борців за владу.

Разом з тим влада і засоби масової інформації прагнуть до єдності через потреби до самоорганізації і саморозвитку, переконаний дослідник, а їхні складові підсистеми, реагуючи на зміни зовнішнього середовища, трансформуються самі та модернізують систему в цілому. Яскравою ілюстрацією цього став «медіабунт» телеканалів «1+1», «Інтер», «УТ-1», журналісти яких відстоювали і відстояли право на своєчасну, точну, об'єктивну інформацію. Відбулося реальне саморегулювання журналістської спільноти [165, с. 259].

Підсумовуючи десять років свого президентства, Л. Кучма визначив ключові події того періоду: «1996 – ми отримуємо власну Конституцію. Це відбувається попри спротив і саботаж ліві більшості Верховної Ради, яка сподівалася на повернення якоїсь «союзної держави» і не збиралася відмовлятися від конституції УРСР. Але я півтора року бився за новий Основний закон. Тому що з кожним днем на чолі держави все чіткіше бачив: незалежність – це коли ти живеш за власними правилами сьогоdnішнього дня, а не за чужими приписами дня позавчорашнього.

2001 – ми в Україні приймаємо Папу Римського Івана Павла II. Це відбувається попри всі спроби зірвати візит. Вмовляння і погрози надходять до мене з усіх сторін. Але Папа приїздить, і це ще й донині незабутній візит...

2002 – Рада національної безпеки та оборони України ухвалює рішення про початок руху нашої держави в НАТО. У цьому ж році я озвучую як ключовий пріоритет української зовнішньої політики асоціацію з Європейським Союзом. Усе це відбувається, хоча вставляють палиці в колеса і доморошені, і закордонні будівничі «руського міра»...

2003 – Росія здійснює першу спробу анексії української території, намагаючись приєднати дамбою до кубанського узбережжя

український острів Тузла. Я попередив, що ми будемо стріляти на ураження за першої ж спроби незаконного перетину нашого кордону...

2004 – відбувається Помаранчева революція. Я точно не був прихильником Майдану. Але з підвищенням напруги протистояння я організував «круглі столи» для переговорів Ющенко та Януковича за посередництва європейських лідерів. Відкинув умовляння розігнати протест, на що мене особливо штовхав Янукович. І зробив усе, щоб відбулося повторне голосування. Тому що незалежність – це право нації самій визначати своє майбутнє...» [155].

20 грудня 2004 р. низка медійних організацій об'єдналися у відкриту до приєднання коаліцію «Суспільне мовлення». В неї увійшли Незалежна асоціація телерадіомовників, Громадська рада з питань свободи слова та інформації при профільному Комітеті Верховної Ради України, ГО «Детектор медіа» (тоді ГО «Телекритика»), Інститут політики, Академія української преси, Комітет «Рівність можливостей» та Київська незалежна медіапрофспілка. У коаліції згодом узяли участь 18 організацій. Мета – розробка концептуальних і законодавчих положень, необхідних для створення суспільного мовлення в Україні.

Помаранчева революція, що привела більш модерного і проєвропейського Президента В. Ющенко, знову повернула на порядок денний створення суспільного мовлення. Цензура, з якою стикнувся опозиційний кандидат під час передвиборчої кампанії, змусила його ввести в публічну риторику обіцянку покінчити з нею і створити суспільне мовлення [80, с. 19].

Висновки

У період 1994–2004 рр. відбувалася структуризація національного інформаційного простору України: визначалися його основні гравці, формувалися лідери медіаринку. Створювалася система координації діяльності учасників інформаційного ринку, визначалися пріоритети подальшого розвитку й інтеграції до європейського та світового інформаційних просторів.

Державні (Міністерство у справах преси та інформації, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Міністерство інформації України) та колегіальні органи (Національна рада з питань телебачення і радіомовлення) брали на себе відповідальність

за становлення інформаційного простору, його розвиток у правовому полі та безпеку. Саме в цей період розпочався тривалий шлях до створення суспільного мовлення в Україні. Зокрема, 5 листопада 1997 р. набув чинності прийнятий у липні 1997 р. Верховною Радою України Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», 21 листопада 1997 р. Верховна Рада України прийняла Постанову «Про створення телерадіоорганізації суспільного мовлення України, що включала в себе «Програмну концепцію Суспільного телерадіомовлення», а 15 січня 1998 р. Верховна Рада України утворила громадську раду суспільного мовлення. Створення суспільного мовлення привертало увагу й викликало занепокоєння міжнародних організацій. Так, Рада Європи неодноразово і безуспішно намагалася вплинути на процес запровадження суспільного мовлення в Україні.

Упродовж 1997–1998 рр. українські ЗМІ починають відкривати власні інтернет-сайти, зокрема: всеукраїнські друковані видання «День», «Дзеркало тижня», «Сьогодні», львівська газета «Поступ», хмельницька газета «Проскурів» та ін. Тенденцію підтримали й електронні медіа, зокрема, УТ-1, телекомпанія «TONIS», черкаська телекомпанія «Альт», дніпропетровський «11 канал». Не залишалися осторонь процесів і радіомовники, серед них київське «Гала-радіо», дніпропетровська радіостанція «Міх». Створило сайт й інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна».

З 1999 р. в Україні виникають перші суто мережеві видання – «UAToday» uatoday.net і «Електронні вісті» elvisti.com. Загалом цей період різко відрізняється від попереднього саме неухильним зростанням кількості вебресурсів. У 2002 р., коли відзначали десятиріччя домену UA, в його зоні вже було зареєстровано понад 100 тис. доменних імен.

У 1994–1998 рр. в Україні з'явилася низка ділових видань, зокрема журнал «Компаньйон», газети «Деловая неделя», «Украинская инвестиционная газета», «Дело» та досить активно почала розвиватися регіональна бізнес-преса.

У цей період на інформаційний простір в Україні переважно впливала політична конкуренція між Президентом (урядом) та українським парламентом, а точніше між Президентом та опозицією в парламенті.

31 січня 1998 р. формально вступив у дію Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів». Проте голова Комітету з питань свободи слова та інформації Верховної Ради України І. Чиж у вересні 1998 р. констатує відсутність невідкладних підзаконних нормативних рішень українського уряду та звинувачує Міністерство інформації України у репресивних діях проти вітчизняних ЗМІ, зокрема зупинці друку газети «Правда України» наказом міністра З. Кулика від 28 січня 1998 р. № 7. Таке відкрите протистояння частково пояснювалося загостренням політичної боротьби в Україні у зв'язку з наближенням чергових президентських виборів.

Посилилося занепокоєння з боку вітчизняних та міжнародних правозахисних організацій ситуацією зі свободою слова та порушенням прав журналістів. Від них лунає серйозна критика й звинувачення на адресу української влади в тому, що в країні належним чином не виконуються норми Конституції та законодавства України, що стосуються свободи слова, а незалежна міжнародна організація «Комітет із захисту журналістів» (США) взагалі назвала керівництво України серед десяти найбільших ворогів преси.

17 квітня 2000 р. в інтернеті з'явилося видання «Українська правда», засноване Г. Гонгадзе та О. Притулою. Проект запрацював на наступний день після проведення ініційованого Президентом України Л. Кучмою Всеукраїнського референдуму 16 квітня 2000 р. – опитування думки громадян України з приводу реформації системи державного управління. А вже 16 вересня 2000 р. український опозиційний журналіст зник. Це посилювало протистояння влади із суспільством, викликало хвилю протестів.

Міжнародного розголосу набули парламентські слухання «Проблеми інформаційної діяльності, свободи слова, дотримання законності та стану інформаційної безпеки України», проведені 16 січня 2001 р. за участю спостерігачів моніторингового комітету Ради Європи із забезпечення прав людини. Постановою Верховної Ради України про підсумки цих парламентських слухань «визнано незадовільним стан справ у сфері забезпечення діяльності засобів масової інформації, свободи слова і дотримання прав громадян на вільний доступ до інформації».

Питання порушень демократії та прав людини в Україні впродовж 2000–2004 рр. стало предметом численних резолюцій авто-

ритетних міжнародних організацій, зокрема таких як Рада Європи, Євросоюз, НАТО, ОБСЄ та їхніх держав-членів. Це спричиняло серйозні політичні та іміджеві втрати держави, політично відповідальним за які був як Президент, так і посадові особи з його найближчого оточення.

За відсутності суспільного інтересу та, як наслідок, суспільного запиту на інформаційну стратегію, вирішальну роль на цьому етапі розвитку вітчизняного інформаційного простору відігравали виключно інтереси великого капіталу. Увага корпоративних груп до засобів масової інформації була зумовлена пошуком ефективних інструментів політичного впливу. У результаті практично всі приватні засоби масової інформації в Україні залежали від «політичних» джерел фінансування. Неприродно велику роль ЗМІ в політичних процесах того періоду можна пояснити також нерозвиненістю партійної системи та інститутів громадянського суспільства в Україні, становлення якого, на наш погляд, розпочалося саме з масштабних громадських протестів у листопаді 2004 р.

28 жовтня понад 40 журналістів телевізійних каналів «Інтер», «ICTV», «Новий канал» та «НТН» підписали заяву проти цензури на їхніх телевізійних каналах, звинувативши владу, деяких власників та менеджерів телеканалів у тому, що вони «прагнуть замовчувати важливі події або перекручують їх сутність». З подібних причин звільнилися 7 журналістів з телеканалу «1+1». До кінця листопада цю заяву підписали 346 журналістів із різних телеканалів. Таким чином, у національному інформаційному просторі зароджувалися механізми саморегулювання медійної спільноти.

Комплексний моніторинг українських центральних та регіональних засобів масової інформації з початку вересня по 20 листопада 2004 р., який здійснювали Місія ОБСЄ/БДПІЛ зі спостереження за виборами та вітчизняні громадські організації, зокрема, Комітет виборців України, Асоціація «Спільний простір» та ін., дав підстави стверджувати, що практично всі засоби масової інформації висвітлювали виборчий процес необ'єктивно, схилившись на користь окремого кандидата.

У результаті Постановою від 3 грудня 2004 р. Верховний Суд України визнав недійсними результати другого туру президентських виборів, установивши, серед іншого, що «передвиборча агітація з

використанням засобів масової інформації проводилася без дотримання принципу рівних умов і всупереч порядку, установленому законом» [16].

Продовження комплексного моніторингу українських ЗМІ в грудні 2004 р. засвідчило, що в країні відбулися суттєві зміни у висвітленні засобами масової інформації політичного життя та виборів. А Місія ОБСЄ/БДПЛ ще тоді рекомендувала українській владі трансформувати державне телерадіомовлення в незалежне громадське мовлення.

У наступному розділі аналізується розвиток національного інформаційного простору, що відзначався спробами інтеграції українського суспільства в інформаційне суспільство Європейського Союзу, початком створення системи управління національними інформаційними ресурсами, гармонізацією існуючих та розробленням нових нормативно-правових актів про інформацію і зв'язок в Україні відповідно до вимог ЄС, намаганнями сформулювати стратегію та основи державної інформаційної політики та підтримки розвитку українського сегмента мережі інтернет.

Розділ 3

РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ(2005– 2014 рр.)

11 січня 2005 р. ряд діячів освіти й культури оприлюднив публічне звернення щодо необхідності створення громадського (суспільного) мовлення в Україні. У зверненні пропонувалося створити громадське мовлення на базі державних телерадіокомпаній, а головною метою визначалося «об'єктивне та неупереджене інформування громадян України про події, які відбуваються в країні та за кордоном, надання трибуни для виразу своїх поглядів всім соціальним групам, національним та релігійним меншинам, створення високоякісних програм, документальних фільмів та серіалів, формування естетичних уподобань через показ найкращих зразків світового художнього кіно» [80, с. 21].

О. Ткаченко, тележурналіст та колишній очільник «Нового каналу», маючи амбітні плани очолити реформу суспільного, уже за тиждень оприлюднив «Концепцію громадського телебачення». Концепція пропонувала створити Громадське мовлення на двох телеканалах. Перший на базі УТ-1 – інформаційно-аналітичний, другий на базі обласних державних мовників – культурно-просвітницький [80, с. 22].

Перші 100 днів президентського терміну В. Ющенка, з 23 січня по 1 травня 2005 р., були відзначені численними звільненнями та призначеннями на всіх рівнях виконавчої влади. Зокрема, він призначив Ю. Тимошенко Прем'єр-міністром, що було ратифіковано парламентом. О. Зінченко був призначений главою Секретаріату президента з номінальною назвою державного секретаря. П. Порошенко, конкурент Ю. Тимошенко на пост Прем'єр-міністра, – секретарем Ради національної безпеки та оборони України [170].

8 вересня 2005 р. В. Ющенко звільнив свій уряд на чолі з Ю. Тимошенко після відставки та звинувачень у корупції останньої. 9 вересня виконував обов'язків прем'єр-міністра України Ю. Єхануров спробував сформулювати новий уряд. Його перша спроба, 20 вересня, не виправдала надій (не вистачило 3 голосів від необхідних 226), але 22 вересня парламент ратифікував її з 289 голосами.

Конфлікт між В. Ющенком і Ю. Тимошенко, на переконання експертів, міжособистісний конфлікт, що набув гіпертрофова-

ного стану і переріс в інституційний конфлікт між Президентом і Прем'єром. Першою причиною були «повноваження РНБО». У березні 2005 р. секретар РНБО П. Порошенко заявив, що «у сферу повноважень РНБО входять усі питання Кабміну». А В. Ющенко заявив, що «Рада національної безпеки і оборони України повинна стати «єдиним місцем, де будуть прийматися всі стратегічні рішення». Фактично В. Ющенко і П. Порошенко почали створювати з РНБО систему дублювання Кабінету Міністрів України. Це стало головною складовою конфлікту у владній команді, який призвів до відставки кабміну Ю. Тимошенко та відставки П. Порошенка з посади секретаря РНБО [170].

Тим часом європейський вектор нової інформаційної політики України, задекларований на 7-й Європейській міністерській конференції з питань політики у сфері засобів масової інформації 2005 року, «базувався на ідеях та рішеннях всесвітніх самітів з інформаційного суспільства (WSIS), європейських конференцій з інформаційної політики та міждержавних відносин як Європи в цілому, так і окремих держав європейського регіону» [45, с. 5]. В основу розвитку національної інформаційної політики України було закладено нові стратегії: зокрема, тривало доопрацювання проекту Концепції національної інформаційної політики України, Програми інформатизації України, створення системного Інформаційного кодексу України, Національного фонду цифрової культурної спадщини, Програми безперервної освіти на базі інформаційно-комунікаційних технологій, об'єднання неурядових організацій в Асоціацію громадських сил для забезпечення свободи слова і вільних засобів масової інформації та комунікації.

Національний підхід до реалій глобального інформаційного суспільства, координації інтелектуальних ресурсів, інформаційних загроз та безпеки почали ґрунтовно розглядатися на численних міжнародних конгресах, конференціях та круглих столах, зокрема: «Інформаційне суспільство – стратегія розвитку в XXI столітті», «Міжнародне інформаційне суспільство. Проблеми та перспективи», «Роль мас-медіа у формуванні інформаційного суспільства», «Запровадження світових стандартів комунікації між владою та громадянськістю – план дій для України» та ін. [45, с. 34–39]. У результаті зазначених вище та інших численних дискусій розроблено важли-

ві для України оцінки і рекомендації з питань: державної інформаційної політики; законодавства, управління та економіки в інформаційному суспільстві; ролі безперервної освіти в інформаційному суспільстві; трансформації національної інфраструктури, політики інформатизації в Україні; інформаційної безпеки; упровадження інформаційних технологій та електронного урядування; збереження культурного розмаїття і самобутності; підтримки незалежності та плюралізму ЗМІ.

За результатами парламентських слухань 13 квітня 2005 р. «Перспективи створення громадського телерадіомовлення в Україні» Постановою Верховної Ради України від 21 червня 2005 р. № 2684-IV ухвалено розглянути як невідкладний проект нової редакції Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України». Кабінету Міністрів України уже на 2006 р. передбачити окрему бюджетну програму, реорганізувати до кінця 2005 р. Національну телекомпанію України в державну установу «Українське телебачення (УТ)» – перший і другий канали Суспільного телебачення, а також до кінця 2005 р. реорганізувати Національну радіокомпанію України в державну установу «Українське радіо (УР)» – перший, другий і третій канали суспільного радіомовлення. Також Постановою доручалося Кабінету Міністрів та Національній раді з питань телебачення і радіомовлення України розглянути можливість створення на базі решти державних телерадіокомпаній, загальнонаціонального телевізійного та радіоканалу Суспільного телебачення і радіомовлення України [80, с. 22].

Попри публічні обіцянки створити суспільне мовлення ще в першій половині 2005 р., Президент В. Ющенко досить швидко стихив свою риторіку, а державний секретар О. Зінченко (творець «Інтера») прямо виступив проти ідеї суспільного [80, с. 22].

Внесений наприкінці 2005 р. на розгляд Верховної Ради України народними депутатами IV скликання С. Правденком, В. Шевченком і Т. Стецьківим законопроект № 7539 «Про внесення змін та доповнень до Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» (нова редакція)» відхилено в другому читанні через механізми формування наглядової ради ради. Проте голосування показало, що найбільше підтримували суспільне... комуністи. А помаранчева коаліція дала пару десятків голосів.

Пропонувалось кілька моделей (алгоритмів) запровадження суспільного мовлення в Україні, найреалістичніша з яких фактично передбачала ліквідацію державного мовлення і заміну його суспільним [39]. Грунтуючись на цьому підході, Т. Стецьків та А. Шевченко за часів їх перебування на керівних посадах у Національній телекомпанії України у 2006–2007 рр. розробили концепцію створення суспільного мовлення, згідно з якою на основі Національної телекомпанії України передбачалося формування чотирьох каналів суспільного, зокрема каналу «Euronews–Ukraine» та каналу іноземного мовлення «Україна–світ».

Протягом 2006–2007 рр. фахівцями Держтелерадіо України було розроблено проекти розпоряджень Кабінету Міністрів України «Про затвердження Концепції Державної програми створення суспільного телебачення і радіомовлення в Україні» та «Про затвердження Концепції Державної програми науково-технічного розвитку державного телебачення і радіомовлення на 2006–2009 роки» [39].

Здавалось, певним підсумком вітчизняних напрацювань щодо запровадження суспільного мовлення стане Указ Президента України від 21 лютого 2008 р. № 148 «Про заходи щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України», яким, зокрема, було передбачено підготовку й затвердження відповідної державної Концепції протягом поточного року [39]. Та в результаті голова Національної комісії з утворення свободи слова та розвитку інформаційної галузі при Президентові України Т. Петрів повідомив про створення в червні 2008 р. міжвідомчої робочої групи, складеної з представників Міністерств фінансів, економіки та юстиції, Національної ради з питань телебачення і радіомовлення і Держкомтелерадіо, діяльність якої нічим не закінчилась.

У підсумку, на думку вітчизняних експертів, чи не єдиним практичним кроком з боку держави щодо запровадження суспільного мовлення в Україні став запуск нового загальнонаціонального телеканалу «Перший громадський», що під егідою Держкомтелерадіо розпочав мовлення в серпні 2007 р. [39].

2005 р. на вітчизняному інформаційному ринку з'явився український підрозділ російської інформаційної агенції «РосБизнес-Консалтинг» – «РБК-Україна» – інформаційний портал, що спеціалізується на фінансових, економічних та політичних новинах. Навесні

2006 р. відкрито повноцінну україномовну версію. У серпні хвилю розмов та публікацій про інформаційну агенцію «РБК-Україна» спричинило призначення її медіадиректором популярного телеведучого і колишнього шеф-редактора 5-го каналу Р. Скрипіна [126].

У червні 2006 р. в Україні засновано холдинг «Главред-медиа», у який увійшли журнали «Главред» і «Телекритика», газети «Новая» та «Известия в Украине» і телеканал «Сіті». У 2007 р. власник медіа О. Третьяков вирішив об'єднатися із співвласником «Приват-Банку» І. Коломойським – у холдинг увійшли «Газета по-киевски», інформгентство УНІАН и журнал «Профиль». Частка О. Третьякова в об'єднаній компанії становила 40 %, 50 % належало видавництву «Пресс-центр», серед власників якого структури, афільовані з групою «Приват», 10 % володіла американська компанія Central European Media Enterprises (CME) [68].

До кінця 2006 р. міжнародна мультимедійна компанія «Український Медіахолдинг» заявила про наміри започаткувати шість нових проєктів. У серпні вийшов журнал «Здоровье», 28 вересня – «Деньги.ua», 30 вересня – «Фокус». Зважаючи на те, що готується до виходу city-guide «Time Out», комп'ютерний журнал «ComputerActive» став 5-м виданням [152].

15 грудня 2008 р. вийшов у світ перший український номер журналу «Harper's Bazaar». Видавцем журналу в Україні став ВД «Sanoma Magazines Ukraine». Ліцензію на видання придбала американська видавнича група «Hearst Corporation». Аудиторія «Harper's Bazaar» нараховує близько 3 млн читачів у 30-ти країнах світу [16].

«Позиціонування українського «Harper's Bazaar» – мода й розкіш для нового покоління українських жінок. 65 % читачької аудиторії журналу – жінки 25–40 років із високим прибутком і вищою освітою. Це власниці бізнесу або топменеджери, які їздять у відрадження або у відпустку за кордон не рідше як раз на пів року, мають замський будинок і автомобіль, регулярно відвідують театр, кіно, ресторани, салони краси, нічні та фітнес-клуби. У журналі читачки «Bazaar» знайдуть одяг, стиль та інформацію, що має безпосереднє відношення до їхнього реального життя. «Bazaar» і його читачок об'єднують спільні погляди на розкіш і елегантність», – стверджує видавець журналу «Harper's Bazaar Україна» Ю. Стефанишина.

«Independent Media Sanoma Magazines Ukraine» видає українські версії журналів «Cosmopolitan», «Cosmopolitan Beauty», «Men's Health», «Prevention», «Домашний очаг», «Story» і є частиною «Sanoma Magazines International», яка, у свою чергу, є підрозділом «Sanoma Magazines» – одного з найбільших видавців популярної преси в Європі. Компанія видає понад 300 журналів у 13-ти країнах Європи [16].

Бурхливий розвиток телерадіоінформаційного простору України на початку другого тисячоліття потребував принципово нової законодавчої моделі управління галуззю. На початок 2009 р. до Державного реєстру телерадіоорганізацій було внесено 1610 телерадіоорганізацій та суб'єктів інформаційної діяльності. Для потреб ефірного телерадіомовлення задіяно 2607 радіочастот для телевізійного мовлення та 1021 радіочастота для радіомовлення. Усього в Україні функціонувало 15 загальнонаціональних, 5 регіональних та 210 місцевих каналів телевізійного мовлення; 15 загальнонаціональних і 8 регіональних каналів радіомовлення, 23 регіональних радіоканали, що працювали в межах окремих областей (регіонів) та 301 місцевий канал радіомовлення; 730 багатоканальних кабельних телемереж; 82 телерадіоорганізації супутникового мовлення, які розповсюджували 90 телевізійних та 11 радіопрограм [122].

Зазначимо, що з 2003 по 2008 р. кількість вітчизняних телерадіоорганізацій зросла більш ніж у півтора раза – з 1096 до 1610. Показово, що з 15 загальнонаціональних телевізійних мовників тільки один – державний: Національна телекомпанія України «Перший Національний», постійна аудиторія якого у межах 2–3 % населення. Найбільший сегмент ринку поділили три великі (групи компаній «Інтер», «1+1» та медіахолдинг: ТОВ «Міжнародна комерційна телерадіокомпанія ICTV», ЗАТ «Міжнародний Медіа Центр – СТБ» і ЗАТ «Новий канал») та кілька менших медіагруп. Висновок очевидний: вітчизняний ринок телебачення інтенсивно монополізувався.

Протягом цього ж самого періоду Міністерством юстиції України зареєстровано понад 30 тис. найменувань друкованих видань усіх рівнів. Українська асоціація видавців періодичної преси (УАВПП) разом із Книжковою палатою України, Укрпоштою і регіональною мережею поширення періодики ДП «Преса» в рамках звіту для Світової асоціації газет (WAN) провели власний підрахунок пе-

ріодичних видань України, згідно з яким загальна кількість видань у країні реально становила 4277 найменувань, з яких: 2885 газет і 1392 журнали [150, с. 420]. Склалася парадоксальна ситуація, коли, з огляду на зростання кількості друкованих видань і обсягів реклами, реальна аудиторія вітчизняних друкованих ЗМІ суттєво зменшилася.

На переконання вітчизняних науковців, така, цілком типова для більшості країн, тенденція, була зумовлена комплексом причин, визначальними з яких стали: загальна криза ідентичності преси, яка не витримувала конкуренції з розвитком новітніх медіа; відсутність у вітчизняних видавців комплексного уявлення про українську аудиторію, що заважала чітко визначити свою цільову аудиторію і правильно працювати з нею [150, с. 421]. Водночас розвиток галузі серйозно гальмувався відсутністю єдиної та ефективної системи сертифікації тиражів, браком комплексного фахового моніторингу галузі, відсутністю національного класифікатора друкованих ЗМІ та єдиної системи галузевих стандартів.

Ще в 2003 р. в Україні з'явився «Деловой журнал», який видавала компанія Perekhid Media Enterprises. У 2004 р. за участі капіталу «Індустріального союзу Донбасу» починає виходити журнал «Експерт-Україна». У цей самий час колишній головний редактор «Бізнесу» І. Власюк на гроші С. Тігіпка випустив щоденну газету «Экономические известия», але вже наступного року це видання продали «Індустріальному союзу Донбасу». Фактично «Экономические известия» стали першим щоденним економічним виданням в Україні. У 2005 р. з'явилися ще два щоденних економічних видання – «Коммерсантъ-Україна» і «Дело», для випуску яких І. Ляшенко залучив німецький видавничий дім Handelsblatt (саме йому належить 51 % акцій видавництва «Економіка»).

У 2008 р. наслідки світової фінансової кризи вплинули й на український медіаринок. Так, видавнича група «Галицькі контракти», до якої входили діловий тижневик «Контракти», журнал «Личный счет» та інші видання, скоротили свій штат і зарплати працівників. Необхідність скорочення витрат постала передусім через скорочення рекламних доходів щонайменше на 10 % [58, с. 162].

Як стверджує президент видавничої групи «Галицькі контракти» у 2008–2009 рр. В. Чеповий: «У нас чудова передплата, шикарні продажі. Тому що за таких економічних обставин ділові видання для

читачів – як таблетка від хвороби. І я вважаю, що ділові видання постраждають менше за інші, а тим більше видання нашого видавництва, у якого великий запас міцності.

Проте ми не благодійники, і скорочення реклами змушує провести оптимізацію. Зараз ведуться підрахунки, як і в усіх медіа. Розглядаються абсолютно всі варіанти оптимізації витрат в умовах кризи. Перш за все – скорочення кількості шпальт, потім усе інше...» [58, с. 162].

Станом на вересень 2008 р. у структуру заснованого ще в січні 1991 р. видавничого дому «Пронто-Київ» входило 17 друкованих видань, 5 великих інтернет-проектів та мережа газет «Авізо», що видавалися у 10-ти регіонах України. Прибуток від реклами медіахолдингу за 2007 р. сягнув 16 млн дол. США. Аудиторія одного номера газети в Україні перевищує 600 тис. читачів. Видавничий дім розміщує близько мільйона оголошень на місяць та входить у найбільший медійний холдинг IPP у сегменті «classified» [134].

У 2009 р. видавничий дім «Пронто-Київ» запускає новий інтернет-проект «Вся нерухомість» – realt.aviso.ua (beta-версія). На двомовному (українською і російською мовами) сайті з автоматичним перекладом розміщувались оголошення про купівлю, продаж та оренду житлової і комерційної нерухомості, земельних ділянок, гаражів та автостоянок. Сайт також містив аналітичну інформацію про вітчизняний ринок нерухомості у вигляді оглядів та статей [104].

Як констатує генеральний директор видавничого дому «Пронто-Київ»: «Ми сподіваємось, що у цей важкий кризовий час наш новий інтернет-ресурс дозволить оживити ринок нерухомості, об'єднає продавців і покупців та допоможе їм знайти оптимальні рішення серед сотень тисяч пропозицій...» [104].

У травні 2009 р. видавничий дім «Пронто-Київ» видає новий унікальний проект – дайджест «Вся нерухомість Києва». У найбільшому за обсягом (понад 600 сторінок) виданні в Україні друкується максимальна кількість пропозицій продажу та оренди – понад 60 тис. об'єктів житлової та комерційної нерухомості в столиці. У дайджесті також публікуються аналітичні статті про ринок нерухомості та інша корисна інформація як для професіоналів ринку, так і для пересічних читачів, які планують купувати чи орендувати приміщення. Десятитисячне щоквартальне видання поширювалося через понад ста точок

продажу, зокрема, у супермаркетах «Фуршет», ТЦ «Мегамаркет», ТЦ «Альта-центр», ТЦ «Караван», ТЦ «Плазма» та інших, а також у всіх 18 редакційних пунктах газети «Авізо» у Києві [43].

У цей самий період розвитку національного інформаційного простору, на нашу думку, формується й починає розвиватися вітчизняне телевізійне кіновиробництво. Реалізація Загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2003–2007 рр. засвідчила ефективність комплексного підходу до розв'язання проблем та необхідність продовження змін у вітчизняній кіногалузі, започаткованих програмою. Однак найвпливовіші телевізійні виробництва, що працюють в Україні, виходячи з маркетингової та комерційної стратегії, продовжували виготовляти чи закуповувати в Російській Федерації продукт різних форматів, розрахований на російського та російськомовного споживача.

Тож більшість телевізійної кінопродукції, виготовленої в Україні й розміщеної на вітчизняному телебаченні, не була українською не лише за мовною ознакою, а й за змістом, відтак консервувала та зміцнювала російський мовно-культурний вплив у державі, гальмувала процеси формування консолідованого українського суспільства та української ідентичності. Така ситуація в галузі потребувала політики послідовного державного протекціонізму, на впровадження якої, зокрема, був спрямований Указ Президента України «Про заходи щодо сприяння розвитку національної кінематографії» від 13 вересня 2007 р. на виконання положень Указу було підготовано проект Концепції «Загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2008–2012 роки», яка, на жаль, так і не була затверджена [124].

Одним із головних пріоритетів України, визначених прийнятим у 2007 р. Законом України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки», задекларовано прагнення побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство [106]. Інформаційне суспільство визначається Законом як ступінь у розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань у житті суспільства, зростанням частки інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті, створенням глобального інформаційного простору.

Стратегічно важливим кроком на шляху адаптації національного законодавства до вимог та стандартів Європейського Союзу, на переконання вітчизняних науковців, стала ратифікація Україною Європейської конвенції про транскордонне телебачення [150, с. 426]. З набранням чинності з січня 2009 р. Закону України «Про ратифікацію Європейської конвенції про транскордонне телебачення» значно активізувалися процеси інтеграції вітчизняних медіа до європейського медіапростору, просування українського інформаційного продукту на зовнішні ринки.

Відповідно до цього закону Україна ратифікує Європейську конвенцію про транскордонне телебачення зі змінами від 9 вересня 1998 р. із застереженнями, що органом, на який покладаються повноваження з надання інформації щодо телемовників, про внутрішнє законодавство та практику з питань, що охоплюються Конвенцією, та співпрацює, коли це необхідно, з органами інших країн-учасниць, є Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, а також що Україна залишає за собою право обмежувати на своїй території ретрансляцію програм, що містять рекламу алкогольних напоїв, у частині, що не відповідає національному законодавству.

Конвенція, підписана Україною ще 14 червня 1996 р., регулює питання свободи прийому та ретрансляції, обов'язків сторін, що здійснюють трансляцію, надання інформації про відповідного телемовника, обов'язки телемовників, право на відповідь, доступ громадськості до інформації, питання реклами, телепродажу та спонсорства, питання вирішення спорів тощо [55].

Разом з тим львівський науковець І. Семенченко достатньо критично підходить до тенденцій у вітчизняному інформаційному просторі в умовах глобалізації. На його переконання, єдиний інформаційний простір в Україні відсутній. «Регіони живуть власним життям, про яке пишуть регіональні ЗМІ, а Київ – власним із власними же ЗМІ, відповідно. У столиці не читають регіональну періодику і не цікавляться регіональними ТБ-каналами, одночасно у регіонах майже неможливо придбати київську пресу. Хоча теле- та радіотрансляції з Києва доступні (проте це зовсім не означає, що вони когось надто цікавлять!) в українській глибинці» [133].

Основні тенденції розвитку системи масмедіа, що сформувався в Україні на цьому етапі розвитку національного інформаційно-

го простору, на думку дослідника, загалом не відповідають потребам суспільства у формуванні сучасної української ідентичності, збереженні культурно-історичної самобутності, виробленні й артикуляції загальносуспільних цінностей, соціалізації особистості, забезпеченні інформаційно-психологічної безпеки громадян. Медіапростір України практично не контролюється суспільством, неефективно контролюється державою і не є національним у сенсі домінування в ньому неукраїнського продукту. Близькою до нуля є інформаційна присутність нашої країни у світі. Україна до цього часу не досягла інформаційного суверенітету, не виробила дієвих важелів опору культурній та економічній зовнішній експансії у сфері масових комунікацій [133].

Офіційну присутність України у світовому інформаційному просторі забезпечувала ДТРК «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення» (УТР). Формально Державний комітет телебачення і радіомовлення України координував реалізацію міжурядових та міжвідомчих угод в інформаційній сфері з понад 30 країнами світу в Європі, СНД, Африці, Азійсько-Тихоокеанському регіоні та на Близькому Сході. Спільно з Державним підприємством «Укркосмос» УТР мовив на 84 країни світу, а з 2005 р. розпочав здійснювати інтернет-мовлення в реальному часі. Із квітня 2005 р. державна телерадіокомпанія «Культура» також розпочала супутникове мовлення у відкритому режимі на понад 80 країн світу [75].

Низка урядових програм, спрямованих на розширення інформаційної присутності України за кордоном, починаючи з «Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки», не дали очікуваних результатів. Як і виділені розпорядженням Кабінету Міністрів України близько 20 млн грн згідно з новим проектом Концепції «Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007–2010 роки». З 2008 року мала б почати діяти Концепція «Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2008–2011 роки», але Постановою Кабінету Міністрів України від 3 червня 2009 р. була затверджена нова «Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року».

За таких умов, за оцінками як зарубіжних, так і вітчизняних експертів, Україна була і залишається здебільшого беззахисним

об'єктом численних інформаційних агресій ззовні, які здійснюються з різних причин: боротьба за вплив на Україну між іншими державами, намагання дестабілізувати її внутрішнє становище, завдати шкоди її міжнародному авторитетові тощо [22]. А для виходу на якісно новий рівень організації та підтримки високого міжнародного іміджу України необхідно забезпечити фінансування і впровадження прийнятих програм, розробивши комплекс узгоджених між собою заходів за їх фундаментальними напрямками.

В умовах розвитку інформаційного суспільства індивідуальна, групова і масова свідомість людей усе більше залежать від діяльності засобів масової комунікації. Однак, на думку вітчизняного дослідника В. Іванова, не можна стверджувати, що інформатизація суспільства має тільки позитивні наслідки для політичного життя [42, с. 14]. Медіатизація політики, коли за привабливість для виборця борються іміджі, а не погляди і реальні справи політиків, веде до популізму. В українських реаліях, на наше переконання, політична боротьба під час парламентських і президентських виборчих перегонів та євроінтеграційні прагнення українського суспільства суттєво вплинули на розвиток національного інформаційного простору досліджуваного періоду.

Вибори до Верховної Ради України були проведені 26 березня 2006 р. Голосування вперше відбувалося виключно за партійними списками. У виборчих перегонах узяли участь 45 політичних партій та блоків, проте 3-відсотковий бар'єр подолали тільки п'ять політичних сил: Партія регіонів – 32,14 %; Блок Юлії Тимошенко – 22,29 %; Блок «Наша Україна» – 13,94 %; Соціалістична партія України – 5,67 %; Комуністична партія України – 3,66 %. 40 інших партій і блоків не потрапили до парламенту. 12 із них набрали менше ніж 25 тис. голосів кожний. Найменше голосів отримала партія «Вперед, Україно!». За її кандидатів у народні депутати по всій Україні проголосувало лише 6970 виборців [151].

Парламентські вибори засвідчили, що більшість громадян України відкинула ідеї комуністичної реставрації і підтвердила вибір на користь незалежності, ринкової економіки та демократії. Однак проблеми структурування суспільства та створення в парламенті демократичної більшості, налаштованої на прискорене реформування державних структур, народного господарства та духовної сфери, залишилися актуальними [151].

За результатами спостереження за парламентськими виборами в Україні у березні 2006 р. Місією зі спостереження за виборами ОБСЄ/БДПЛ (Бюро демократичних інститутів і прав людини) було висловлено низку рекомендацій щодо вдосконалення регулювання діяльності засобів масової інформації під час виборів. Значна частина цих рекомендацій стосувалася реформування ЗМІ в цілому (посилення рівня незалежності Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, створення суспільного мовлення, забезпечення прозорості власності щодо засобів масової комунікації та ін.) [129].

У 2007 р. призначення позачергових виборів відбувалося в три етапи. Перший етап – це Указ Президента України від 2 квітня 2007 р. «Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України». Спроби саботувати виконання цього Указу коаліцією та Урядом поставили під загрозу проведення позачергових виборів до Верховної Ради України. Тому другим етапом був Указ Президента України від 26 квітня 2007 р. «Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України та призначення позачергових виборів», в якому дата проведення позачергових виборів до парламенту була перенесена на 24 червня 2007 р. [20].

Після цього політико-правова ситуація в країні ще більше загострилася і поставила під загрозу мирний характер політичних протистоянь у суспільстві. Про це свідчать події 24–25 травня 2007 р., пов'язані із спробами захоплення приміщення Генеральної прокуратури України. З метою розв'язання конституційної кризи 27 травня 2007 р. було зроблено «Спільну заяву Президента України, Голови Верховної Ради України і Прем'єр-міністра України щодо розв'язання політичної кризи шляхом проведення позачергових виборів до Верховної Ради України» [20].

30 вересня 2007 р. відбулись дострокові вибори до Верховної Ради України. Вибори здійснювались за пропорційною системою: депутати обиралися в багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі за виборчими списками кандидатів у народні депутати України від політичних партій, виборчих блоків політичних партій. У виборчих перегонах 3-відсотковий бар'єр подолали: Партія регіонів – 33,37 %; Блок Юлії Тимошенко – 30,71 %; Наша Україна – Народна самооборона – 14,15 %; Комуністична партія України – 5,39 %; Блок

Литвина – 3,96 %. Вибори 2007 р. можна вважати остаточним завершенням партійної структуризації представницького органу держави [20].

У вересні 2008 р. на замовлення Координатора проєктів ОБСЄ в Україні в рамках проєктів «Сприяння подальшому зміцненню виборчих процесів в Україні» та «Сприяння розробці Виборчого кодексу в Україні» опубліковано дослідження експертів Д. Майоли і М. Майер-Резенде «Регулювання діяльності засобів масової інформації під час виборів», у якому подано ґрунтовний аналіз чинного законодавства України щодо регулювання діяльності ЗМІ під час виборів та запропоновано внести певні уточнення. На переконання експертів: по-перше, нечітко визначені ключові терміни «спонсорство» та «вільний доступ»; по-друге, незрозуміло, чи зобов'язання щодо забезпечення рівного доступу стосуються всіх ЗМІ, чи лише державних; по-третє, положення щодо «прихованої реклами» могли би бути посилені, з одного боку, та роз'яснені – з другого. Той формат, в якому сформульовані означені положення, може гальмувати діяльність незалежних ЗМІ [63, с. 69–70].

1 квітня 2009 р. Верховна Рада України ухвалила постанову № 1214-VI про призначення 25 жовтня 2009 р. чергових виборів Президента України. За таке рішення проголосував 401 депутат. Президент В. Ющенко звернувся до Конституційного Суду України, який 13 травня 2009 р. визнав рішення неконституційним. Після цього Верховна Рада України призначила вибори на 17 січня 2010 р. [91].

19 жовтня 2009 р. в Україні розпочалася президентська передвиборна кампанія. Усього було зареєстровано 18 кандидатів. Перший тур президентських виборів в Україні пройшов 17 січня 2010 р. Другий тур відбувся 7 лютого 2010 р. Переміг В. Янукович – 48,95 %, за Ю. Тимошенко проголосувало – 45,47 % виборців. 14 лютого 2010 р. ЦВК оголосила офіційні результати виборів Президента України, згідно з якими лідер Партії регіонів В. Янукович переміг і став наступним Президентом України [91].

В. Ющенко увійшов в історію України як перший Президент – демократ та українофіл. Він не втомлювався повторювати, що громадяни України мають знати свою історію та шанувати демократичні цінності. Він постійно закликав усіх до широкої суспільної дискусії. Але він нічого не зробив для реального об'єднання національно-демократичних сил та подолання поділу країни на Схід і Захід. Пу-

блична конфронтація В. Ющенко з Ю. Тимошенко нівелювала здобутий Майданом міжнародний імідж України. Він повернув Україні її вкрадене й перекручене минуле, але не зміг зробити відчутним для всіх реальний поступ до покращання життя. Через п'ять років за нього проголосували менше 6 % виборців, а більшість голосів набрав головний опонент Майдану – В. Янукович [167].

Коментуючи період свого президентства 2005–2010 рр., В. Ющенко, зокрема, зазначав: «Навіть тоді, коли російський президент записував на тлі військових кораблів роздратоване відеозвернення про антиросійськість Президента Ющенко, не лише більшість громадян, а й більшість політикуму трималася за ілюзію «братерства слов'янських народів»... Ці настрої використовувалися для блокування реальної євроатлантичної безпекової та євроінтеграційної політики; підривали політику декомунізації й відновлення національної пам'яті; ефективно розколювали країну на схід і захід; деформували культурний і медійний ландшафт. У травні 2009 р. 59,3 % опитаних позитивно ставилися до ідеї приєднання України до союзу Росії та Білорусі, 40,7 % – до вступу України до Європейського Союзу та 14,1 % схвалювали вступ України до НАТО. Зараз ці показники соціопитування видаються неймовірно ретроградними, але така думка була в суспільстві трохи більше ніж десятиліття тому. Зрештою, через один великий політичний цикл ці настрої довели свою неадекватність...» [71].

Одним з останніх документів, підписаних Президентом України В. Ющенком, став Указ від 18 лютого 2010 р. № 189/2010, яким вводилося в дію Рішення РНБО від 11 вересня 2009 р. «Про концепцію створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України та хід упровадження цифрового телерадіомовлення». На те, щоб скликати засідання Ради національної безпеки і оборони щодо суспільного мовлення та цифрового телебачення, знадобилося пів року (намічали на травень 2009 р. – провели у вересні), ще п'ять місяців пішло на те, щоб це рішення підписати. Тобто рівно 10 місяців «невсипущої роботи» нарахували вітчизняні медіаексперти, які завершилися досить загальними положеннями президентського указу [63]. Висновок напрошується такий: Президент В. Ющенко в останні дні свого президентства заповідав будувати цифрове телебачення, як і суспільне мовлення – вічно і без грошей.

Водночас традиційні методи боротьби за голоси виборців поповнюються використанням інтернет-технологій та соціальних інформаційних мереж, оскільки вони стають усе більш поширеними в різних сферах життя суспільства. Продемонструвавши свою ефективність у виборчій кампанії американського президента Б. Обами, соціальні мережі привернули увагу українських політиків. Під час виборчої кампанії 2010 р. для кандидата в Президенти України Ю. Тимошенко було створено два нових інтернет-ресурси – tymoshenko.com.ua та tymoshenko.ua. Сайти багато в чому наслідували технологічні рішення, які використовувалися командою Обами. Вони, як і американські аналоги, надавали можливість стати волонтером, підтримати обраного кандидата фінансово, причому мінімальний внесок становив 41, 625 грн (на той час еквівалент 5 доларів, як і в кампанії Обами). Сайти також використовували гасло «Інформуй! Агітуй! Розповсюджуй!», яке нагадувало гасло Б. Обами. Інший кандидат у Президенти України В. Янукович не робив ставку на використання інтернету. У нього працював тільки персональний інформаційний сервер yanukovich.com.ua, ліквідований відразу після інавгурації [11].

Соціальні мережі використовувалися не лише особисто політиками, а й залучали потенційних виборців. Під час президентських виборів у жовтні 2010 р. користувачі інтернету мали нагоду стати учасниками проекту «Elect UA: Twitter-трансляція місцевих виборів в Україні» [6]. Його суть зводилася до відстеження виборчих перегонів, отримання інформації щодо перебігу виборів від безпосередніх спостерігачів з усіх куточків України в режимі реального часу. У 2010 р. користувачі мережі разом із 65 учасниками, які пройшли навчання в рамках проекту, створили понад 20 тис. твітів упродовж двох виборчих турів. За хештегом [#elect_sos](https://twitter.com/elect_sos) можна було відстежувати порушення, допущені під час кампанії. Усі повідомлення громадянських репортерів акумулювалися на сайті www.electua.org. Цей ресурс працював як інструмент моніторингу і контролю за процесом виборів для кожного громадянина.

У 2010 р. «Український медіахолдинг» запустив журнал «Forbes» в Україні. Ця ж видавнича група володіє журналом «Деньги», який з 2010 р. через певні фінансові труднощі зменшив кількість виходів до двох разів на місяць. Через два роки, у вересні 2012 р., був

запущений сайту Forbes.ua, відвідуваність якого зростала на 10–12 % щодня, – за інформацією прес-служби видання. У робочі дні ресурс читало близько 60 тис. осіб, із них 40–45 % заходили на сайт безпосередньо. З березня 2013 р. на сайті Forbes.ua розпочав роботу розділ «Woman», в якому публікувався контент для ділових жінок. Редактором розділу «Woman» призначена В. Федоріна, яка працювала редактором журналу «Forbes Woman», що виходить як додаток до журналу «Forbes» [58, с. 162].

Улітку 2012 р. відбулося закриття паперових версій видань «Дело» та «Экономические известия». Відтак єдиною щоденною діловою газетою на медіаринку України залишився російський «Коммерсантъ». Проте становище змінилося восени того ж самого року, коли в інформаційному полі країни з'явився щоденник «Капітал».

Станом на 2013 р., основними гравцями на ринку ділових видань стали «Ділова газета «Бизнес», «Комп&ньоН», «Контракти», «Власть Денег», «Деловая Столица», «Личный Счет». Такі висновки можна зробити з проведеного компанії GfK Ukraine дослідження аудиторії ділової преси. У результаті опитування найбільше охоплення ділової аудиторії в містах з населенням від 200 тис. мешканців має газета «Бизнес» – 52 %, наступним є видання «Комп&ньоН» – 31 %, третім – «Контракти» з 29 % [58, с. 163].

14 квітня 2010 р. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення рішенням № 549 погодила проект Плану заходів щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України на 2010 р., підготовлений Держкомтелерадіо. Згідно з Планом уже на травень-червень було заплановано підготувати Концепцію впровадження суспільного мовлення, проведення громадського обговорення та винесення на засідання уряду. До кінця року – підготовлено законопроект на розгляд Верховної Ради [68, с. 27].

21 травня 2010 р. відбулася публічна дискусія «Медіадіагноз – 2010: вірус цензури», під час якої було засновано громадський рух «Стоп цензурі!». Однією з вимог руху було створення Суспільного мовлення в Україні. 29 червня 2010 р. Громадська гуманітарна рада при Президентові України, очолювана Г. Герман, прийняла Концепцію створення Національного суспільного телебачення та радіомовлення, а вже 2 вересня відбулися громадські слухання з обговорення цієї концепції. Концепція передбачала створення Національної

суспільної телерадіокорпорації України, але зауваження викликали недостатня пропрацьованість питань фінансування, підзвітності й незалежності такого мовлення [68, с. 27].

На початок 2011 р. існували вже два законопроекти про суспільне мовлення: проект Закону України № 7241 «Про системи суспільного телебачення та радіомовлення України», підготовлений робочою групою суспільних комунікацій Громадської гуманітарної ради і зареєстрований у Верховній Раді України та законопроект «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», підготовлений Держкомтелерадіо України на доручення Президента і поданий на погодження уряду. Указом Президента від 12 січня 2011 р. про «План заходів із виконання обов'язків та зобов'язань України, що впливають з її членства в Раді Європи» уряду прямо доручено забезпечувати супроводження законопроекту № 7241 до його прийняття. Натомість, реєстрація проекту Закону № 7241 використано урядом як пояснення неможливості внесення власного, оскільки це суперечить регламенту парламенту. У результаті жоден із законопроектів так і не було ухвалено, що, на переконання медіаюриста Д. Котляра, підтверджує: «суспільне мовлення – це відмова від державного мовлення, без якого жоден уряд і президент в Україні себе не уявляє» [144].

9 квітня 2012 р. Держкомтелерадіо оприлюднив до обговорення доопрацьований проект Громадської гуманітарної ради про суспільне телебачення і радіомовлення України. Проектом передбачено перетворити Національну телекомпанію України, Національну радіокомпанію України та Державну телерадіокомпанію «Культура» на юридичну особу публічного права «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (НСТУ). Законопроект визначив правові основи діяльності Суспільного телебачення і радіомовлення України, принципи діяльності, структуру, порядок формування наглядових керівних органів та механізмів фінансування. Також приділено увагу аудиту діяльності та програмним засадам НСТУ [68, с. 28].

Прийнятий 13 січня 2011 р. рекордною кількістю голосів (408 – «за») Закон України «Про доступ до публічної інформації» став не тільки важливим кроком на шляху виконання міжнародно-правових зобов'язань України – Резолюції Парламентської Асамблеї Ради Європи від 5 жовтня 2005 року № 1466 «Про виконання обов'язків та зобов'язань Україною», Міжнародного пакту про громадянські і по-

літичні права, Рекомендацій Ради Європи про доступ до інформації, що перебуває в розпорядженні органів влади, та про доступ до офіційних документів та інших, а й важливою подією у суспільно-політичному житті України [97].

Уже з першого року практичного застосування положень Закону (Закон набув чинності 9 травня 2011 р.), на думку більшості експертів, стало очевидним, що питання доступу до документів, які перебувають у розпорядженні державних органів і органів місцевого самоврядування та інших розпорядників публічної інформації, почали вирішуватися легше і оперативніше порівняно з тим порядком, в основі якого були інформаційні запити, передбачені старою редакцією Закону України «Про інформацію» [103].

Закон встановлював два способи доступу до інформації: активний – надання інформації за запитом і пасивний – обов'язкове її оприлюднення в офіційних друкованих виданнях, на офіційних вебсайтах, на інформаційних стендах чи будь-яким іншим способом не пізніше п'яти робочих днів із дня затвердження документа [97, с. 10].

Одне з головних досягнень Закону, на думку експерта Т. Котюжинської, – істотне розширення кола осіб, які мають обов'язок надавати інформацію [57]. Крім органів державної влади і місцевого самоврядування, до розпорядників публічної інформації належать й інші державні органи (прокуратура, суд, ЦВК тощо). Також це юридичні особи, які фінансуються з державного бюджету (державні підприємства, агентства тощо), місцевих бюджетів (комунальні підприємства), бюджету Автономної Республіки Крим, – стосовно

інформації щодо використання бюджетних коштів. Інформацію, пов'язану з виконанням їхніх обов'язків, зобов'язані надавати також особи, які виконують згідно із Законом делеговані повноваження суб'єктів владних повноважень (наприклад БТІ – щодо реєстрації нерухомості, обленерго – щодо накладення штрафів) чи згідно з договором – надання освітніх, оздоровчих, соціальних та інших державних послуг. Інформацію щодо умов постачання товарів, послуг та цін на них мають зробити публічною суб'єкти господарювання, що займають домінуюче становище на ринку або наділені спеціальними чи виключними правами, або є природними монополіями.

Аналізуючи положення Закону, один із його розробників, колишній депутат України А. Шевченко визначив 10 позицій, «корис-

них для кожного». Найперше, кожен має право запросити в органі влади будь-яку інформацію, якою він володіє. «Генеральний план розвитку Вашого міста, формула Ваших комунальних тарифів, умови тендерів на харчування Ваших дітей у садочку – Ви маєте право це знати. Незалежно від того, стосується Вас ця інформація чи ні, і навіть чи живете Ви в цьому місті. Ви взагалі не повинні пояснювати, навіщо вона Вам» [164]. По-друге, у чиновника є лише три винятки, які дозволяють не надати інформацію: таємниця (наприклад державна або банківська), конфіденційна інформація (наприклад персональні дані, якими володіє податкова), або службова інформація (внутрішнє листування чи чорновик рішення). Навіть якщо в документі є засекречена інформація, його зобов'язані надати, заретушувавши секретні дані. Кожен має право отримати будь-яку інформацію про бюджетні кошти. Це стосується не лише органів влади, а й державних підприємств або приватних компаній, які одержують гроші платників податків. Винятки стосуються лише витрат, пов'язаних з армією, а також з оперативною роботою СБУ, міліції та прокуратури. Разом з тим кожен має право ознайомитися з декларацією доходів будь-кого, хто обіймає виборну посаду (від президента до сільського голови) або працює на високій посаді у держслужбі (1–2 ранг).

Системним недоліком Закону вітчизняний науковець І. Усенко вважає те, що з його прийняттям була зруйнована ієрархічна побудова галузі інформаційного законодавства з єдиним базовим Законом України «Про інформацію», який охоплював усі найважливіші питання регулювання інформаційних відносин [154]. Закон доволі часто містить норми, які виходять далеко за рамки предмета його регулювання – доступу до публічної інформації. Відповідно, з прийняттям Закону України «Про доступ до публічної інформації» виник дисбаланс між його нормами і низкою інших законів.

Усе ж варто зазначити, що положення Закону визнані одними з найпрогресивніших у світовій практиці. За результатами міжнародного рейтингу, Закон України «Про доступ до публічної інформації» зайняв дев'яту позицію серед 86 країн світу. Водночас у Законі, на думку вітчизняного дослідника І. Усенка, залишилися низка слабких місць, які вже заважають або можуть завадити в майбутньому його ефективному застосуванню [154].

Напередодні парламентських виборів 2012 р. українські політики почали активніше використовувати інтернет, застосовуючи його потенціал для мобілізації виборців. На початку квітня 2012 р. за кількістю прихильників лідером соціальних мереж залишався С. Тігіпко – його сторінку переглянуло 23 тис. осіб. Далі у рейтингу була Ю. Тимошенко. Свій акаунт у твіттері вона завела в лютому 2011 р. Першим записом було повідомлення: «140 символів як щеплення проти диктатури». Незважаючи на те, що акаунт колишнього прем'єра не оновлювався, він продовжував збільшувати кількість читачів. Наступні за популярністю у фейсбуці – лідер партії «Україна – Вперед!» Н. Королевська та лідер Партії регіонів М. Азаров. Представництва партії «Україна – Вперед» у соціальних мережах були відкриті ще восени 2011 р. й активно розкручувались протягом кількох місяців. Та навесні 2012 р. Н. Королевська охолола до соцмереж. За рік до виборів у неї була доволі жива та цікава сторінка у фейсбуці, проте згодом вона перетворилася на стінгазету. Несподівано для багатьох Партія регіонів також пішла в соцмережі. Ця політична сила мала осмислений підхід до дизайну, чим разом із «Батьківщиною» вирізнялась на тлі інших політичних сил. Але, на відміну від «Батьківщини», де для соцмереж творився оригінальний контент, регіонали займались виключно ретрансляцією повідомлень пресслужби [11].

Відтак цілком логічним стало включення до переліку об'єктів моніторингу діяльності засобів масової комунікації під час парламентських виборів в Україні 2012 р. найбільш впливових та рейтингових всеукраїнських і регіональних інтернет-видань, зокрема, «Українська правда», «Главком», «КорреспондентТ», «Обозревателю», «Левый берег» та ін.

17 листопада 2011 р. Верховна Рада України ухвалила новий Закон «Про вибори народних депутатів України». За ухвалення проголосували 366 нардепів. Установлено змішану систему (50 % депутатів – за партійними списками, 50 % – у мажоритарних округах). Прохідний бар'єр – 5 %. Участь партійних блоків не дозволялася. Конституційний Суд України 10 квітня 2012 р. ухвалив рішення, яким заборонив кандидатам у народні депутати балотуватися одночасно і за партійними списками, і за мажоритарною системою в одномандатних виборчих округах [131].

Вибори до Верховної Ради України відбулися 28 жовтня 2012 р. Було обрано 445 депутатів, ще п'ять обрано на повторних виборах 15 грудня 2013 р., по одному депутату обрано на проміжних виборах 7 липня 2013 р. і 25 травня 2014 р. Депутати, обрані 28 жовтня 2012 р., набули повноважень 12 грудня 2012 р. [131].

Центральна виборча комісія на підставі опрацювання протоколів 225 окружних виборчків 10 листопада оголосила офіційні результати виборів у багатомандатному виборчому окрузі. Згідно з остаточними даними, Партія регіонів набрала 30 % голосів виборців (її підтримали 6116746 громадян), ВО «Батьківщина» – 25,54 % (5209090 голосів), партія «УДАР Віталія Кличка» – 13,96 % (2847979 голосів). Комуністична партія набрала 13,18 % (2687269 голосів), ВО «Свобода» – 10,44 % (2129933 голоси). Крім того, ЦВК визнала обраними 220 депутатів у мажоритарних округах. Від Партії регіонів у парламент обрані 185 депутатів, від «Батьківщини» – 101, УДАРу – 40, від «Свободи» – 37, Компартії – 32, а також 43 самовисуванці й сім представників інших партій [131].

В Остаточному звіті ОБСЄ/БДПЛ зі спостереження за парламентськими виборами 2012 р. в Україні, зокрема, зазначено, що фінансовий фактор усе більше впливає на українські ЗМІ, які висвітлюють вибори [6]. Умови, в яких працювали засоби масової інформації, характеризуються майже повною відсутністю редакційної незалежності на телебаченні. Політизація телебачення підприємцями та залежність державного телебачення і радіо від державного бюджету значно обмежив політичний плюралізм на користь правлячих сил. Через брак політичної волі перетворення національного державного телеканалу України з державного на громадського мовника не відбулося.

Прямий доступ власників засобів масової інформації та політичних діячів до змісту новин – останні здійснюють його у вигляді плати журналістам у конвертах (так звана «джинса») – ускладнює журналістські розслідування та остаточно підриває ключову роль ЗМІ як сторожового пса політичної влади й бізнесу. Платний зміст, замаскований під новини, залишає громадян неспроможними розрізнити редакційне та платне висвітлення, що фактично є політичною рекламою [81].

У 2012 р. Експерти 42 країн Ради Європи вперше відмовилися від традиційного прогнозування і найскладнішим та найпроблемні-

шим сегментом у наступні 10 років визначили медіа. Після цього 12 експертів склали High Level group in EU, Керівний комітет з питань медіа, який надав прогноз і рекомендації до 2025 року [25].

Згідно з прогнозом євроекспертів, традиційна журналістика зникає, оскільки перейшла у сферу послуг, перетворилася на політичні та бізнес-замовлення. Принаймні саме так було в Європі-2012 – традиційні ЗМІ на 80 % продукували замовні тексти. Криза медійних технологій, поширення цифрових продуктів і розвиток соцмереж підводять до висновку, що кожна людина є медіаблогером – і пости медіагромадян змінюють рішення політиків та світових лідерів [25].

На переконання незалежного медіаексперта та багаторічного представника України в керівному Комітеті Ради Європи з питань інформаційного суспільства та медіа Л. Мудрак, медіамайбутнє – це інтернет без меж. Ми живемо після другої цифрової технологічної революції, яка фіксується з 2008 р. – від часу переходу на цифрове ТБ, але насправді за цим стоїть інтернет і процес, коли все зливається в конвергенцію [25]. Наш час увів у суспільний обіг термін «постправа», за якої політики і медіа доманіпулювалися до тієї межі, коли в інформаційному потоці важко або й узагалі неможливо знайти правду. У відповідь на тренд «постправа» з'явився «захисний» хід – уже кілька років у США на факультетах політології, які дають уявлення також і про базову журналістику, викладається курс «Пошук правди в епоху постправи». Протидія маніпуляції і самозбереження стала способом життя.

12 грудня 2012 р. у Верховній Раді України зареєстровано поданий Кабінетом Міністрів України проект Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» № 1076 і 3 липня 2013 р. прийнято в першому читанні. Отримавши неоднозначні оцінки медіаекспертів, відправлений на доопрацювання у вересні та підготовлений до повторного другого читання вже в жовтні 2013 р. Закон буде схвалено Верховною Радою України тільки в квітні 2014 р., уже після Революції Гідності [150].

У лютому 2013 р. Кабінет Міністрів України затвердив План першочергових заходів щодо інтеграції України до ЄС на 2013 р. Уряд публічно взяв на себе зобов'язання враховувати рекомендації Місії ОБСЄ/БДПЛ, залучати експертний та технічний потенціал Ради Європи, ОБСЄ та ЄС. Верховна Рада України ухвалила

Заяву про євроінтеграційні прагнення України та укладення Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС [149]. У квітні 2013 р. Міністерство юстиції України, виконуючи План першочергових заходів щодо інтеграції України до ЄС, розробило проєкт Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення виборчого законодавства» і звернулося до Венеціанської комісії та ОБСЄ/БДПЛ з проханням прокоментувати текст проєктів законів. 17 червня 2013 р. Венеціанська комісія і ОБСЄ/БДПЛ надали письмовий Спільний висновок, у якому, зокрема, рекомендовалося щоб новий виборчий закон зміцнив інституційні механізми для боротьби з поширеною проблемою зловживання адміністративним ресурсом, особливо щодо засобів масової інформації [139].

Проте 21 листопада 2013 р., за кілька днів до Вільнюського саміту східного партнерства, Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням призупинив процес підготовки до підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Саме це рішення влади спричинило «Євромайдан» – протестні акції по всій країні на підтримку євроінтеграційного вибору України, які, після силового розгону та побиття протестувальників у ніч з 29 на 30 листопада у Києві, переросли в «Революцію гідності» – протести перетворилися із проєвропейських на антиурядові і стали значно масштабнішими. 22 лютого 2014 р. Верховна Рада України прийняла Постанову про самоусунення Президента України від виконання конституційних повноважень і призначення позачергових виборів Президента України на 25 травня 2014 р.

За твердженням BBC, вперше слово «Євромайдан» використали 21 листопада в соціальній мережі. Відразу хештег #Євромайдан потрапив у тренди твіттера. До 22 листопада його використали понад 21 тис. разів, коли акції вже проводилися в Донецьку, Івано-Франківську, Луцьку, Ужгороді та Львові. Підняти людей на акції протесту в 2013 р. допомогли соціальні мережі «Твітер» і «Фейсбук», які швидко рознесли інформацію про громадські протести [157].

Найбільше фейсбук-повідомлення і твітер-повідомлення цитувалися у стрічках новин інтернет-видань, рідше в авторських журналістських матеріалах. Онлайн-видання «Українська правда» пропонувало читачам добірки медіаповідомлень та повідомлень із соціальних мереж. Такий спосіб подачі інформації виявився дуже

ефективним, адже за допомогою цих добірок перебіг подій Революції гідності трансливався практично в режимі реального часу, до того ж він доповнювався коментарями політиків та лідерів думок, що дозволяло створити максимально повну інформаційну картину [138].

Пости користувачів мережі Facebook у період Революції гідності (з листопада 2013 до червня 2014 склали основу унікального видання «Фантомная боль #maidan»). Авторами проєкту стали учасники Майдану Анастасія Савицька та Андрій Миргородський [174].

За даними аналітичного звіту Національної спілки журналістів України, (НСЖУ), за час Революції гідності постраждав 271 журналіст як українських, так і іноземних ЗМІ. У лютому 2014 р. в Києві загинули двоє журналістів. Від рук «тітушок» загинув журналіст газети «Вести» В. Веремій, а на Майдані Незалежності – студент і журналіст І. Костенко. Найбільше нападів, крім Києва, було у Харкові, Черкасах, Дніпрі, Запоріжжі, Одесі та Криму. Крім того, за цей період зафіксовано 14 нападів на редакції медіа, 9 арештів та затримань, 31 випадок погроз працівникам медіа фізичною розправою [88].

Разом з тим варто погодитися з певними позитивними висновками експертів Національного інституту стратегічних досліджень щодо динамічного і стрімкого розвитку інформаційної сфери України в цей період розвитку національного інформаційного простору, насамперед збільшення кількості вітчизняних медіа всіх різновидів, обсягу галузевих ринків, темпів та напрямів технологічного оновлення галузі, розширення спектра доступних для громадян джерел інформації, зростання фахового рівня українських журналістів, поступове вдосконалення нормативно-правової бази [150, с. 426].

Висновки

Нова інформаційна політика України в період 2005–2014 рр. формувалася з урахуванням реалій глобального інформаційного суспільства, інформаційних загроз та потреб інформаційної безпеки, орієнтуючись у своєму розвитку на європейський вектор. В основу національної інформаційної політики України було закладено нові стратегії: зокрема тривало доопрацювання проєкту Концепції національної інформаційної політики України, Програми інформатизації України, створення системного Інформаційного кодексу України, Національного фонду цифрової культурної спадщини, Програми безперервної

освіти на базі інформаційно-комунікаційних технологій, об'єднання неурядових організацій в Асоціацію громадських сил для забезпечення свободи слова і вільних засобів масової інформації та комунікації.

У цей період продовжувалося формування нових медіахолдингів, у результаті чого збільшувався зв'язок медіа із олігархічними структурами та власниками. Слід зазначити, що на медіаринку не існувало ефективної бізнес-моделі, здатної створити достатній фінансовий потік для редакцій ЗМІ, таким чином забезпечивши їхню незалежність від олігархічного капіталу.

У 2008 р. в Україні розпочався випуск низки відомих світових медіабрендів. Серед них були «Harper's bazaar», «Cosmopolitan», «Men's Health» та ін.

Бурхливий розвиток теле- радіопростору України на початку другого тисячоліття потребував принципово нової законодавчої моделі управління галуззю. Зокрема, удосконалення вимагала діяльність Національної ради з питань телебачення і радіомовлення.

Упродовж 2007–2014 рр. вимальовувалася парадоксальна ситуація, коли попри зростання кількості друкованих видань і обсягів реклами, реальна аудиторія вітчизняних друкованих ЗМІ суттєво зменшувалася. Така тенденція була зумовлена комплексом причин, визначальними з яких стали загальна криза ідентичності преси, відсутність у вітчизняних видавців комплексного уявлення про українську аудиторію, що заважало чітко визначити свою цільову аудиторію і правильно працювати з нею.

У 2008 р. український національний інформаційний простір відчув на собі наслідки світової фінансової кризи. Частина редакцій медіа змушені були скоротити свій штат і заробітну плату працівників через скорочення рекламних надходжень.

У цей період розвитку національного інформаційного простору формується й починає розвиватися вітчизняне телевізійне кіновиробництво. Однак найвпливовіші телевізійні виробництва, що працюють в Україні, виходячи з маркетингової та комерційної стратегії, продовжували виготовляти чи закуповувати в Російській Федерації продукт різних форматів, розрахований на російського та російськомовного споживача. Така діяльність зміцнювала російський мовнокультурний вплив, гальмувала процеси формування консолідованого українського суспільства та української ідентичності.

Для поліпшення ситуації в галузі необхідною була політика послідовного державного протекціонізму, зокрема запровадження загальнодержавних програм розвитку національної кіноіндустрії.

У 2007–2014 рр. зусилля України були спрямовані на розвиток і зміцнення інформаційного суспільства, адаптацію національного законодавства до вимог та стандартів ЄС. Так, із набранням чинності з січня 2009 р. Закону України «Про ратифікацію Європейської конвенції про транскордонне телебачення» значно активізувалися процеси інтеграції вітчизняних медіа до європейського медіапростору, просування українського інформаційного продукту на зовнішні ринки.

Однак у національному інформаційному просторі продовжувала зберігатися низка негативних явищ, таких як відсутність контролю з боку суспільства, неефективність державної координації, близька до нульової інформаційна присутність України у світі, відсутність інформаційного суверенітету, зокрема дієвих важелів опору культурній та економічній зовнішній експансії у сфері масової комунікації.

Як і в попередній період, політична боротьба під час парламентських і президентських виборчих перегонів та євроінтеграційні прагнення українського суспільства суттєво вплинули на розвиток національного інформаційного простору досліджуваного періоду. Одна із помітних тенденцій – медіатизація політики: традиційні методи боротьби за голоси виборців поповнилися активним використанням медіа, зокрема інтернет-технологій та соціальних мереж.

Крім позитиву, цей процес проявився і в негативному аспекті: під час виборів фіксувалася майже повна відсутність редакційної незалежності, політичний плюралізм деформувалася на користь правлячих сил. Усе це збільшувало кількість «медіаджинси» та підривало ключову роль ЗМІ як гаранта демократії.

Для запобігання нападам на свободу слова та перешкоджання журналістській діяльності під час публічної дискусії» Медіадіагноз» у травні 2010 р. був заснований громадський рух «Стоп цензурі!». Однією з вимог руху було створення суспільного мовлення в Україні.

Не припиняються спроби запровадити суспільне мовлення в Україні, як того вимагали міжнародні зобов'язання держави. 9 квітня 2012 р. Держкомтелерадіо оприлюднив доопрацьований проєкт Громадської гуманітарної ради про суспільне телебачення і радіомовлення України. Проєктом передбачено перетворити Національну

телекомпанію України, Національну радіокомпанію України та Державну телерадіокомпанію «Культура» на юридичну особу публічного права «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (НСТУ).

Зрештою 12 грудня 2012 р. у Верховній Раді України зареєстровано поданий Кабінетом Міністрів проєкт Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» № 1076 і 3 липня 2013 р. його прийнято в першому читанні. Отримавши неоднозначні оцінки медіаекспертів, відправлений на доопрацювання у вересні та підготовлений до повторного другого читання у жовтні 2013 р., Закон схвалено Верховною Радою України тільки у квітні 2014 р., уже після Революції гідності.

Серед найактуальніших тенденцій розвитку національного інформаційного простору України у 2005–2014 рр., на наш погляд, необхідно виділити:

– монополізацію вітчизняного ринку телебачення та інтенсивне ліцензування супутникових мовників, зумовлене вичерпаністю аналогового частотного ресурсу і привабливістю цифрових передавальних технологій;

– формування медіагруп у галузі друкованих засобів масової комунікації України, консолідація й укрупнення видавничих компаній, розвиток мультимедійних платформ та онлайн-проєктів друкованих ЗМІ з активним упровадженням і використанням новітніх технологій;

– зростання припливу капіталовкладень у вітчизняне телевізійне кіновиробництво, формування відповідної ринкової інфраструктури, зростання кількості підприємств та фахівців галузі, нових знімальних площ та устаткування;

– поетапне впровадження цифрового телерадіомовлення, що оптимізувало використання радіочастотного ресурсу, поліпшило якість сигналу, стимулювало розвиток конкурентного середовища на вітчизняному медіаринку, збільшило інвестиційну привабливість галузі та вивело Україну на рівень західноєвропейських показників щодо кількості програм телевізійного, звукового і мультимедійного мовлення;

– динамічне зростання вітчизняної інтернет-аудиторії та інтеграція країни в глобальний вебпростір із поступовим, хоч і недостатнім, упровадженням інноваційних технологій, розрахованих на

чимдалі глибшу конвергенцію інформаційних, мультимедійних та комп'ютерних форматів і сервісів.

Під час Революції гідності соціальні мережі стали одним із головних каналів одержання оперативної інформації для офіційних вітчизняних ЗМІ, що дає підстави стверджувати про становлення в Україні «громадської журналістики», яка в подальшому отримала свій розвиток завдяки активності волонтерів і громадських активістів в анексованому Криму та окупованій частині Донбасу.

Події Євромайдану довели необхідність посилення національного компонента українського медіапростору, посилення боротьби із зовнішніми інформаційними впливами та потреби формування й упровадження протекціоністської політики щодо високоякісного україномовного інформаційного продукту.

Революція гідності сприяла консолідації журналістської спільноти, підвищила увагу зарубіжних медіа до подій в Україні та створила підґрунтя для подальшого розвитку національного інформаційного простору на засадах євроатлантичної інтеграції України.

У наступному розділі проводиться аналіз початку новітнього періоду розвитку національного інформаційного простору в умовах анексії Криму, війни на Сході України та повномасштабної інформаційної війни з Російською Федерацією.

НОВІТНІЙ ПЕРІОД РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ (2014–2019 рр.)

Із початком масових протестів у листопаді 2013 р. в Україні, які отримали назву «Євромайдан» та «Революція гідності», особливо гостро проявилися всі прорахунки у вітчизняній інформаційній сфері за попередні роки. Саме в цей період агресивна інформаційна політика Російської Федерації позначилася на викривленні та спотворенні образу України у світі, зокрема у самій же Росії. Тільки завдяки активному висвітленню цих подій європейськими і світовими медіа (Thomson-Reuters, AFP, AP, TVP, CNN, BBC, Al'Jazira та ін.) була порушена багаторічна практика отримання інформації про Україну із російських джерел. Однак ситуація ще раз засвідчила гостру необхідність створення в Україні власної системи постачання інформації у світовий інформаційний простір та розробки дієвих механізмів протидії інформаційній агресії.

Водночас цілеспрямованим поширенням інформації про Україну за кордон активно зайнялися соціальні медіа, які під час Революції гідності стали одним із головних каналів одержання оперативної інформації для традиційних ЗМІ, що дає підстави стверджувати про становлення та розвиток в Україні громадської журналістики. Наприклад, група «Інформаційний спротив» системно вела спрямовану політику викриття та спростування неправдивої інформації про події в Україні, про відносини України і Росії. Підготовлені експертами аргументовані матеріали перекладалися, здебільшого на волонтерських засадах, різними мовами (англійською, німецькою, французькою, чеською, болгарською та ін.) і поширювалися інформаційними каналами світових медіа.

Використання громадської журналістики та максимально широко висвітлення того, що відбувалося, в режимі онлайн стало, на думку експертів, найбільш ефективним механізмом, що стримав агресивну кампанію Російської Федерації (як на інформаційному, так і реальному рівні). «В умовах, коли російська сторона намагалась створити виключно прийнятне для неї «постановочне» тло подій, онлайніві трансляції з місця подій із використанням інструментів типу «Stream-TV» дало змогу дезавувувати більшість провокаційних

заяв, а в окремих випадках – запобігти провокаціям з боку озброєних людей» [169].

На початку 2014 р. на території Автономної Республіки Крим, крім перебування військового контингенту Російської Федерації, здійснювався інформаційно-психологічний тиск на населення України з боку засобів масової інформації іноземної держави, спостерігалася інформаційна експансія в національний інформаційний простір України, захоплювались стратегічні об'єкти української телекомунікаційної інфраструктури. Усе це відбувалося на тлі масованого і агресивного інформаційного наступу російської пропаганди, яка, всупереч європейським стандартам у сфері засобів масової інформації, намагалася розпалювати в Україні, зокрема в Криму, міжнародну ворожнечу та сепаратистські настрої, посягала на державний суверенітет і територіальну цілісність України [90].

Відповідно до Рішення РНБО України від 1 березня 2014 р. «Про невідкладні заходи щодо забезпечення національної безпеки, суверенітету і територіальної цілісності України» і звернення Ради національної безпеки і оборони України від 6 березня 2014 р. № 242/2-5-1 Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення звернулася до об'єднань провайдерів програмної послуги – Спілки кабельного телебачення, Всеукраїнської асоціації операторів кабельного телебачення і телеінформаційних мереж, Асоціації «Укр-телемережа», Телекомунікаційної палати України, Асоціації «Західноукраїнська гільдія операторів кабельного телебачення», Асоціації правовласників та постачальників контенту, Асоціації телевізійно-інформаційних мереж Криму та керівництва кабельних операторів, таких як «Воля», Укртелеком, «Тріолан», «Датагруп», «Фарлеп Інвест», «Інформаційні технології», «Віасат» та інших з вимогою припинити ретрансляцію у своїх мережах передач російських телеканалів «Россія 24», ОРТ (Первый канал всемирная сеть), «РТР Планета», «НТВ-Мир» [32]. Державне агентство України з питань кіно, відповідно до Закону України «Про кінематографію», скасувало державну реєстрацію фільмів, вироблених у Росії та випущених у прокат після 1 січня 2014 р. Додатково у 2017 р. Україна наклала санкції проти ВАТ «Яндекс», ВАТ «Мейл.Ру Украина», «ВКонтакте», «Однокласники» та ін.

У зв'язку з поширенням Російською Федерацією недостовірної, неповної, упередженої інформації про Україну та намаганнями

маніпулювати суспільною свідомістю в Україні і за її межами виконуючий обов'язки Президента України О. Турчинов 21 травня 2014 р. підписав Указ «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України» № 449/2014 [113].

На той час стало очевидним, що без суспільного мовлення подальший розвиток демократичних процесів та інститутів громадянського суспільства в Україні практично неможливий. Суспільне телерадіомовлення, на переконання вітчизняних експертів, має створюватися на принципово інших засадах, ніж державні чи комерційні телерадіоорганізації [24]. Це мовлення, яке створене для суспільства, фінансується суспільством та перебуває під його контролем. Уникаючи культурної, статевої, релігійної, соціальної і расової дискримінації, суспільні ЗМК вибудовують високі етичні стандарти і підтримують та розвивають громадянські цінності, почуття індивідуальної відповідальності в суспільстві.

Запровадження в Україні суспільного мовлення було також однією з вимог до підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

21 березня 2014 р. під час позачергового саміту Україна – ЄС було підписано політичну частину Угоди та Заключний акт саміту. Зокрема, підписано преамбулу, ст. 1, розд. I «Загальні принципи», II «Політичний діалог та реформи, політична асоціація, співробітництво та конвергенція у сфері зовнішньої та безпекової політики» і VII «Інституційні, загальні та прикінцеві положення» Угоди. На саміті також було зроблено заяву, що зобов'язання України, які впливають зі ст. 8 Угоди про асоціацію стосовно ратифікації Римського статуту Міжнародного кримінального суду 1998 р., будуть виконані після внесення відповідних змін до Конституції України [148].

Після понад десятилітнього обговорення різних законопроектів, 17 квітня 2014 р. Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». Те, що його ухвалили, на той момент виглядало дивом, бо того дня через саботаж попередньої більшості в парламенті (регіонали, комуністи та ін.) Верховна Рада України не прийняла жодного закону [80, с. 32].

Перед голосуванням із підтримкою законопроекту та з рекомендацією щодо ухвалення документа виступили народні депутати з різних фракцій, зокрема тодішній голова Комітету з питань свободи слова та інформації М. Томенко (ВО «Батьківщина»), І. Герашенко (УДАР), Ю. Мірошніченко (Партія регіонів). У результаті за законопроект, який розглядався у другому читанні, проголосували 243 народні депутати. Голосів проти й тих, хто утримався, не було, 64 депутати просто не проголосували. Розподіл голосів по фракціях був такий: Партія регіонів – 0; ВО «Батьківщина» – 82; УДАР – 29; ВО «Свобода» – 35; КПУ – 0; група «Суверенна європейська Україна» – 31; група «Економічний розвиток» – 34; позафракційні – 32. Закон набув чинності з моменту опублікування.

Попереднє обговорення в парламенті тривало багато місяців, тож проєкт настільки вихолостили, що в результаті він виявився рамковим і, отже, важким для втілення на практиці. Проте лобісти реформи сприйняли це як іще одну перемогу Революції гідності [80, с. 32].

13 травня 2014 р. виконувач обов'язків Президента України, голова Верховної Ради України підписав ухвалений 17 квітня Закон України № 1227-VII «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». Тож уже в травні мав би розпочатися процес реформування Національної телекомпанії (НТКУ), Національної радіокомпанії (НРКУ) та близько 30 регіональних телерадіокомпаній (ОДТРК) у Національну суспільну телерадіокомпанію (НСТУ), проте, на думку вітчизняних експертів, формально його ніхто не очолив, тож процес і не рушив з місця [78].

Постановою Верховної Ради України від 13 березня 2014 р. № 875-VII «Про забезпечення безперешкодної діяльності засобів масової інформації у передвиборний період 2014 року» Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення було рекомендовано відмінити графіки перевірок телерадіоорганізацій на період передвиборчої кампанії з виборів Президента України [99]. На виконання Постанови голова Національної ради видав наказ про припинення перевірок телерадіоорганізацій на час виборчої кампанії.

Вибори Президента України були проведені відповідно до постанови Верховної Ради України № 757-VII від 22 лютого 2014 р., яка встановлювала, що «Президент України В. Янукович у неконституційний спосіб самоусунувся від здійснення конституцій-

них повноважень та є таким, що не виконує свої обов'язки» і призначала у зв'язку з цим фактом позачергові вибори Президента України на 25 травня 2014 р., у 90-денний термін з дня прийняття Постанови, як це передбачено Конституцією України. Це були другі, після виборів 1994 р., позачергові президентські вибори в Україні [54].

Вибори відбулися в один тур 25 травня 2014 р. Вперше за історію незалежності голосування відбулось не по всій території країни: не мали змоги проголосувати мешканці тимчасово окупованого Росією Криму (хоч частина громадян (приблизно 30 тис.) змогли приїхати і проголосувати в м. Херсон) та жителі багатьох районів Донбасу, захоплених терористами. У бюлетені були зазначені прізвища 21 кандидата. Перемогу на виборах здобув П. Порошенко (54,7 % голосів). Він приведений до присяги 7 червня 2014 р. [54].

Головним інструментом нагляду за дотриманням телерадіоорганізаціями виборчого законодавства стали моніторинги телерадіопрограм, які проводилися Національною радою з 31 березня до 25 травня та із 13 вересня до 26 жовтня 2014 року і передбачали цілодобовий аналіз мовлення загальнонаціональних теле- і радіоканалів, українських та іноземних супутникових телеканалів, вибіркового систематичних моніторингові регіональних і місцевих ЗМК. Також до уваги бралися матеріали моніторингові, здійснених громадськими організаціями, до сфери діяльності яких належить спостереження за перебігом виборчого процесу.

У «Звіті про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час виборчої кампанії Президента України 2014 року» Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, зокрема, відзначено рекордну кількість відеороликів соціальної реклами, виготовлених до президентських виборів, із закликом до громадян України виконати свій конституційний обов'язок і прийти на виборчі дільниці 25 травня та зробити вибір на користь одного із кандидатів на пост Президента України [37]. Єдиним спеціальним телевізійним проектом, створеним спеціально для інформаційного забезпечення виборів, був проєкт «Національні дебати», який транслювався в ефірі Національної телекомпанії України.

25 серпня 2014 р. Президент України П. Порошенко публічно оголосив про рішення достроково припинити повноваження Верхов-

ної Ради України сьомого скликання відповідно до ст. 90 Конституції України, за якою «Президент України має право достроково припинити повноваження Верховної Ради України, якщо: 1) протягом одного місяця у Верховній Раді України не сформовано коаліцію депутатських фракцій відповідно до статті 83 цієї Конституції...». Парламентська коаліція розпалася 24 липня 2014 р., коли фракції «УДАР» та «Свобода» оголосили про свій вихід з неї. Протягом місяця нової коаліції не було сформовано [12].

Дострокові вибори до Верховної Ради України відбулися 26 жовтня 2014 р. Вони проводились згідно зі старим Законом України «Про вибори народних депутатів України» за змішаною системою. Відповідно до частини п'ятої ст. 8 Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України» вибори на території Автономної Республіки Крим і Севастополя не проводилися. Також не відбулися вибори в 9 округах Донецької і 6 округах Луганської областей [12].

До українського парламенту пройшли шість партій: «Народний Фронт» – 22,14 % голосів виборців (64 депутатських мандати) та 18 мажоритарників, «Блок Петра Порошенка» – 21,81 % (63 депутатські мандати) та 69 мажоритарників, Об'єднання «Самопоміч» – 10,97 % (32 депутатські мандати) та один мажоритарник, «Опозиційний блок» – 9,43 % (27 депутатських мандатів) та два мажоритарники, Радикальна Партія Олега Ляшка – 7,44 % (22 депутатські мандати) і жодного мажоритарника, «Батьківщина» – 5,68 % (17 депутатських мандатів) та два мажоритарники за результатами голосування [12].

Згідно зі «Звітом про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час проведення виборчої кампанії народних депутатів у 2014 році» кампанія з виборів народних депутатів відбувалася в надзвичайних умовах, спричинених військовою агресією проти України [38]. Тому висвітлення перебігу виборчих перегонів мало свої особливості, як для телерадіоорганізацій, так і для Національної ради, яка на доручення Президента України здійснювала комплексні заходи для впровадження спеціального інформаційного програмування для сходу України.

Результати медіамоніторингові засвідчили, що загалом президентські та парламентські вибори 2014 р. в медійному дзеркалі мають більш демократичний і збалансований характер порівняно з

усіма попередніми виборчими кампаніями в Україні. Водночас журналістам довелося висвітлювати вибори в умовах безпрецедентної інформаційної війни з боку Росії та брутальної антиукраїнської пропаганди; захоплень сепаратистами студій регіональних телекомпаній, передавачів ефірного мовлення, вимкнень загальноукраїнських телеканалів.

На основі аналізу результатів моніторингових звітів, офіційних заяв та рекомендацій вітчизняних і міжнародних спостережних організацій можна прогнозувати потенційні законодавчі зміни виборчої системи, а також конституційні зміни щодо децентралізації системи місцевого самоврядування, які можуть внести суттєві корективи у формування місцевої влади в Україні. На наше переконання, в інформаційному законодавстві України такі зміни мають найперше стосуватися регулювання права власності на ЗМІ для державних службовців, народних депутатів та представників політичних об'єднань.

27 червня 2014 р. під час засідання Ради ЄС Президентом України П. Порошенком та керівництвом Європейського Союзу і главами держав та урядів 28 країн-членів ЄС було підписано економічну частину Угоди – розділи III «Юстиція, свобода та безпека», IV «Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею», V «Економічне та галузеве співробітництво» та VI «Фінансове співробітництво та положення щодо боротьби із шахрайством» [148].

16 вересня 2014 р. Європейський парламент ратифікував Угоду синхронно з Верховною Радою України (у вигляді телемосту). За ратифікацію проголосувало 355 депутатів Верховної Ради та 535 депутатів Європарламенту [148].

Та процес ратифікації було завершено лише в червні 2017 р. 1 вересня 2017 р. Угода про асоціацію між Україною і Європейським Союзом набула повної міжнародно-правової чинності, включаючи створення поглибленої і всеосяжної зони вільної торгівлі.

Тільки 8 вересня 2014 р. наказом Державного комітету телебачення та радіомовлення України № 115 було затверджено склад Міжвідомчої робочої групи з питань реалізації Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» та здійснення заходів, пов'язаних зі створенням НСТУ, до якої увійшли представники Комітету, Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, НТКУ, НРКУ, каналу «Культура», ОДТРК, «Укртелефільму» та ін.

Робоча група була зв'язана чинним Законом, згідно з яким майбутня НСТУ формально мала знову стати державною установою. Тобто фактично просто змінити вивіску. Проти цього активно виступали всі, хто вболівав за створення суспільного мовлення в Україні, зокрема й медійні громадські організації, представникам яких вдалося зустрітися з Прем'єр-міністром України і переконати його: якщо й створювати суспільне мовлення, то максимально незалежним від влади [78].

Постановою Кабінету Міністрів «Про утворення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (п. 1 протоколу № 93) визначено, що статутний капітал товариства формується за рахунок майна Національної телекомпанії, Національної радіокомпанії, Державної телерадіокомпанії «Всевітня служба «Українське телебачення і радіомовлення», Державної телерадіокомпанії «Культура», обласних державних телерадіокомпаній, Державної телерадіомовної компанії «Крим», державних організацій «Київська державна регіональна телерадіокомпанія», «Севастопольська регіональна державна телерадіокомпанія», Криворізька регіональна державна телерадіокомпанія «Криворіжжя», «Новгород-Сіверська регіональна державна телерадіокомпанія «Сіверська» та Української студії телевізійних фільмів «Укртелефільм», які ліквідуються. Повноваження з управління корпоративними правами держави стосовно товариства здійснює Державний комітет телебачення і радіомовлення [153].

Як виявилось, створити публічне акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія» без внесення змін до чинного Закону України неможливо, оскільки зазначені в Законі України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» державні телерадіоорганізації є бюджетними установами [118]. Тож 19 березня 2015 р. Верховна Рада України ухвалила проєкт Закону України № 1357 «Про внесення змін до деяких законів України щодо Суспільного телебачення і радіомовлення України». Цей документ нарешті забезпечив законодавчу базу для створення державного публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (НСТУ).

7 квітня 2015 р. під час урочистої презентації Суспільного мовлення в Києві, в Мистецькому Арсеналі, Президент України в

прямому ефірі підписав Закон. Тоді ж було презентовано новий бренд мовника – «УА: Суспільне мовлення», у прямому ефірі було змінено логотип телеканалу на «УА: Перший» та запущено новий сайт телеканалу. 5 серпня 2015 р. Кабінет Міністрів України ухвалив Постанову щодо порядку перетворення Національної телекомпанії України на Національну суспільну телерадіокомпанію України. 18 вересня 2015 р. НТКУ зареєструвала свої філії в усіх областях, розпочався процес переведення працівників і передача майна від ОДТРК до нових філій НТКУ [143].

Суспільне телебачення і радіомовлення України утворюється у формі акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (НСТУ), 100 % акцій якого належить державі. НСТУ мовить не менше ніж на двох загальнонаціональних (суспільно-політичному та культурно-освітньому) та на регіональних каналах мовлення багатоканальної ефірної телемережі, а також не менше ніж на трьох загальнонаціональних ефірних радіоканалах (суспільно-політичному, культурно-освітньому, молодіжному) [80, с. 44].

Створення суспільного мовлення керівництво держави протягом 2015 р. часто називало однією з небагатьох успішних реформ після Революції гідності (ще однією було створення нової поліції). Крім того, що це зобов'язання України перед Радою Європи, водночас ще й стало пріоритетним завданням відповідно до «Річної національної програми співробітництва Україна – НАТО на 2015 рік», затвердженої Указом Президента України наприкінці квітня.

Із розвитком національної системи глобального мовлення тісно пов'язане налагодження ефективного «управління новинами» про Україну з боку держави. Загальноприйнятою практикою у світі є утворення служб, що за допомогою спеціально розроблених механізмів опікуються поширенням повідомлень про країну. Зазвичай це розглядається як розумний баланс між демократичними принципами права на інформацію й свободи слова і здійснюваним в інтересах суспільства та громадян контролем за нею. Одним із перших прикладів створення таких органів у країнах світу став Комітет стратегічних комунікацій (Strategic Communication Unit) у Великобританії.

Україна ж пішла шляхом створення Міністерства інформаційної політики. 2 грудня 2014 р. Верховна Рада України проголосувала за основу і в цілому за проект Постанови № 1008 «Про формування

складу Кабінету Міністрів України», зокрема про призначення Ю. Стеця міністром інформаційної політики України [125]. Наступного дня «Українська правда» опублікувала свій варіант положення про «Міністерство правди», згідно з яким основними завданнями новоствореного Міністерства є: «забезпечення формування державної політики щодо діяльності засобів масової комунікації, формування стратегії інформаційної політики держави та забезпечення її дотримання, реалізація державної політики у сферах поширення інформації, просвітницької діяльності і використання національних інформаційних ресурсів, створення умов для розвитку інформаційного суспільства, а також у сфері здійснення державного нагляду (контролю) за діяльністю засобів масової комунікації незалежно від їх підпорядкування і форми власності» [86]. Варто зазначити, що в частині функцій сфера відповідальності новоствореного Міністерства перетиналася зі сферою відповідальності Державного комітету телебачення і радіомовлення України.

14 січня 2015 р. Кабінет Міністрів України прийняв Постанову № 2 «Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України», якою утворив Міністерство інформаційної політики України та затвердив Положення про Міністерство. Основними завданнями Міністерства згідно з Постановою є: забезпечення інформаційного суверенітету України, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, а також забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів; забезпечення здійснення реформ засобів масової інформації щодо поширення суспільно важливої інформації [83].

Серед завдань новоствореного Міністерства також зазначено організацію та забезпечення діяльності державних телерадіоорганізацій у частині закордонного мовлення з метою поширення інформації про Україну у світі. Крім того, відомство покликане надавати методичну та практичну допомогу пресслужбам органів виконавчої влади, а також вживати заходів стосовно захисту прав громадян на вільне збирання, зберігання, використання і поширення інформації, зокрема на тимчасово окупованих територіях та в районі АТО, відповідно до покладених на нього завдань.

Проте формування міністерства викликало жорстку критику у Верховній Раді України. Занепокоєння створенням в Україні держав-

ного органу з контролю інформації висловили представниця ОБСЄ з питань свободи медіа Д. Міятович, Міжнародна і Європейська федерація журналістів, Комітет захисту журналістів, «Репортери без кордонів». Проти створення так званого «міністерства правди» виступили рух «Стоп цензурі!», Незалежна медіапрофспілка України, журналісти та експерти-міжнародники [52].

На наше переконання, призначення Міністра інформаційної політики і створення Міністерства інформаційної політики України без публічного обговорення та проведення належних наукових і фахових експертиз у будь-якому разі поставило під сумнів прозорість реалізації державної інформаційної політики в країні. А отже, дало підстави експертам і науковцям застерігати про можливість застосування з боку відомства, що офіційно формує та здійснює інформаційну політику, певних каральних санкцій та примусу до виконання незрозумілої широкій громадськості стратегії. Заяви ж новопризначеного міністра про те, що Міністерство створено на час військової агресії і, за умови стабілізації ситуації, можлива ліквідація відомства, взагалі поставило під сумнів доцільність його формування.

Разом з тим Міністерство інформаційної політики України за певних законодавчих доопрацювань та застережень, на нашу думку, могло б стати єдиним національним регулятором вітчизняних засобів масової комунікації всіх форм власності: і телерадіокомпаній, і друкованих ЗМК, й інтернет-видань та нових «конвергентних» медіа, що активно формуються в Україні.

17 лютого 2016 р. члени Комітету з питань свободи слова та інформаційної політики Верховної Ради України звернулися до МВС та Генпрокуратури України щодо саботажу реформи Суспільного мовлення в Україні керівництвом ДП «Студія «Укртелефільм» і прийняли рішення провести виїзне засідання. 25 лютого 2016 р. на виїзному засіданні, яке відбулося в приміщенні студії «Укртелефільм», були присутні семеро парламентарів, гендиректор НТКУ З. Аласанія, голова Держкомтелерадіо О. Наливайко, комісія Держкомтелерадіо з реорганізації, слідча комісія у справі блокування передачі документів і печатки голові ліквідаційної комісії «Укртелефільму», члени колективу студії, чоловіки в камуфляжній формі, журналісти й ін. [80, с. 72].

Держкомтелерадіо досить оперативно змінив склад комісії, але це не змінило ситуації. На «Укртелефільмі» продовжували саботувати реформу. Врешті це спонукало народних депутатів зареєструвати у Верховній Раді України проєкт змін до Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення в Україні» в частині порядку приєднання «Укртелефільму» до ПАТ «НСТУ».

17 травня 2016 р. Верховна Рада ухвалила Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення», який виключив державне підприємство «Українська студія телевізійних фільмів «Укртелефільм» з першого етапу реформування державних мовників на суспільне і приєднує його на другому етапі вже до утвореної юридичної особи ПАТ НСТУ у формі публічного акціонерного товариства «Укртелефільм». Таким чином, були усунені останні перешкоди у створенні Національної суспільної телерадіокомпанії України [143].

30 вересня 2016 р. Держкомтелерадіо видав наказ № 177 «Про реорганізацію Національної телекомпанії України», яким наказано припинити діяльність НТКУ шляхом перетворення на публічне акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України». Головою комісії з перетворення Національної телекомпанії призначено З. Аласанію.

13 жовтня 2016 р. на офіційному сайті Держкомтелерадіо оприлюднили проєкт Статуту Публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (ПАТ «НСТУ»). Держкомтелерадіо, відповідно до норм регламенту Кабміну, надіслав на погодження в Мінекономрозвитку, Мінфін, Мінінформполітики, Національну раду з питань телебачення і радіомовлення, Національну комісію із цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) та Фонд держмайна проєкт постанови уряду про затвердження статуту ПАТ «НСТУ» й проєкт статуту, який розробили Держкомтелерадіо спільно з Наглядовою радою НСТУ, з урахуванням рекомендацій експертів Ради Європи та представників громадськості в медіасфері [80, с. 83].

20 жовтня 2016 р. Севастопольська регіональна державна телерадіокомпанія і державна телерадіокомпанія «Крим» припинили реєстрації як юридичні особи в статусі ДТРК. Севастопольська РДТРК та Кримська ДТРК, як і всі обласні державні телерадіоком-

панії, реформовані у філії НТКУ і працюють як регіональні дирекції. Раніше припинили своє існування як юридичні особи: телеканал «Культура», КДР ТРК, Національна радіокомпанія України, Луганська, Кіровоградська, Одеська, Полтавська, Херсонська, Львівська, Запорізька, Хмельницька, Закарпатська, Черкаська, Рівненська, Чернівецька, Дніпропетровська, Житомирська, Чернігівська, Донецька, Миколаївська ОДТРК (але згодом реєстратор відкликав рішення про припинення реєстрації через деякі питання фіскальної служби до цієї ОДТРК), Новгород-Сіверська, Криворізька ДТРК, Сумська, Тернопільська, Волинська, Вінницька, Харківська ОДТРК [143].

Генеральний директор Національної телекомпанії України З. Аласанія 1 листопада 2016 р. написав заяву про звільнення за власним бажанням, а 2 листопада Кабінет Міністрів України на засіданні погодив звільнення генерального директора НТКУ. 28 грудня 2016 р. Кабінет Міністрів України одногolosно ухвалив статут ПАТ «НСТУ» на засіданні під головуванням Прем'єр-міністра України В. Гройсмана [80, с. 93].

19 січня 2017 р. зареєстровано Публічне акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України». Його засновник – держава в особі Кабінету Міністрів України. Статутний капітал становить 2,54 млрд грн. ПАТ НСТУ – правонаступник Національної телекомпанії України, створеної 1995 р. [143].

Наглядова рада ПАТ «НСТУ» 30 січня 2017 р. затвердила місію ПАТ «НСТУ»: «Захищати свободи в Україні. Надавати суспільству достовірну та збалансовану інформацію про Україну та світ, налагоджувати громадський діалог задля зміцнення суспільної довіри, особистості та українського народу» [80, с. 114].

3 квітня 2017 р. Донецька філія НСТУ (телеканал «До ТеБе») розпочала супутникове мовлення. «До ТеБе» можна було побачити по всій Донеччині. Після об'єднання Луганської й Донецької філій ця супутникова ліцензія перейшла каналу «UA: Донбас» [80, с. 130].

10 квітня 2017 р. у конференц-залі інформаційного агентства «Укрінформ» відбулися вибори голови правління ПАТ «НСТУ». Вісім претендентів на посаду голови правління презентували свої стратегії розвитку та відповіли на запитання. За результатами голосування у другому турі З. Аласанія набрав десять голосів «за», О. Наливайко – сім голосів. Таким чином Наглядова рада шляхом

таємного голосування обрала головою правління Суспільного мовлення З. Аласанію [80, с. 115].

Закон України «Про систему іномовлення України» дав старт роботі над створенням українського інформаційного контенту для закордонного споживача. 1 жовтня 2015 р. відбувся запуск Мультимедійної платформи іномовлення України, що об'єднав ресурси телеканалу UA|TV та «Укрінформу». 3 квітня 2016 р. почалася активна фаза реформатування каналу відповідно до світових стандартів іномовлення. Станом на кінець 2016 р. було підписано контракти з 58 операторами кабельних мереж іноземних країн.

У грудні 2015 р. в структурі Міністерства закордонних справ України було створено Управління публічної дипломатії, до функцій якого належить реалізація іміджевих програм за кордоном. У 2016–2017 рр. МЗС реалізувало кілька масштабних акцій культурного та громадського характеру, які привернули увагу світової спільноти до пов'язаних з Україною питань [21].

У жовтні 2016 р. уряд схвалив розроблену Міністерством інформаційної політики Концепцію популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Концепція базується на системному підході та максимальному залученні всіх зацікавлених сторін. У 2017 р. був розроблений План заходів на виконання Концепції із залученням профільних міністерств і відомств. Цього ж року при Мінінформполітики створена Міжвідомча комісія з питань популяризації України у світі. Одним із напрямів її діяльності стала розробка національного бренду. У межах популяризації України у світі Міністерство інформаційної політики України запустило 30-секундний рекламний ролик про Україну в кабельній новинній сітці CNN. Ролик транслювався в ефірі протягом 15–21 грудня 2017 р. [89].

10 травня 2018 р. Уряд України затвердив бренд України Ukraine NOW, розроблений креативною компанією Vanda Agency. Ukraine now стала наймасштабнішою міжнародною маркетинговою кампанією українського уряду. Його головною метою було сформувати позитивний образ України серед міжнародної спільноти, привернути увагу іноземних інвесторів та покращити туристичний потенціал.

26 вересня 2018 року Кабінет Міністрів України затвердив рекомендаційний брендбук «Ukraine Now» для використання націо-

нального бренду в межах популяризації та просування України у світі [51].

Українське громадянське суспільство відіграє важливу роль у реалізації політики інформаційної безпеки – від участі у громадських та експертних радах до реалізації конкретних проєктів інформаційного спротиву та популяризації України. Деякі громадські активісти в інформаційній сфері навіть пішли на державну службу для продовження і посилення цієї діяльності [21].

4 грудня 2015 р. Верховною Радою України ухвалено Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації». Відповідно до частини першої ст. 1 «Дія цього Закону поширюється на друковані засоби масової інформації, засновниками (співзасновниками) яких є органи державної влади, інші державні органи та органи місцевого самоврядування, і редакції друкованих засобів масової інформації, засновниками (співзасновниками) яких є органи державної влади, інші державні органи та органи місцевого самоврядування».

Частина перша ст. 2 Закону передбачає: «Реформування друкованих засобів масової інформації та редакцій здійснюється у два етапи: перший – протягом одного року з дня набрання чинності цим Законом та другий – протягом наступних двох років» [111, с. 34]. Таким чином, процес реформування друкованих засобів масової інформації мав бути повністю закінчений 31 грудня 2018 р.

Проте, за даними Зведеного переліку об'єктів реформування, що створений і ведеться Державним комітетом телебачення і радіомовлення, станом на 17 травня 2017 р. в Україні було реформовано лише два друковані засоби масової інформації, засновниками яких був Пенсійний фонд України: газети «Пенсійний кур'єр» та журналу «Вісник Пенсійного Фонду України», засновниками яких з квітня 2017 р. є Товариство з обмеженою відповідальністю «Українська соціальна медіа-група».

Із 105 друкованих засобів масової інформації центральних органів влади більшість видань – журнали. Але зареєстровані й інші види видань: газети, бюлетені та збірники. Органи центральної влади не завжди надають інформацію, чи існує окрема редакція друкованого ЗМІ. Проте з наявної інформації видно, що майже в половині випадків для видання друкованого ЗМІ центрального органу влади

створюється і фінансується спеціальне державне підприємство. Для прикладу, газета «Голос України» видається державним підприємством «Редакція Газети "Голос України"», єдиний засновник редакції – Верховна Рада України. Журнал Міністерства закордонних справ «Зовнішні справи» видається державним підприємством «Редакція журналу МЗС України "Політика і Час"», єдиним засновником якого є МЗС. У деяких випадках засновниками державного підприємства-редакції виступають кілька юридичних осіб, і відповідному міністерству не належить контрольний пакет. Так, наприклад, співзасновниками Державної редакції щомісячного інформаційно-популярного та науково-практичного ілюстрованого журналу «Міліція України» є ВАТ «Державний Ощадний Банк України» (88,6 % статутного капіталу) та Міністерство внутрішніх справ України (11,4 % статутного капіталу) [2].

Дев'ять друкованих засобів масової інформації, засновниками або співзасновниками яких виступають органи влади, видаються приватними редакціями. Зокрема, журнал «Вісник Вищого адміністративного суду України» видається Товариством з обмеженою відповідальністю «Юрінком-Інтер». Це ж саме Товариство також видає журнал «Вісник господарського судочинства».

У 13 випадках органи влади стверджують, що відповідні засоби масової інформації є офіційними виданнями, а тому не потребують реформування. При цьому до офіційних видань віднесли не тільки бюлетені, як наприклад «Бюлетень Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (офіційне видання)», а й видання, які за своїм змістом не відповідають вимогам, передбаченим законодавством щодо офіційних видань, наприклад газету «Голос України» [2].

Законом України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» чітко визначено поняття «офіційні друковані видання – видання Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Конституційного Суду України, Верховного Суду України, вищих спеціалізованих судів, центральних органів виконавчої влади, інших державних органів із спеціальним статусом, що видаються з метою опублікування нормативно-правових актів, рішень цих органів та інформації, обов'язковості

опублікування якої передбачена законодавством, під час підготовки яких не використовується творча праця журналістів. В офіційних друкованих виданнях забороняється розміщувати рекламу або будь-яку іншу інформацію, обов'язковість опублікування якої не передбачена законодавством» [109, с. 299].

Поширеними є ситуації, коли засновники друкованих видань зазначають, що вони не реформують власні видання в очікуванні змін до законодавства України, яке виведе ці видання з процесу реформування. Наприклад, Адміністрація державної прикордонної служби не розглядає питання реформування газети «Прикордонник України» та журналу «Кордон» у зв'язку із знаходженням на розгляді Верховної Ради України проекту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» (щодо непоширення дії Закону на друковані засоби масової інформації сектору безпеки і оборони), реєстр. № 4412 від 13 квітня 2016 р.

Міністерство оборони України не реформує газету «Народна армія» і журнал «Військо України» через очікування розгляду проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законів України (щодо створення друкованих засобів масової інформації Міністерством оборони України та військово-цивільними адміністраціями на час проведення антитерористичної операції)», реєстр. № 5008. При цьому положення Закону України «Про внесення змін до деяких законів України (щодо створення друкованих засобів масової інформації Міністерством оборони України та військово-цивільними адміністраціями на час проведення антитерористичної операції)», ухваленого Верховною Радою України 18 травня 2017 р., не поширюється на друковані видання Міністерства оборони України, що вже існують, а лише дозволяє створювати нові друковані засоби масової інформації з певними обмеженнями в місцях діяльності військово-цивільних адміністрацій, і виключно на час проведення антитерористичної операції [2].

Згідно з аналізом стану реформування друкованих ЗМІ центральних органів влади, проведеного юристами Центру демократії і верховенства права, «майже всі (91 %) центральні органи влади не планують здійснювати реформування державних підприємств – редакцій своїх друкованих засобів масової інформації» [2].

А розв'язання зазначених проблем можливе лише спільними зусиллями органів державної влади і громадськості. Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» створив достатні умови для здійснення роздержавлення, проте деякі положення цього Закону все ще потребують подальшого уточнення та доповнень для уникнення випадків зловживань.

За результатами проекту «Моніторинг медіавласності», проведеного Інститутом масової інформації (ІМІ) та Репортерами без кордонів з липня по жовтень 2016 р., приватні власники домінують на медіаринку України і майже всі вони займають місце серед найбагатших людей країни. Хоча їхні імена широковідомі, у більшості випадків корпоративні структури і пов'язані економічні інтереси залишаються прихованими, іноді навіть через офшорні холдинги. Одні й ті самі люди контролюють сектори економіки країни і ЗМІ, тому політичний вплив на них надзвичайно великий [7].

Для дослідження було обрано 43 найбільш популярних ЗМІ, серед них 12 телеканалів. Результати моніторингу показав, що телевізійний ринок в Україні є висококонцентрованим, оскільки основні чотири власники охоплюють частку аудиторії 76,25 %. Кожна з чотирьох найбільших медіагруп, StarLight Media (21,68 %), 1+1 медіа (20,49 %), Inter Media (21,42 %) і Медіа Група Україна (12,66 %) мають аудиторію близько 20 %. Ці медіагрупи належать найбагатшим людям в Україні: В. Пінчуку, І. Коломойському, Д. Фірташу й Р. Ахметову відповідно.

4 радіогрупи охоплюють 92,23 % аудиторії України. Радіогрупа Тавр Медіа (В. Пінчук) досягає 39,53 % – вона об'єднує шість радіостанцій. Ukrainian Media Holding (О. Курченко) має сім радіостанцій. Бізнес Радіо Група (Є. Євтухов) представлена чотирма радіостанціями. ТРК Люкс має дві радіостанції. Три з чотирьох основних власників великих радіогруп є відомими багатими людьми України, крім ТРК Люкс, що належить дружині мера Львова – К. Кіт-Садівій.

Провідні чотири друковані ЗМІ займають 18,60 % читацької аудиторії, що визначає низьку концентрацію. Ринок найреєстрованих друкованих ЗМІ зосереджений у руках чотирьох власників – Р. Ахметов («Сьогодні»), О. Курченка («Кореспондент», «КП в Україні»), «Аргументи і факти»; «Деньги», «Теленеделя»; Д. Мозговий / Т. Александрова («Вести») та О. Швець («Факти»). Експерти зазна-

чають, що троє з власників (крім О. Швеця) мають проросійську позицію та друкують свої видання переважно російською мовою.

На переконання виконавчого директора ІМІ О. Романюк, 75 % медіа в Україні належить політикам та олігархам. За європейськими стандартами, ця практика є ненормальною, оскільки ЗМІ в демократичних країнах мають бути вільними [7].

17 травня 2017 р. Угоду про безвізовий режим України з ЄС підписали голова Європейського парламенту А. Таяні та представник Мальти, яка головує в Раді ЄС. Опівночі на 11 червня 2017 р. громадяни України з біометричними паспортами отримали право на безвізові поїздки до країни ЄС та деяких окремих членів Шенгенської зони. Безвізовий режим для українців поширюється на всі країни ЄС, крім Великої Британії та Ірландії. Також можна їздити до Ісландії, Ліхтенштейну, Норвегії та Швейцарії, які входять до Шенгенської зони, але не є членами ЄС. Для безвізових подорожей до країн ЄС, як прописано в Угоді, потрібно мати біометричний закордонний паспорт. Такі ж умови ще з 2005 р. діють і для громадян ЄС для поїздок в Україну [5].

У межах роботи Експертної ради при Міністерстві інформаційної політики України ще з 2015 р. розпочалася робота над Доктриною інформаційної безпеки України та Концепцією інформаційної безпеки України. Указом Президента України від 25 лютого 2017 р. № 47/2017 введено в дію Рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 р. «Про Доктрину інформаційної безпеки України», проект якої «внесений членом Ради національної безпеки і оборони України, Міністром інформаційної політики України Ю. Стецем та розроблений Міністерством інформаційної політики України» [44].

Як сказано у Загальних положеннях, «Доктрина інформаційної безпеки України визначає національні інтереси України в інформаційній сфері, загрози їх реалізації, напрями і пріоритети державної політики в інформаційній сфері». Проте метою реалізації визначено «уточнення засад формування та реалізації державної інформаційної політики» виключно «щодо протидії руйнівному інформаційному впливу Російської Федерації в умовах розв'язаної нею гібридної війни», що, на наше переконання, суттєво звужує вектори впливу цього документа.

До позитиву Доктрини, на наш погляд, варто віднести нормативне визначення низки термінів: «стратегічні комунікації», «урядові комунікації» та «кризові комунікації», що розмежовує їх проблематику та дає змогу позбутися дублювання завдань і заходів, що реалізуються різними державними органами України. Вперше на рівні нормативного акта закріплено термін «стратегічний наратив», який є одним із ключових щодо забезпечення інформаційної безпеки.

Водночас правозахисників стурбувала закладена в Доктрині можливість «виявлення, фіксації, блокування та видалення» «ворожих» інтернет-ресурсів в українському сегменті інтернету. За словами колишнього виконавчого директора Української Гельсінської спілки з прав людини В. Яворського, Доктрина закладає державну систему постійного моніторингу вебресурсів, що, на його думку, передбачає встановлення цензурованих шлюзів, які відокремлять український інтернет від світу [44].

Незважаючи на певну ейфорію окремих експертів-оптимістів щодо «перезавантаження Міністерства інформаційної політики України» та створення «фактично нового силового міністра Юрія Стеця» з прийняттям Доктрини інформаційної безпеки України відразу виник ряд експертних застережень:

– Доктрина об'єктивно є декларативним документом, що визначає стратегічні вектори впливу, але необхідна розробка та впровадження наступних нормативно-правових актів, що окреслять та забезпечать механізми її реалізації;

– розд. 6 «Механізм реалізації Доктрини» визначено близько 10 центральних органів влади від Міністерства оборони України до Державного агентства України з питань кіно при традиційній відсутності координації дій та механізмів взаємодії між собою;

– у Міністерстві інформаційної політики України може утворюватися «допоміжний орган» для «сприяння координації діяльності органів виконавчої влади та взаємодії з іншими державними органами в інформаційній сфері», попри те, що координаторами визначено: Раду національної безпеки і оборони України, Кабінет Міністрів України та саме Мінінформполітики.

Метою Доктрини визначено: «уточнення засад формування та реалізації державної інформаційної політики», що, на наше переконання, мала б визначати Концепція державної інформаційної політи-

ки України, доопрацювання та ухвалення якої залишається надзвичайно актуальним у сучасних умовах [72, с. 151].

Згідно з результатами другого етапу дослідження експертної думки щодо сучасного стану та напрямів розвитку медіаринку в Україні «Майбутнє українських медіа–2», проведеного на замовлення Українського Інституту майбутнього у листопаді–грудні 2017 р., українські медіа переважно визнавалися збитковими та дотаційними [62].

Популярність, довіра та реклама – три кити, на яких стоїть ринок медіа. Але в Україні, на думку експертів, усі три опори медійної галузі переживають суттєву кризу.

Так, ринок реклами в Україні в 2017 р. був утричі нижчий свого ж рівня 2013 р. Тож, за оцінками експертів, за нинішніх темпів зростання український рекламний ринок досягне рівня 2013 р. у 2029-му. За даними Всеукраїнської рекламної коаліції, на початок 2017 р. вітчизняний рекламний ринок був у 50 разів меншим німецького, у 12 – російського і вчетверо – польського.

Інша проблема вітчизняних засобів масової інформації, пов'язана не з грошима або рейтингами, – це криза довіри, аудиторія все менше довіряє журналістам та ЗМІ.

Розвиток медіаринку в Україні можливий тоді, коли медіабізнес стане справжнім бізнесом, ЗМІ будуть жити за рахунок реклами та продажі контенту. Але реалії українського медіа-ринку інші. Триває падіння купівельної спроможності громадян, що негативно позначається на купівлі платного контенту, зокрема на передплаті друкованих ЗМІ. Одночасно країна того часу стала на порозі найбільшого зростання кількості безробітних журналістів за всю історію України через масштабну та складну реформу вітчизняних ЗМІ. Створення Суспільного мовника супроводжувалося значним скороченням кадрів (за даними НСТУ, до 2 квітня 2018 р. скорочується близько 3 тис. штатних працівників), а роздержавлення комунальної преси призведе, як попереджав «Детектор медіа», до закриття кількох десятків регіональних газет.

У своїх висновках експерти наголошували: «якщо журналістська спільнота, громадянське суспільство, держава, бізнес-середовище та міжнародні структури не зможуть нічим зарадити поточній кризі на українському медіаринку, то засобам масової інформації України загрожує деградація, а сегмент незалежних якіс-

них ЗМІ скоротиться до критичного для демократичного суспільства рівня» [62].

У березні 2018 р. аудиторська кампанія «Ернст енд Янг» розпочала річний фінансовий та організаційний аудит ПАТ «НСТУ», який тривав 10 тижнів. Компанія провела аудит Суспільного за період від дати утворення НСТУ – з 19 січня 2017 р. до 31 грудня 2017 р. – і заявила, що не змогла отримати прийнятних аудиторських доказів у достатньому обсязі для висновків про фінансову звітність [80, с. 119].

Обласні державні телерадіокомпанії, на базі яких створено філії Суспільного, завжди кардинально відрізнялися одна від одної як за кількістю виробленого контенту й принципами побудови програмної сітки, так і за штатним розкладом [143]. Для створення єдиної структури та стандартів Суспільного мовлення у 2018 р. в усіх регіонах відбувається уніфікація розкладу новин і програм. Для цього в кожній філії створені бюро телерадіоновин (БТРН). До складу цих стандартизованих структур входять команди, які забезпечать інформаційне мовлення в єдиному для всіх регіонів форматі.

У 2017–2018 рр. філії отримували лого «UA:». Найпершою, ще до створення юридичної особи ПАТ «НСТУ», зі всіх філій його отримала Сумська філія Суспільного, яка почала мовити як «UA: Суми» із січня 2016-го. Згодом логотип Суспільного отримали «UA: Карпати», «UA: Рівне», «UA: Донбас», «UA: Львів», «UA: Вінниця», «UA: Чернігів», «UA: Житомир», «UA: Харків», «UA: Волинь», «UA: Одеса», «UA: Буковина», «UA: Черкаси», «UA: Закарпаття». Такі ж префікси до лого мають канали «UA: Перший», «UA: Культура» та «UA: Крим» [80, с. 131].

Правління уніфікувало програмні сітки в регіонах. Штатні журналісти на обласних каналах виробляють 3 години 5 хвилин уніфікованого контенту (мінімальна кількість власного контенту): місцеві теле- і радіоновини протягом дня, ранкове розважальне телешоу, вечірню аналітичну телепрограму, радіопроекти. У Чернівцях, Ужгороді та Одесі зберігаються штатні редакції мовами національних меншин. Решта контенту має замовлятися на відкритих конкурсах (пітчінгах) у внутрішніх та сторонніх виробників або творчих груп [80, с. 122].

22 жовтня 2018 р. члени Наглядової ради ПАТ «НСТУ» затвердили «Основні напрями діяльності ПАТ «НСТУ» на 2018–

2020 роки». Цей документ – один із обов'язкових, які ухвалює Наглядова рада на підставі п. 1 ч. 2 ст. 7 Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». В «Основних напрямках діяльності ПАТ «НСТУ» на 2018–2020 роки» містилось п'ять розділів:

1. Організаційна перебудова компанії.
2. Стратегія мовлення: сприяння зміцненню соціального капіталу українського суспільства.
3. Суспільна трансформація: особлива увага до дитячої та молодіжної аудиторії.
4. Маркетингова стратегія: позиціонування каналів та просування програмних продуктів.
5. Зміст мовлення: завершення реформи інформаційного мовлення [80, с. 119].

Крім того, 2018 р. члени Наглядової ради ПАТ «НСТУ» схвалили Концепцію мовлення з тематики національних меншин та Концепцію регіонального мовлення Суспільного мовника. Правління також мало підготувати й подати на затвердження концепцію дитячого та молодіжного мовлення; концепцію просування єдиного бренду українського суспільного мовлення в радійному й телевізійному медіапросторі та в інтернеті [80, с. 120].

Успішність НСТУ за всіма напрямками діяльності Наглядова рада оцінює, аналізуючи звіти з упровадження рекомендацій міжнародного аудиту, подані правлінням звіти щодо впроваджень концепцій, аналізуючи дані внутрішнього та зовнішнього моніторингу, соціологічні дані, контент-аналіз інформаційних та суспільно-політичних програм тощо [80, с. 119].

У свою чергу, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення відповідально поставилася до розбудови мереж Суспільного мовлення. Результати проведених конкурсів на БМ-частоті засвідчують, що саме цьому мовникові було забезпечено найбільш динамічний розвиток. 2019 р. три програми ПАТ «НСТУ» – «Українське радіо», «Радіо «Промінь» і «Радіо «Культура» – отримали 87 частот. Відтак українські слухачі мають змогу чути програми суспільного не лише в містах обласного значення, а й у найбільш віддалених населених пунктах України [35].

У період із 2014 по 2019 рр. відповідно до норм українського законодавства та Європейської Конвенції про транскордонне теле-

бачення було припинено ретрансляцію в кабельних мережах України 86 іноземних програм, походженням переважно з Російської Федерації. У звітний період обмеження введено стосовно п'яти іноземних телепрограм. Разом з обласними управліннями Служби безпеки України оперативно припинялися випадки трансляції незаконного контенту в громадських закладах спільного доступу.

Такі заходи, згідно зі «Звітом Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2019 рік», опосередковано сприяли появі нових вітчизняних, зокрема і нішевих, супутникових телеканалів. Станом на 2019 р. в Україні трансливалася 131 вітчизняна супутникова програма, а Перелік іноземних програм, зміст яких відповідає вимогам Європейської конвенції про транскордонне телебачення і законодавства України, налічувана 178 позицій [35].

З ухваленням Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо тимчасових дозволів на мовлення на територіях проведення антитерористичної операції та прикордонних районах України» Національна рада оперативно вирішувала питання видачі та переоформлення документів за спрощеною процедурою. За 2019 р. було видано 84 дозволи на тимчасове мовлення, а 37 ліцензіатів отримали змогу здійснювати мовлення на сході і півдні країни – в Донецькій, Луганській та Херсонській областях.

Таким чином, на підставі ліцензій і тимчасових дозволів у Донецькій і Луганській областях із трьох щогл (гора Карачун, м. Гірник Донецької області і с. Бахмутівка Луганської області) ведуть мовлення 27 радіокомпаній, використовуючи 51 частоту, 35 телевізійних мовників транслиють свої програми на 31 каналі мовлення. На півдні Херсонської області на територію Автономної Республіки Крим із двох щогл (с. Чонгар і смт. Чаплинка) мовлять 7 радіокомпаній з використанням 16 частот, а також 32 телевізійні компанії із використанням 20 телевізійних каналів. На середніх хвилях на частоті 648 АМ мовить «Радіо Крим. Реалії», яке своїм сигналом покриває понад 50 % території Криму. Для стимулювання розвитку кабельних мереж у Луганській і Донецькій областях провайдером надається 70 % знижки на ліцензійний збір [35].

Для мовлення Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України («Армія FM – військове радіо») Національна рада на конкурсах видала 8 частот. У підсумку слухачі цієї радіостанції, а це

переважно військовослужбовці, громадяни, які задіяні у військових операціях, волонтери, мирне населення, яке вболіває за тих людей, які оберігають країну від ворожої агресії, отримали змогу слухати програми патріотичної тематики [35].

Згідно зі «Звітом про випуск газет у 2018 році» Державного комітету телебачення і радіомовлення України в країні регулярно виходило 478 всеукраїнських та 280 регіональних видань. Крім того, за типами та сферою розповсюдження на інформаційному ринку присутні 854 місцеві видання: міські – 269, районні – 332, низові – 82, приватні – 171, рекламно-інформаційні – 75, інші – 33 та 16 додатків. Тож загалом український медіаринок у 2018 р. налічував 1720 друкованих видань [36].

Спільними зусиллями Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики, медіаекспертів, Держкомтелерадіо, Міністерства юстиції України було розроблено законопроект «Про внесення змін до Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» щодо удосконалення механізму реформування друкованих засобів масової інформації», зареєстрований 8 червня 2017 р. за № 6560. Законопроектом передбачалось більш чітко окреслити можливість утворення редакції шляхом відокремлення, уточнити питання щодо оренди майна, мораторію на відчуження майна, що перебувало на балансі редакцій; визначались додаткові механізми захисту прав трудових колективів, які не змогли розпочати цей процес з причини бездіяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування. 1 березня 2018 р. законопроект було внесено на розгляд Верховної Ради України, однак його було відхилено [34].

Влітку 2018 р. здійснено другу спробу внести зміни до чинного законодавства. Так, 6 червня 2018 р. за № 8441 та 20 червня 2018 р. за № 8441-1 було зареєстровано два законопроекти «Про внесення змін до Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», якими передбачалось внести зміни, що надали б змогу вирішити основні проблемні питання реформування. Однак обидва законопроекти не отримали необхідної кількості голосів народних депутатів і також були відхилені та зняті з розгляду.

Протягом трьох років процесу реформування існувала гостра проблема, пов'язана з перешкоджанням засновником (співзасновниками) друкованих засобів масової інформації та редакцій процесу реформування. Свідоме неприйняття засновником (співзасновниками) відповідних рішень про реформування друкованих ЗМІ призвело до порушення прав трудових колективів редакцій.

Водночас спостерігалася інертність багатьох редакційних колективів, які сподівались, зокрема, на пролонгацію процесу роздержавлення, а також розраховували на фінансову підтримку з боку місцевої влади [34].

Згідно зі «Звітом за результатами проведення моніторингу процесу реформування друкованих засобів масової інформації та редакцій» Державного комітету телебачення і радіомовлення України, до Зведеного переліку внесено 760 державних і комунальних друкованих ЗМІ (662 – комунальних, 98 – державних). 72 видання наразі не виходять. Станом на 18 грудня 2018 р. реформовано 343 друкованих ЗМІ та редакцій, а саме: 323 – комунальних (що становить 53 % від загальної кількості видань, що реально виходять), 20 – державних (близько 25 % від загальної кількості видань, що реально виходять).

Із загальної кількості працюючих редакцій державних і комунальних ЗМІ приблизно у 7 % з різних причин не ухвалено рішень співзасновників.

Лідером процесу реформування стала Тернопільська область (85 % реформованих редакцій), понад 70 % реформованих ЗМІ – у Миколаївській, Полтавській, Рівненській, Черкаській областях [34].

Аналізуючи ситуацію у сфері медіа в Україні, експерти Проєкту «Європейський Союз та Рада Європи працюють разом для зміцнення свободи медіа в Україні», зокрема, стверджують, що «після Євромайдану та Революції гідності в 2014 р. Україна доклала значних зусиль для відображення європейських стандартів у своїй національній законодавчій базі та практиці у сфері медіа, свободи вираження поглядів та інформаційного суспільства» [121].

Ключові реформи були розпочаті, їх основою стало прийняття законодавства про Суспільне мовлення, прозорість медіавласності, реформування державних та комунальних друкованих медіа. Створений український Суспільний мовник – ПАТ «НСТУ», прийняті стратегічні документи для його функціонування, зміцнено його

потенціал. Також було розроблено ефективний механізм співпраці України з Платформою Ради Європи щодо безпеки журналістів.

Однак досягнуті результати все ще не є стійкими, і необхідно докласти подальших зусиль для забезпечення їхньої стабільності.

Суспільний мовник залишається серйозно недофінансованим, а його структура потребує подальшої оптимізації.

У сфері безпеки журналістів у 2018 р. зростає кількість нападів на журналістів, тоді як розслідування таких справ залишаються значною мірою неефективними. Вузьке визначення «професійної діяльності журналіста» у Кримінальному кодексі України не охоплює журналістів електронних медіа, блогерів, операторів та інших медіаучасників, а їхній захист залишається проблемою...

Об'єктивне, збалансоване та неупереджене висвітлення виборів в Україні залишається ще однією серйозною проблемою. Політична реклама під час та в період між виборчими процесами, прихована реклама, велика кількість фейкових новин і пропаганди, свобода вираження поглядів та етичні норми для журналістів залишаються топтемами публічного обговорення [121].

31 грудня 2018 р. в Україні розпочалася президентська виборча кампанія. Перший тур голосування відбувся 31 березня, другий – 21 квітня 2019 р. 30 квітня 2019 р. Центральна виборча комісія України оголосила офіційні результати другого туру президентських виборів: переміг В. Зеленський із 73,22 % голосів, у той час як чинний Президент України П. Порошенко набрав 24,45 % голосів.

Новообраний Президент наполягав на проведенні церемонії інавгурації 19 травня, однак така пропозиція була сприйнята неоднозначно частиною політикуму та суспільства, оскільки цей день 2019 р. припав на жалобний День пам'яті жертв політичних репресій. У ході консультацій у Верховній Раді України було зареєстровано 7 проєктів постанов про проведення урочистого засідання парламенту 17, 19, 20, 26 та 28 травня. За підсумками голосування було затверджено дату 20 травня.

Інавгурація шостого Президента України В. Зеленського відбулася 20 травня 2019 р. на урочистому засіданні Верховної Ради України [40].

Президент України П. Порошенко (2014–2019) переконаний, що в ті п'ять років, які тривав мандат його команди, мусили вмістити

все те, що інші країни регіону пройшли на кілька десятиліть раніше. «Не ми, а наші західні партнери визнали, що з 2014 по 2019 рік фундаментальних реформ впроваджено більше, ніж за всі попередні роки незалежності...» [66].

«Ще коли лише кандидував у президенти, розумів, що одне з моїх найголовніших завдань – зробити так, щоб в Україні постала власна незалежна Церква, визнана світовим православ'ям. Коли і як це втілити в життя, на той час, чесно скажу, не уявляв, адже завдання було непросте – якось увійти в наглухо зачинені двері, в які Україна вперше постукала ще 1919 року. Зрозуміло, що у 2014-му в тріаді «Армія. Мова. Віра» головним було військо. Автокефалію ми могли б здобути і раніше.

Так само швидше могли б ухвалити й інші рішення. У березні 1999 року Польща, Угорщина та Чехія вступили до НАТО. Ще сім держав колишнього радянського блоку, включно з країнами Балтії, приєдналися до Північноатлантичного альянсу в березні 2004-го. У нас саме на той час стартувала виборча кампанія, з якої почалося виснажливе змагання між прихильниками західного та східного векторів розвитку. Криваву риску під цим довготривалим хитанням, яке і є головним прорахунком і уроком часів незалежності, підвів Путін у чотирнадцятому році, коли марно сподівався голими руками взяти позаблокову беззбройну Україну. Але ми вистояли, захистили країну і пішли вперед...» [66].

Президент України В. Зеленський на церемонії інавгурації 20 травня 2019 р. оголосив про розпуск Верховної Ради України. Про це він заявив у промові під час урочистого засідання парламенту, а вже наступного дня підписав указ про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України VIII скликання.

Конституційний Суд України 19 червня 2019 р. визнав конституційним рішення В. Зеленського щодо розпуску парламенту. Таким чином, позачергові вибори до Верховної Ради України було призначено на 21 липня.

Голосування відбувалося за змішаною виборчою системою: 225 депутатів обирали за пропорційною системою із закритими списками, 199 – за мажоритарною системою в одномандатних округах (ще 26 округів розташовані на непідконтрольних територіях, тому на території АР Крим (10 округів) і Севастополя (2 округи),

в 9 округах Донецької і 5 округах Луганської областей вибори не проводилися).

У бюлетені за партійними списками було представлено 22 партії. За результатами підрахунку голосів по багатомандатному виборчому округу на позачергових виборах – до Верховної Ради України потрапило 5 партій: партія «Слуга народу» набрала – 43,16 %, «Опозиційна платформа – За життя» – 13,05 %, «Батьківщина» – 8,18 %, «Європейська солідарність» – 8,10 %, «Голос» – 5,82 % [158]. Загалом, разом з результатами виборів за мажоритарною системою в одномандатних виборчих округах, вперше в історії незалежної України монобільшість у Верховній Раді України отримує одна партія – «Слуга народу» – 254 народних депутати.

В інформаційному просторі України функціонально присутні різні іноземні елементи інформаційного впливу. Проте наявність у державному інформаційному просторі «сторонніх» підсистем, на переконання вітчизняних експертів, не варто сприймати як кризу системи [78]. Державна інформаційна політика України має враховувати середовище свого існування і з урахуванням цього вибудувати систему власної інформаційної безпеки.

Головна стратегічна мета державної інформаційної політики – забезпечення переходу до нового етапу розвитку України, побудови інформаційного суспільства і входження країни у світове інформаційне співтовариство [140, с. 76–78]. А основний стратегічний напрям діяльності – формування й розвиток відкритого інформаційного простору держави за необхідної умови забезпечення його цілісності й єдності, його інтеграція у світовий інформаційний простір з урахуванням національних інтересів і особливостей з огляду на забезпечення інформаційної безпеки на внутрішньодержавному й міжнародному рівнях.

Саме тому найважливішим напрямом державної політики України щодо зміцнення її економічної потужності український науковець О. Соснін вважає поетапне глибоке наукове дослідження юридичної та економічної природи, а також тенденцій розвитку новітніх інформаційних технологій, процесів глобалізації світової економіки загалом і насамперед основних тенденцій розвитку електронної економічної та гуманітарної діяльності [141]. Цього потребує національна безпека України. Це стало викликом, на який ми

поки що не можемо відповісти за правилами асиметричного підходу до розв'язання політичних, соціальних та економічних проблем.

У 2012 р. Рада Європи оновила визначення пріоритетів розвитку світової спільноти. Експерти 42 країн, що раз на три роки на спільному зібранні визначали три головні напрями розвитку, вперше відмовилися від традиційного прогнозування і найскладнішим та найпроблемнішим сегментом у наступні 10 років визначили медіа. Після цього 12 експертів склали High Level group, Керівний комітет з питань медіа. Ця, умовно кажучи, Рада старшин ЄС уклала прогноз і рекомендації до 2025 року [25].

Усі суспільні перетворення, які чекають нас найближчим часом, на переконання незалежного медіаексперта та багаторічного представника України в керівному Комітеті Ради Європи з питань інформаційного суспільства та медіа Л. Мудрак, пов'язані з медіа [25]. Нові медіа – це інтерактивні електронні видання, що комбінують формати подання інформації. Контентом нових медіа може бути відео, онлайн-радіо, телевізійна трансляція, анімація, звукове оформлення та, власне, текст. Від традиційних нові медіа відрізняє користувацький контент – вони є відкритими для взаємодії з читачами і надають їм можливість створювати та модифікувати зміст повідомлень. На відміну від традиційних масмедіа, де комунікація здійснюється за схемою «від одного до багатьох», схема комунікації у нових медіа – від багатьох до багатьох. Доступ до нових медіа можливий з усіх електронних пристроїв з виходом у мережу «Інтернет». Приклад – соціальні мережі, як-от фейсбук.

Згідно з прогнозами євроекспертів, стверджує аналітик, традиційна журналістика зникає, оскільки перейшла у сферу послуг, перетворилася на політичні та бізнес-замовлення. Принаймні саме так було в Європі-2012 – традиційні ЗМІ на 80 % продукували замовні тексти. Криза медійних технологій, поширення цифрових продуктів і розвиток соцмереж підводять до висновку, що кожна людина є медіаблогером – і пости медіагромадян змінюють рішення політиків та світових лідерів [25].

Кожна особа без винятку у цифровому світі є медіагромадянином. Криза медійних технологій, яку прогнозували на 2020–2025 рр., приведе до того, що люди самі створюватимуть медійне середовище – об'єднання людей за інтересами, потребами, пріори-

татами, заняттями у соцмережах. Відтак продукуватимуть контент – щоденний інформаційний потік, виставлятимуть умови, пріоритети, формуватимуть етику в мережі. У результаті буде створена нова медійна екосистема. В ній складеться своя етика, закони, взаємовідносини, які регулюватиме сама спільнота. Про це говорять короткі тези аналітичного прогнозу High Level group in EU.

На переконання вітчизняної дослідниці Л. Мудрак, медіамайбутнє – це інтернет без меж: «Ми живемо після другої цифрової технологічної революції, яка фіксується з 2008 року – від часу переходу на цифрове ТБ, але насправді за цим стоїть інтернет і процес, коли все зливається в конвергенцію. Наш час увів в суспільний обіг термін «постправада», за якої політики і медіа доманіпулювалися до тієї межі, коли в інформаційному потоці важко або й узагалі неможливо знайти правду. У відповідь на тренд «постправада» з'явився «захисний» хід – вже кілька років у США на факультетах політології, які дають уявлення також і про базову журналістику, викладається курс «Пошук правди в епоху постправади». Протидія маніпуляції і самозбереження стала способом життя» [25].

Окремі країни не переходять повністю у цифрове середовище і зберігають балансуювання. Такою є, наприклад, загальнодержавна інформаційна політика США. За останні шість років в Америці на 60 % зросла кількість музеїв, не закрилася жодна регіональна газета. Утримання друкованої преси – частина національної інформаційної політики. У цьому контексті у США розвиваються засадничо відмінні від цифрових проєктів – так звані «Діалогові клуби», де принципово не використовують девайси. Технології діалогу без використання медіа – розмови впродовж двох-трьох годин, обговорення ідеї, теми чи предмета – саме це передбачає «пошук правди в епоху постправади». І США, і Рада Європи вважають, що такі проєкти є надзвичайно важливі для збереження інтелектуальних навичок людини. Вони дають принципово інший досвід, відзначає Л. Мудрак, засновник першого українського «Діалогового клубу» [25].

Висновки

Події 2013–2014 рр., що отримали назву Революція гідності, проявили численні прорахунки в національному інформаційному просторі, що стали наслідком непродуманої інформаційної політи-

ки влади. Найвідчутливішими прорахунками виявилися спотворений через агресивну інформаційну політику Росії образ України на міжнародній арені та інформаційна експансія української території, зокрема Криму. Зрозумілою стала нагальна потреба створення в Україні власної системи постачання інформації у світовий інформаційний простір, розвиток системи суспільного мовлення для відновлення іміджу, підписання Угоди про Асоціацію між Україною і Європейським Союзом та протистояння інформаційним операціям Кремля.

Першими кроками до виправлення прорахунків стали припинення згідно з рішенням РНБО трансляції російських телеканалів «Россия 24», ОРТ (Первый канал всемирная сеть), «РТР Планета», «НТВ-Мир», запровадження суспільного телебачення і радіомовлення, нагляд за дотриманням медіа виборчого законодавства та створення Міністерства інформаційної політики.

Останнє викликало чимало критики на адресу новоствореного органу державної влади, зокрема за те, що сфера його відповідальності перетиналася зі сферою відповідальності Державного комітету телебачення і радіомовлення України.

Об'єктивне інформування про перебіг подій на Євромайдані відбувалося за підтримки європейських та світових медіа Thomson Reuters, AFP, AP, TVP, CNN, BBC, Al Jazeera, та ін. До цього процесу активно долучилися користувачі соціальних мереж, що стали одним із головних каналів оперативної інформації як для української, так і для зарубіжної аудиторії. Це дає підстави стверджувати про становлення в Україні громадської журналістики.

Популяризація України у світі підтримувалася створеним у структурі Міністерства закордонних справ України Управлінням публічної дипломатії, до функцій якого була віднесена реалізація іміджевих програм за кордоном. Міністерство інформаційної політики розробило Концепцію популяризації України у світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі. Схвалена Кабінетом Міністрів України, Концепція базувалася на системному підході та залученні всіх зацікавлених сторін, у тому числі й інституцій громадянського суспільства.

Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» розпочав процес роздержавлення медіа. Маючи свої прихильників і противників, цей процес

посилив прагнення України зменшити тиск держави та її інституцій на медіа, даючи останнім можливість незалежного розвитку.

Стимуючими факторами процесу роздержавлення стали неготовність ЗМІ залишитися без фінансової підтримки засновників, відсутність навиків заробляти гроші на існування видань, нерозвиненість медіаринку, а також не до кінця розв'язанні юридичні проблеми роздержавлення.

Суспільно-політичні умови існування України та сучасні геополітичні фактори спричинили нагальну потребу посилити заходи інформаційної безпеки України, зокрема створити Доктрину та Концепцію інформаційної безпеки України. Цю функцію взяло на себе Міністерство інформаційної політики. Позитивом перелічених документів стало нормативне визначення низки термінів («стратегічні комунікації», «урядові комунікації», «кризові комунікації», «стратегічний наратив»). Занепокоєння правозахисників викликала закладена в Доктрині можливість блокування та видалення ворожих ресурсів в українському сегменті інтернету. Дискусійним був також визначений Доктриною підхід до її реалізації, зокрема чисельність органів державної влади, залучених до імплементації нормативних положень.

Позитивний вплив на стан інформаційної безпеки справило припинення ретрансляції 86 іноземних програм переважно російського походження, здійснене відповідно до норм українського законодавства та Європейської Конвенції про транскордонне мовлення. Крім зменшення пропагандистського інформаційного потоку, такі заходи опосередковано сприяли появі нових українських супутникових каналів, у тому числі тих, що мовлять на територіях проведення військових операцій та прикордонних районах України.

Серйозними викликами для розвитку національного інформаційного простору залишилися фінансові та організаційні проблеми Суспільного мовлення, зростання кількості випадків перешкоджання журналістській діяльності та нападів на журналістів, а також порушення у висвітленні виборів, зокрема велика кількість фейкових новин та пропаганди, а також відверто неправдивих матеріалів замовного характеру. Означені фактори гальмують всебічний демократичний розвиток інформаційного простору, позначаються на іміджі України у світі.

Запорукою подолання проблем має стати зважена інформаційна політика держави, спрямована на формування й розвиток на демократичних засадах відкритого інформаційного простору, інтегрованого у світовий інформаційний простір з урахуванням національних інтересів.

В умовах ескалації загроз, що постали перед Україною в інформаційній сфері, надзвичайно актуальними є: захист інформаційного суверенітету; збереження духовних і культурних цінностей українського народу; розвиток його національної самоідентичності та цивілізаційної єдності; формування в Україні розвинутого інформаційного суспільства, створення національного інформаційного простору; перетворення України в інформаційно розвинену державу і повноправного учасника життєдіяльності європейської та міжнародної спільнот.

За нових умов перед Україною постає проблема підготовки фахівців, спроможних осягнути масштаб і особливості розвитку інформаційної економіки, національної та інформаційної безпеки України. В основу розробки їхніх засад як завдання стратегічного значення, на наш погляд, мають бути покладені світоглядні ідеї, які визначають сукупність економічних, правових та інформаційних відносин з торгівлі, продажу й купівлі інформаційних послуг.

Комплексне дослідження новітнього національного інформаційного простору, метою якого є визначення та аналіз тенденцій і закономірностей розвитку національного інформаційного простору, зокрема медійно-інформаційної системи України в період 1989–2019 рр. у контексті суспільних відносин, дає можливість зробити такі висновки:

1. Становлення національного інформаційного простору відбувалося у взаємозалежності із суспільно-політичним, економічним, культурно-освітнім розвитком незалежної Української держави. Підґрунтям для розвитку незалежної демократичної системи стали видання самвидаву, що виникали у відповідь на посилення партійно-радянської цензури та на підтримку новостворених громадських організацій і політичних партій.

Трансформація інформаційних систем у Центральній і Східній Європі почалася зі змін, що сталися на межі розпаду Радянського Союзу і поширилися на країни центрально-східної Європи. Геополітичні зміни європейського простору, спричинені руйнацією соціалістичної та комуністичної систем, сприяли формуванню незалежних національних систем ЗМК, демократичних інститутів у галузі координації діяльності інформаційного простору. На зміну системі державно-партійної преси почали формуватися медійний та рекламний ринки та створюватись медіахолдинги.

Здобутки Помаранчевої революції 2004 р. посилили демократичні підвалини інформаційного простору та його національну складову, змінили пострадянський вектор розвитку Української держави та поклали початок інтеграції національного інформаційного простору України в європейський та світовий інформаційні простори. Однак політична нестабільність в Україні після Помаранчевої революції, що стала результатом боротьби за владу між політичними групами, сприяла зародженню в національному інформаційному просторі низки негативних явищ, таких як: відсутність контролю з боку суспільства, неефективність державної координації, близька до нульової інформаційна присутність України у світі, відсутність інформаційного суверенітету, зокрема дієвих важелів опору культурній та економічній зовнішній експансії. Агресивна інформаційна політика Росії спотворила образ України на міжнародній арені та сприяла ін-

формаційній експансії на частині української території, зокрема в Криму та на Донбасі.

Революція гідності проявила нагальну потребу створення в Україні власної системи постачання інформації у світовий інформаційний простір, розвиток системи суспільного мовлення для відновлення іміджу, сприяння підписанню Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом та протистояння інформаційним операціям Кремля. Події на Євромайдані та потреба об'єктивного інформування української та світової спільнот про перебіг подій не лише привернули увагу світових медіа до України, а й сприяли становленню в Україні громадської журналістики: соціальні мережі стали одними з головних каналів оперативної інформації як для української, так і для зарубіжної аудиторії.

Суспільно-політичні умови існування України та сучасні геополітичні фактори спричинили нагальну потребу посилити заходи інформаційної безпеки в Україні. Серед таких заходів варто виокремити створення Доктрини та Концепції інформаційної безпеки України, припинення ретрансляції іноземних програм переважно російського походження, здійснене відповідно до норм українського законодавства та Європейської Конвенції про транскордонне мовлення.

В умовах ескалації загроз, що постали перед Україною в інформаційній сфері, надзвичайно актуальними є: захист інформаційного суверенітету; збереження духовних і культурних цінностей українського народу; розвиток його національної самоідентичності та цивілізаційної єдності; формування в Україні розвиненого інформаційного суспільства, створення національного інформаційного простору; перетворення України в інформаційно розвинену державу і повноправного учасника європейської та міжнародної спільноти.

2. Детальний аналіз розвитку національного інформаційного простору України дав можливість визначити такі етапи його розвитку:

Перший етап (1989–1994 рр.) характеризується становленням громадянського суспільства в Україні: громадських та молодіжних об'єднань, політичних партій і рухів, появою понад 1200 офіційно незареєстрованих друкованих видань «самвидаву», або «неформальної преси», декомунізацією медійно-інформаційної системи, бурхливим розвитком загальнонаціональних, регіональних та місцевих видань, телерадіомовних організацій, формуванням недержавних ін-

формаційних агентств різного рівня, появою низки журналістських об'єднань і асоціацій та запровадженням ринкових засад формування медіа- і рекламного ринків та становленням демократичної системи координації національного інформаційного простору.

Визначальними рисами *другого етапу* (1994–2004 рр.) стали структуризація національного інформаційного простору та системи координації діяльності учасників інформаційного ринку, визначення пріоритетів подальшого розвитку й інтеграції національного інформаційного простору до світового.

У цей період розпочався тривалий шлях створення суспільного мовлення, зокрема, було затверджено Програмну концепцію Суспільного телерадіомовлення, почав формуватися національний інтернет-простір, закладалися підвалини для розвитку нових медіа.

Важливим досягненням другого етапу стало прийняття Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів». Паралельно з цим почала погіршуватися ситуація зі свободою слова, почастишали випадки перешкодження журналістській діяльності, збільшилася кількість нападів на журналістів. Загострилося протистояння преси і влади, що стало предметом численних резолюцій міжнародних організацій, таких як Рада Європи, ОБСЄ та ін.

Третій етап розвитку національного інформаційного простору (2005–2014 рр.) заклав підвалини нової інформаційної політики, що формувалася з урахуванням реалій глобального інформаційного суспільства, інформаційних загроз та потреб інформаційної безпеки, орієнтуючись у своєму розвитку на європейський вектор, і створив умови для розвитку й зміцнення інформаційного суспільства.

Правове поле національного інформаційного простору поповнилося Концепцією національної інформаційної політики, Програмою інформатизації України, створенням системного Інформаційного кодексу тощо.

Продовжилися спроби створити суспільне мовлення, зокрема, було запущено новий загальнонаціональний канал «Перший громадський» під егідою Державного комітету телебачення і радіомовлення України.

Формування нових медіахолдингів посилило зв'язок медіа з олігархічними структурами та зміцнило залежність від власників.

Відсутність редакційної незалежності деформувала політичний плюралізм на користь правлячих сил.

Попри зростання кількості друкованих видань і обсягів реклами реальна аудиторія вітчизняних друкованих ЗМІ істотно зменшувалася. Така тенденція була зумовлена загальною кризою ідентичності преси, відсутністю у вітчизняних видавців комплексного уявлення про українську аудиторію, що заважало чітко визначити своїх споживачів і правильно працювати з ними.

На третьому етапі сформувалося й почало розвиватися українське телевізійне кіновиробництво, однак при цьому кількість російськомовного продукту, закупленого у РФ, не зменшувалася. Це зміцнювало російський мовно-культурний вплив та гальмувало процеси консолідації українського суспільства і формування української ідентичності.

Револьюція гідності сприяла згуртуванню журналістської спільноти, підвищила увагу зарубіжних медіа до подій в Україні та створила підґрунтя для подальшого розвитку національного інформаційного простору на засадах євроатлантичної інтеграції України.

Четвертий етап розвитку національного інформаційного простору (2014–2019 рр.) характеризується активними зусиллями створити в Україні власну систему постачання інформації світові, розвинути систему суспільного мовлення для відновлення іміджу держави, сприяння підписанню Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом та протистояння інформаційним операціям Кремля.

Популяризація України у світі покладалася на створене в структурі Міністерства закордонних справ Управління публічної дипломатії, до функцій якого була віднесена реалізація іміджевих програм за кордоном. Міністерство інформаційної політики розробило Концепцію популяризації України у світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі. Схвалена Кабінетом Міністрів Концепція базувалася на системному підході та залученні всіх зацікавлених сторін, у тому числі й інституцій громадянського суспільства.

Важливим кроком до подальшої демократизації національного інформаційного простору, зокрема медіасистеми, став процес роздержавлення ЗМІ, започаткований Законом України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації».

Суспільно-політичні умови існування України та сучасні геополітичні фактори спричинили нагальну потребу посилити заходи інформаційної безпеки України, зокрема створити Доктрину та Концепцію інформаційної безпеки України. Цю функцію взяло на себе Міністерство інформаційної політики.

Серйозними викликами для розвитку національного інформаційного простору залишилися фінансові та організаційні проблеми Суспільного мовлення, почастищення випадків перешкоджання журналістській діяльності та нападів на журналістів, а також порушення у висвітленні виборів.

3. Загальними тенденціями розвитку національного інформаційного простору можна назвати:

- відхід від радянської (тоталітарної) моделі розвитку та вибір демократичного шляху, а також зміну прорадянського вектора на проєвропейський;

- формування ринкових засад розвитку та вибір координаційного принципу в діяльності галузевих органів державної влади;

- формування медіагруп, консолідація й укрупнення видавничих компаній, створення нових медіахолдингів, що збільшило зв'язок медіа з олігархічними структурами та посилило залежність від власників;

- розвиток мультимедійних платформ та медійних онлайн-проектів з активним упровадженням і використанням новітніх технологій;

- зростання припливу капіталовкладень у вітчизняне телевізійне кіновиробництво, формування відповідної ринкової інфраструктури, зростання кількості підприємств та фахівців галузі, нових знімальних площ та устаткування;

- поетапне впровадження цифрового телерадіомовлення, що оптимізувало використання радіочастотного ресурсу, поліпшило якість сигналу, стимулювало розвиток конкурентного середовища на вітчизняному медіаринку, збільшило інвестиційну привабливість галузі та вивело Україну на рівень західноєвропейських показників щодо кількості програм телевізійного, звукового і мультимедійного мовлення;

- динамічне зростання вітчизняної інтернет-аудиторії та інтеграція країни в глобальний вебпростір із поступовим, хоч і недостатнім, упровадженням інноваційних технологій, розрахованих на

чимдалі глибшу конвергенцію інформаційних, мультимедійних та комп'ютерних форматів і сервісів;

- формування і розвиток громадської журналістики та консолідація журналістської спільноти;

- активізація зусиль щодо створення в Україні власної системи постачання інформації у світовий інформаційний простір, розвитку системи суспільного мовлення та популяризація України у світі, зокрема створення національного бренду для відновлення іміджу держави, спотвореного цілеспрямованими інформаційними операціями.

4. Трансформації в національному інформаційному просторі були викликані геополітичними змінами кінця 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст., розвитком ІКТ, формуванням нових, зокрема соціальних, медіа та розвитком громадської журналістики. До найбільш помітних трансформацій слід віднести глобалізацію національного інформаційного простору, в тому числі інформаційних ресурсів, та їхню інтернаціоналізацію; формування ринкових засад функціонування засобів масової інформації та ринку реклами; домінування ліберальної моделі розвитку медіаінформаційних систем; розвиток інформаційного суспільства; концентрацію медіавласності та активізацію процесів саморегуляції медіа, зокрема виникнення альтернативних Спілці журналістів України громадських та профспілкових організацій; становлення громадської журналістики; організацію державних та недержавних структур, що забезпечують функціонування й розвиток національного інформаційного простору; віртуалізацію шляхів комунікації та формування цифрового інформаційного середовища; формування інформаційно-комунікаційної системи суспільства; трансформацію цінностей державної інформаційної політики; створення системи інформаційної безпеки України та формування механізмів популяризації держави у світовому інформаційному просторі; створення національної системи міжнародного інформаційного обміну.

5. Зміна домінуючої моделі розвитку національного інформаційного простору з тоталітарної на ліберальну на початку 90-х рр. минулого століття позначилася на взаєминах владних та медійних інституцій у межах національного інформаційного простору. З перших днів незалежності в Україні почали закладатися основи демократичної системи формування національного інформаційного

простору. Трансформувалися та створювалися нові галузеві органи державної влади, розподілялися функції, формувалася система комунікації між владою та медійними інституціями, закладалися правові підвалини функціонування національного інформаційного простору на демократичних засадах. Прийняті закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» гарантували право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, забороняли цензуру та втручання в професійну діяльність журналістів і засобів масової інформації, а також закладали в основу медіасистеми реєстраційний, а не дозвільний принцип.

У період структуризації національного інформаційного простору України державні (Міністерство у справах преси та інформації, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Міністерство інформації України) та колегіальні органи (Національна рада з питань телебачення і радіомовлення) брали на себе відповідальність за становлення інформаційного простору, його розвиток у правовому полі. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» прирівняв журналістську діяльність до діяльності державних службовців, а Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» врегулював відносини між ЗМІ та їх засновниками, зокрема визначив порядок фінансування висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування засобами масової інформації, засновниками чи співзасновниками яких є ці органи.

Кризові часи у взаєминах влади, медійних інституцій та журналістів, що виникали, наприклад, за часів президентства Леоніда Кучми та Віктора Януковича, не лишались непоміченими, а супроводжувалися масовими протестами, акціями непокори та консолідацією журналістських спільнот, що об'єднувалися заради захисту свободи слова й гарантій професійної діяльності журналістів.

Демократичні основи відносин владних та медійних інституцій поглибилися з прийняттям Закону України «Про доступ до публічної інформації», що визначив порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, яка перебуває у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації.

Процес роздержавлення медіа, започаткований Законом України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», поглибив процеси зменшення впливу владних структур на медіа, сприяв створенню незалежних ЗМІ та формуванню бізнес-моделей медіа. Таким чином, налагодження ефективної взаємовигідної співпраці влади та медіа веде до покращення інформаційного забезпечення суспільства, формує демократичні засади комунікації, є запорукою демократичного розвитку й позитивного іміджу України у світовому інформпросторі.

6. Національний інформаційний простір України досліджуваного періоду розвивався в суспільно-політичному контексті. Геополітичні зміни кінця 80-х – початку 90-х рр. минулого століття зумовили виникнення низки незалежних держав, таким чином викликали потребу формування їх національних інформаційних просторів. Ці зміни також переорієнтували вектор розвитку України у напрямі до Європи. Усе це сприяло впровадженню демократичних основ розвитку як країни, так і її інформаційного простору.

На кожному етапі національний інформаційний простір перебував під впливом суспільно-політичних та економічних трансформацій. Його розвиток формували політичні протистояння гілок влади (Президента і Верховної Ради України, Президента й Кабінету Міністрів України тощо), економічна та фінансові кризи, виборче протиборство політичних сил та їх спроби фальсифікувати результати виборів. ЗМІ були одночасно і віддзеркаленням, і каталізатором суспільно-політичних процесів. Падіння довіри до влади, а відтак і до провладних медіа, спонукали суспільство розвивати і просувати ідею створення суспільного мовлення, яке задовольняло б потребу в правдивій та неупередженій інформації та діяло в інтересах суспільства. Суспільний запит на незалежне мовлення мотивував владу розробляти правову основу Суспільного мовлення та розглядати це питання в законодавчій та виконавчій площинах.

Кризові періоди функціонування влади, зокрема спроба тотального контролю Адміністрації Президента України над усіма органами виконавчої влади, включаючи силові відомства та судову систему, за часів президентства Леоніда Кучми породжувало відчуття всездозволеності та безкарності. Для національного інформаційного простору це обернулося придушенням демократії через обме-

ження свободи ЗМІ, жорстокі переслідування опозиційних політиків і журналістів, заохочення корупції, використання адмінресурсу під час президентських виборів та фальсифікація їх результатів тощо. В таких умовах медіа часто ставали ініціаторами протестних акцій, інших видів протистояння владному тискові, цензурі та обмеженням журналістської діяльності. Яскравою ілюстрацією може бути «медіабунт» телеканалів «1+1», «Інтер», «УТ-1», журналісти яких відстоювали і відстояли право на своєчасну, точну та об'єктивну інформацію.

Поширюючи інформацію про факти перешкоджання журналістській роботі, про напади на журналістів та втручання в редакційну діяльність, медіа консолідували суспільство на боротьбу з негативними недемократичними явищами, що ставали перепорою демократичному розвитку України, знижували її міжнародний авторитет та погіршували імідж.

Проблемні питання розвитку національного інформаційного простору ставали темою обговорень у Верховній Раді України, Кабінеті Міністрів України, профільних органах законодавчої і виконавчої влади. Результатом обговорень ставали ухвалені владою рішення, спрямовані на розв'язання проблем національного інформаційного простору.

Демократичний розвиток України спонукав державу формувати інформаційну політику з урахуванням її європейського вибору. Європейський вектор нової інформаційної політики був задекларований на 7-й Європейській міністерській конференції з питань політики у сфері засобів масової інформації 2005 р. Він базувався на ідеях та рішеннях всесвітніх самітів з інформаційного суспільства (WSIS), європейських конференцій з інформаційної політики та міждержавних відносин як Європи в цілому, так і окремих держав Європейського регіону.

Масові протистояння суспільства і влади, що відбулися в 2013–2014 рр. і отримали назву Революції гідності, сприяли українізації національного інформаційного простору, становленню громадської журналістики, формуванню інформаційної системи популяризації України у світі, започаткували процес побудови національного бренду.

7. Поєднання ретроспективного, ситуативного та перспективного підходів у дослідженні національного інформаційного простору дало можливість визначити пріоритетні напрями розвитку націо-

нального інформаційного простору в контексті його глобалізації та інтеграції у світовий інформаційний простір.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зменшення довіри до традиційних медіа і розвиток соціальних мереж сприятимуть подальшому розвитку громадської журналістики, здатної впливати на перебіг суспільно-політичних процесів.

Глобалізація інформаційного простору, а також збільшення обсягу неправдивої інформації в епоху постправди вимагатимуть розширення можливостей для медіаосвіти, розвитку критичного мислення й підвищення рівня медіаграмотності громадян, їхнього вміння протистояти маніпуляціям як внутрішнього, так і зовнішнього походження.

Розвиток України в умовах військової агресії та зростання інформаційних загроз актуалізують потребу захисту національного інформаційного простору, удосконалення системи інформаційної безпеки і протидії інформаційним операціям, зменшення негативних наслідків зовнішніх інформаційних впливів.

Глобалізація інформаційних процесів, невпинний розвиток технологій та віртуалізація політичних, економічних, культурних процесів потребують удосконалення правової бази функціонування національного інформаційного простору, яка враховуватиме всі сучасні трансформації.

Сучасні виклики, що постають перед національним інформаційним простором, вимагають оптимізації системи координації його діяльності й розвитку, зокрема усунення дублювання функцій органів державної вдали, у сферу відповідальності яких входить інформаційно-комунікаційна та медійна системи. Актуальним бачиться створення конвергентних органів управління інформаційною сферою.

Запорукою подолання проблем має стати зважена інформаційна політика держави, спрямована на формування й розвиток на демократичних засадах відкритого інформаційного простору, інтегрованого у світовий інформаційний простір з урахуванням національних інтересів.

1. Александр Швец: У меня есть мечта, которая останется неосуществимой» (фото, видео). *Факти та коментарі*®. URL: <https://ukrainenews.fakty.ua/352258-aleksandr-shvec-u-menya-est-mechta-kotoraya-ostanetsya-neosucshestvimoj-foto-video?fbclid=IwAR2nzPS8zHKGps8LBZVf-ZHQO3ssrOij4wzfcXJgHwSQLsHAJ4RCQ2xwkV4>
2. Аналіз стану реформування друкованих ЗМІ центральних органів влади: Центр демократії та верховенства права. *Детектор медіа*. URL: <http://detector.media/rinok/article/126344/2017-05-26-analiz-stanu-reformuvannya-drukovanikh-zmi-tsentralnikh-organiv-vladi/>
3. Баранов О. А. Пріоритетні напрями розвитку інформаційного права в Україні. *Держава і право*. 2011. Вип. 52. С. 225–231.
4. Бебик В. Коли гроші – міраж, хоч порадує тираж. *Україна молода*. 1993. 17 верес. № 59 (189). С. 9.
5. Безвізовий режим між Україною та ЄС запрацював. *BBC Україна*. URL: <http://www.bbc.com/ukrainian/news-40219742>
6. Блог проекту Твіттер-трансляції виборів. URL: <http://electua.blogspot.com/2010/10/twitter-electua.html>
7. В Україні запустили сайт про власників ЗМІ. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2099491-v-ukraini-zapustili-sajt-pro-vlasnikiv-zmi.html>
8. Василенко В. «Касетний скандал»: геополітичний і національний виміри. *Детектор медіа*. 4 верес. 2011. URL: <http://detector.media/withoutsection/article/65477/2011-09-04-kasetnii-skandal-geopolitichnii-i-natsionalnii-vimiri/>
9. Вахтанг Кіпіані про Музей-архів преси: зі шкіл, з діаспори, з-під землі. URL: <http://www.chytomo.com/interview/vaxtang-kipiani-pro-muzej-arxiv-presi-zi-shkil-z-diaspori-z-pid-zemli>
10. Вахтанг Кіпіані: Самвидав як спроба протистояти цензурі. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/master_clas/vakhtang_kipiani_samvidav_yak_sproba_protistoyati_tsenzuri/
11. Веснянка О. Політики активізуються у соцмережах – чекайте виборів. *Диалог: возрождение традиций интеллектуального общения*. URL: <http://dialogs.org.ua/ru/periodic/page25877.html>
12. Вибори 2014 р. Президента України і дострокові вибори Верховної Ради України. *Історія України*. URL: http://pidruchniki.com/76139/istoriya/vibori_2014_prezidenta_ukrayini_dostrokovivi_vibori_verhovnoyi_ukrayini
13. Вибори Верховної Ради 1998 та Президента України 1999 рр. *Минуле та теперішнє*. URL: http://mtt.in.ua/ist-ukr_1991-2010_vybory-ukrayiny-1998-ta-1999/
14. Вибори Президента України 31 жовтня, 21 листопада та 26 грудня 2004 р. : Заключний звіт Місії ОБСЄ/БДПЛ зі спостереження за виборами. Варшава, 11 трав. 2005. 56 с.
15. Все про медіа регіонів України в рамках проекту «Громадська експертиза. Свобода слова». Київ, 2000. 152 с.
16. Вышел первый украинский номер журнала Harper's Bazaar. MMR. URL: <https://mmr.ua/show/vyshel-pervyj-ukrainskij-номер-zhurnala-harpers-bazaar/14958>
17. Газета Верховної Ради «Голос України». URL: <http://www.golos.com.ua/about>
18. Галлін Деніел С. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / пер. з англ. О. Насика. Київ : Наука, 2008. 320 с.
19. Ганжа Л. Потішне суспільне мовлення і бутафорська цифра. *Телекритика*. URL: http://ru.telekritika.ua/dvb/2010-02-22/51244?theme_page=60&
20. Гев'юк У. Позачергові парламентські вибори 1994 та 2007 рр. в Україні: порівняльний аналіз. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Політологія, Соціологія, Філософія*. 2010. Вип. 14. С. 78–82. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/8096/.pdf>
21. Гібридні загрози Україні і суспільна безпека. Досвід ЄС і Східного партнерства. URL: https://geostrategy.org.ua/images/blok_XXI-end_0202.pdf
22. Гнатюк С. Формування позитивного міжнародного іміджу Української держави в інформаційному просторі. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/02.htm>
23. Гонгадзе Георгій Русланович. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
24. Горбань К. Про перспективи громадського мовлення в Україні. *Телекритика*. URL: http://www.mymedia.org.ua/articles/psb/pro_perspektivi_gromadskogo_movlennya_v_ukra_n.html
25. Грабовецький М. Наше цифрове майбутнє: у Франківську медіа-експерт Лариса Мудрак розповіла, до чого готуватися. *VERSII.IF.UA*. URL: <http://versii.if.ua/novunu/nashe-tsifrove-maybutnye-u-frankivsku-media-ekspert-larisa-mudrak-rozpovila-chogo-gotuvatisya/>

26. Гриценко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект) : дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.03. Київ, 2003. 425 с.
27. Грошова реформа 1996 р. – введення гривні. Історія грошей і банківництва / *Навчальні програми онлайн*. URL: http://pidruchniki.com/14940807/bankivska_sprava/groshova_reforma_1996_vvedennya_grivni
28. Декларація про державний суверенітет України. *Електронна бібліотека України*. URL: <https://uateka.com/uk/article/society/1202>
29. Довідка про періодичні видання, зареєстровані та перереєстровані Мінпресінформом та обласними комітетами у справах преси та інформації : станом на 1 січ. 1996 р. / викон. А. М. Плус. Київ, 1996.
30. Довідка про хід реєстрації та перереєстрації друкованих засобів масової інформації в Україні / викон. П. П. Орленко. Київ, 1994.
31. Дорош М. Роздержавлення преси: досвід Польщі. *Преса у світі*. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/print/1411980895/rozderzhavlennya_presi_dosvid_polschi/
32. Заклик Національної ради до провайдерів програмної послуги і кабельних операторів. URL: <http://nrada.gov.ua/ua/news/radanews/22015.html>
33. Закон України «Про інформацію» – базовий правовий акт у системі регулювання інформаційних відносин в Україні. *Український історик*. URL: <http://istoryk.in.ua/zakon-ukrayini-pro-informatsiyu>
34. Звіт за результатами проведення моніторингу процесу реформування друкованих засобів масової інформації та редакцій / Державний комітет телебачення і радіомовлення України. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=152342&cat_id=126285
35. Звіт Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2019 рік / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL: https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2020/02/Zvit_NR_2019.pdf
36. Звіт про випуск газет у 2018 році / Державний комітет телебачення і радіомовлення України. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=154187&cat_id=85717
37. Звіт про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час виборчої кампанії Президента України 2014 року. URL: nrada.gov.ua/userfiles/file/2014/.../zvit.doc

38. Звіт про дотримання телерадіоорганізаціями визначеного законодавством порядку мовлення під час проведення виборчої кампанії народних депутатів у 2014 році / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. Київ, 2014. 28 с.
39. Здіорук С. І, Гнатюк С. Л. Суспільне мовлення: український варіант. *Стратегічні пріоритети*. 2008. № 4 (9). URL: <http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/9/11.pdf>
40. Зеленський офіційно став президентом України. *Живий блог. Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29951890.html>
41. Злепко Ю. Як працює найпопулярніше у Польщі щоденне друковане видання «Газета Виборча». *Трибуна*. URL: https://tribuna.pl.ua/lory_majers/yak-pratsyuje-najpopulyarnishe-u-polshhi-shhodenne-drukowane-vidannya-gazeti-viborcha/
42. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография. Ч. III : Теории и модели массовой коммуникации. Киев : ЦВП, 2009. 330 с.
43. Издательский дом «Пронто-Киев» выпустил «Всю недвижимость Киева» в одном дайджесте. *УАВІІІІ*. URL: http://www.uapp.org/pub_pr/7011.html
44. Информационная независимость Украины. Ч. II. Информационное сопротивление. URL: <http://sprotyv.info/ru/news/1401-informacionnaya-nezavisimost-ukrainy-chast-ii>
45. Інтеграція і різноманітність: нові тенденції політики України в сфері масової інформації та нових комунікаційних послуг : спец. вид. до 7-ої Європейської міністер. конф. з питань політики у сфері засобів масової інформації. Київ, 2005. 120 с.
46. Інформаційне законодавство : зб. законодав. актів : у 6 т. / Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. Київ : Юрид. думка, 2005. Т. 3 : Інформаційне законодавство країн СНД та Балтії (Латвія, Литва, Молдова, Росія, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан) / за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижя. 440 с.
47. Інформаційне законодавство України : станом на 1 верес. 2008 р. / за ред. Т. Шевченка, Т. Олексіюк ; упоряд. Т. Бондаренко. Київ, 2008. 356 с.
48. Інформація про зареєстровані періодичні видання : станом на 31 грудня 1991 р. / Держ. комітет України по пресі. Київ, 1993.

49. Історична довідка про діяльність РНБОУ / Рада національної безпеки і оборони України. URL: <http://www.rnbo.gov.ua/content/history.html>
50. Історія українського парламентаризму: від Віча Київської Русі до Верховної Ради України (частина друга). *Бібліотечно-бібліографічні ресурси*. URL: <http://lib.rada.gov.ua/static/excursion/parlamentaryzm2.html>
51. Кабмін затвердив рекомендаційний бренд-бук «Ukraine Now». *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/kabmin-zatverdiv-rekomendacijnij-brend-buk-ukraine-now>
52. Кабмін створив Міністерство інформаційної політики. *Телекритика*. URL: <http://www.telekritika.ua/pravo/2015-01-14/102514>
53. Канівська четвірка. URL: <http://wikivisually.com/lang-uk/wiki/>
54. Колодій А. Позачергові президентські й парламентські вибори 2014 року в Україні: особливості та наслідки. *Вибори-2014: Чи втілені вимоги Євромайдану?* Київ : Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. 2015. URL: <http://dif.org.ua/article/vibori-2014-chi-vtileni-vimogi-evromajdanu>
55. Конвенція про транскордонне мовлення. Центр демократії та верховенства права. URL: <https://cedem.org.ua/news/konventsija-pro-transkordonne-movlenn/>
56. Костилева С. О. Друковані засоби масової комунікації України (1986–2000 рр.) : історія становлення, тенденції розвитку. Київ, 2001. 304 с.
57. Котюжинська Т. Ціна компромісу. *Дзеркало тижня. Україна*. 2011. 21 січ. (№ 2). URL: http://dt.ua/POLITICS/tsina_kompromisu-73743.html
58. Лазарчук О. Перспективи і сучасний стан ділового сегменту медіаринку України. *Вісник Львівського університету : зб. наук. пр. Серія Журналістика*. Львів : Видавн. центр Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2013. Вип. 38. С. 159–167.
59. Лебедева-Гулей О. В. Тенденції розвитку української газетної публіцистики 1991–2006 рр. Електронна бібліотека Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2169>

60. Лель. Перший український журнал про кохання. MediaLab Online. URL: <http://medialab.online/lel/>
61. Лук'янюк В. Референдум про незалежність України. Цей день в історії. 16 трав. 2013. URL: <http://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/m/tm.pl?Month=12&Day=01>
62. Майбутнє українських медіа-2. Український Інститут Майбутнього. URL: <https://uifuture.org/reports/majbutnye-ukrayinskix-media-2/>
63. Майола Дж., Майер-Резенде М. Регулювання діяльності засобів масової інформації під час виборів. Проекти з питань виборів. Координатор Проектів ОБСЄ в Україні. Київ : Вид-во «КІМ», 2008. 84 с.
64. Малий Т. Михайло Вейсберг: «Наш ринок дуже змінився через хаотичне скуповування активів». *Редакторський портал*. URL: http://redactor.in.ua/ru/interview/5744.Mihaylo_Veysberg_Nash_rinok_duzhe_zm%D1%96nivsya_cherez_haotichne_skupovuvannya_aktiv%D1%96v
65. Матеріал для виступу Віце-прем'єр-міністра України І. Ф. Кураса на нараді з головними редакторами газет у Житомирі 12–13 січня 1994 р. Київ, 1994.
66. «Ми воїни. Не ледарі. Не лежні. І наше діло – праведне й святе!». LB.ua. URL: https://lb.ua/news/2021/08/24/492294_mi_voini_ledari_lezhni_i.html
67. Миргородський А., Савицька А. Фантомная боль #maidan. Київ : «o4.today», 2014. 704 с.
68. Миронова І. «Главред-медиа» отредактировали. *Укр-РудПром*. URL: http://www.ukrudprom.ua/digest/Glavredmedia_otredaktirovali.html
69. Міністерство інформації України : звіт про діяльність у 1997 р. Київ, 1997. 52 с.
70. Наше цифрове майбутнє: у Франківську медіа-експерт Лариса Мудрак розповіла, до чого готуватися. *Версії*. URL: <http://versii.if.ua/novunu/nashe-tsifrove-maybutnye-u-frankivsku-media-ekspert-larisa-mudrak-rozprovila-chogo-gotuvatisya/>
71. Незалежність – це формула вічної України! LB.ua. URL: https://lb.ua/news/2021/08/24/492111_nezalezhnist-tse_formula_vichnoi.html

72. Нестеряк Ю. В. Вдосконалення державної політики у сфері інформаційної безпеки України в умовах інформаційного протистояння. *Вісн. НАДУ*. 2017. № 1. С. 147–153.

73. Нестеряк Ю. В. Державна інформаційна політика: теоретико-методологічні засади : монографія. Київ : НАДУ, 2014. 292 с.

74. Нестеряк Ю. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід) : дис. канд. філол. наук: 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2005. 223 с.

75. НКРЗІ пропонує зміни до Закону України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки». Нац. коміс., що здійснює держ. регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL: http://www.nkrz.gov.ua/uk/activities_nkrzi/news/1344519940/

76. О телеканале «Тонис»: история, содержание канала, параметры вещания. *IT Store – телевизионный портал*. URL: http://www.itstore.dp.ua/sat/page_34_telekanal_tonis.html

77. Овсієнко В. В. Макар Іван Іванович. Віртуальний музей. Дисидентський рух в Україні. URL: <http://museum.khpg.org/1184058826>

78. Олійник О. В., Соснін О. В., Шиманський Л. Є. Політико-правові аспекти формування інформаційного суспільства суверенної і незалежної держави. URL: old.niss.gov.ua/book/Sosnin_2.htm

79. Онуфрійчук М. Я. Преса і книговидання – важливі складові інформаційної системи держави. Київ, 1996. 15 с.

80. Остапа С. В., Міський В. В., Розкладай І. Є. Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики. Київ: ТОВ «Друкарня Віол», 2018. 156 с.

81. Остаточний звіт за післявиборний період. 29 жовтня – 6 листопада 2012 року. Варшава, 3 січня 2013 року. *Вісник Центральної виборчої комісії*. 2013. № 1 (25). URL: http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2013_1/visnik1_2013_st_11.pdf

82. Парламент зобов'язав державу підтримувати газети національних меншин. *Телекритика*. URL: <http://ua.telekritika.ua/lyudi/print/2532>

83. Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України : Постанова Каб. Міністрів України від 14.01.2015

№ 2. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2-2015-%D0%BF>

84. Питання Міністерства інформації України : Указ Президента України від 19.02.1997 № 160/97. База даних «Законодавство України» / ЛІГА:ЗАКОН. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U160_97.html

85. Політичне життя України 1993–2000 роках : підручник. *Історія України (1939–2005 pp.)*. URL: <http://ukrmap.su/uk-uh11/1095.html>

86. Положення про «Міністерство правди». *Укр. правда*. URL: <http://www.pravda.com.ua/articles/2014/12/3/7046325/>

87. Помаранчева революція. Цей день в історії. URL: <http://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/m/tm.pl?Month=11&Day=23>

88. Понад 270 журналістів постраждали в Україні під час Євромайдану – НСЖУ. *Українформ*. URL: www.ukrinform.ua/rubric-society/2177132-ponad-270-zurnalistiv-postrazdali-v-ukraini-pid-cas-evromajdanu-nszu.html

89. Популяризація України в світі / М-во інформ. політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/news/2171.html?PrintVersion>

90. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про засади інформаційної безпеки України». URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=51123

91. Президентські вибори 2010 р. в Україні. Історія держави і права. URL: http://pidruchniki.com/67738/pravo/prezidentski_vibori_2010_ukrayini

92. Преса України (окремі дані). Загальні порівняльні дані за 1986 і 1993 рр. Київ, 1994.

93. Прийнято Конституцію незалежної України. *Електронна бібліотека України*. URL: <https://uateka.com/uk/article/years/1996/981>

94. Про «Урядовий кур'єр». *Уряд. кур'єр*. URL: <https://www.ukurier.gov.ua/uk/about/>

95. Про департизацію державних органів, установ та організацій: Постанова Верхов. Ради України від 24.08.1991 № 1429-ХІІ. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1429-12>

96. Про дію міжнародних договорів на території України : Закон України від 10.12.1991 № 1953-ХІІ. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1953-12>

97. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939. Правове регулювання журналістської діяльності в Україні : матеріали тренінгу для журналістів. Київ : ГО «Ін-т розвитку регіон. Преси», 2012. С. 3–12.

98. Про друкований орган Ради Міністрів УРСР : Постанова Ради Міністрів УРСР від 23.08.1990 № 218. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/ru/218-90-%D0%BF>

99. Про забезпечення безперешкодної діяльності засобів масової інформації у передвиборний період 2014 року : Постанова Верхов. Ради України. *Відом. Верхов. Ради України*. № 14. Київ, 2014. С. 318.

100. Про заборону діяльності Компартії України : Указ Президії Верховної Ради України від 30.08.1991 № 1468-XII. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1468-12>

101. Про заборону діяльності Комуністичної партії : Проект Постанови Верхов. Ради України від 04.07.2011 № 8743 База даних «Законодавство України» / ЛІГА:ЗАКОН. URL : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DF6QV00A.html

102. Про заснування газети Верховної Ради Української РСР «Голос України» : Постанова Верхов. Ради УРСР від 16.10.1990 № 380-XII. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/ru/380-12>

103. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

104. «Пронто-Киев» запустил сайт «Вся недвижимость». *Sostav.ua*. URL: <http://sostav.ua/news/2009/08/07/80/23793/>

105. Про обрання Комісії Верховної Ради Української РСР з питань гласності та засобів масової інформації : Постанова Верхов. Ради Української РСР від 28.06.1990. *Відом. Верхов. Ради УРСР*. 1990. Ст. 200.

106. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки : Закон України від 09.01.2007 № 537-V. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>

107. Про перейменування Радіо-телеграфного агентства України при Раді Міністрів УРСР (РАТАУ) : Постанова Ради Міністрів Української РСР від 27.11.1991 № 346. База даних «Законодавство України» / ЛІГА:ЗАКОН. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP900110.html

108. Про Положення про Міністерство України у справах преси та інформації : Указ Президента України від 02.11.1995 № 9/95. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/9/95>

109. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації : Закон України від 06.01.2018. *Відом. Верхов. Ради України*. 1997. № 49. Ст. 299.

110. Про пресу та інші засоби масової інформації : Закон СРСР від 12.06.1990 № 1553. *Відом. Верхов. Ради України*. 1990. № 26. Ст. 492.

111. Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації : Закон України від 15.06.2017. *Відом. Верхов. Ради України*. 2016. № 3. Ст.34.

112. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про невідкладні заходи щодо впорядкування системи здійснення державної інформаційної політики та удосконалення державного регулювання інформаційних відносин» : Указ Президента України від 21.07.1997 № 663/97. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/663/97>

113. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України» : Указ Президента України від 21.05.2014 № 449/2014. URL: <http://www.prezident.gov.ua/documents/17588.html>

114. Про розгляд вимог студентів, які проводять голодування в м. Києві з 2 жовтня 1990 року : Постанова Верхов. Ради УРСР. *Відом. Верхов. Ради УРСР*. 1990. № 45. Ст. 604. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/402-12>

115. Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України : Закон України від 18.07.1997 № 485/97-ВР. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/485/97-%D0%B2%D1%80>

116. Про створення телерадіоорганізації Суспільного мовлення України : Постанова Верхов. Ради України від 21.11.1997 № 667/97–вр. *Відом. Верхов. Ради України*. 1998. № 11–12. С. 51.

117. Про створення Українського незалежного інформаційного агентства новин (УНІАН) : Постанова Президії ВР України від 27.08.1991 № 1441а-ХІІ. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1441%D0%B0-12>

118. Про Суспільне телебачення і радіомовлення України : Закон України від 17.04.2014 № 1227-VII. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1227-18>

119. Про Українське національне інформаційне агентство (Укрінформ) : Постанова Кабінету Міністрів від 27.11.1991 № 346. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/346-91-%D0%BF>

120. Проблеми інформаційної діяльності, свободи слова, дотримання законності та стану інформаційної безпеки України : матеріали парлам. слухань у Верхов. Раді України 16 січ. 2001 р. Київ : Парлам. вид-во, 2001. 187 с.

121. Проект «Європейський Союз та Рада Європи працюють разом для зміцнення свободи медіа в Україні». Офіс Ради Європи в Україні. URL: [https://www.coe.int/uk/web/kyiv/eu-and-council-of-europe-working-together-to-support-freedom-of-media-in-ukraine?fbclid=IwAR1EETgc4zQsYt1Fa3yVYV_Zj58_VcDBfORtQqXr9XDoGbYYOXeoDJ2teQ#%7B%2253103690%22:\[2\]%7D](https://www.coe.int/uk/web/kyiv/eu-and-council-of-europe-working-together-to-support-freedom-of-media-in-ukraine?fbclid=IwAR1EETgc4zQsYt1Fa3yVYV_Zj58_VcDBfORtQqXr9XDoGbYYOXeoDJ2teQ#%7B%2253103690%22:[2]%7D)

122. Проект Закону України «Про Концепцію державної інформаційної політики» / Державний комітет телебачення і радіомовлення України. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=70468&cat_id=7774

123. Проект Закону України про Суспільне телебачення і радіомовлення України № 1076 від 12.12.2012. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=1076&skl=8

124. Проект Концепції загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2008–2012 роки. URL: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/88278>

125. Проект Постанови про формування складу Кабінету Міністрів України № 1008 від 02.12.2014. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52614

126. «РБК-Україна»: Головне – зайняти нішу на онлайновому ринку. *Телекритика*. URL: <https://web.archive.org/web/20160406065445/http://www.telekritika.ua/lyudi/print/9229>

127. Революція на граніті – це одні з найщасливіших днів мого життя, – Віктор Рог. *Націоналістичний портал*. URL: <http://ukrnationalism.com/interview/40-revoliutsiia-na-hraniti>

128. Революція на граніті: 25 років по тому. *Збруч*. URL: <https://zbruc.eu/node/42122>

129. Регулювання участі ЗМІ у виборчому процесі: напрями удосконалення. Асоціація медіа-юристів Львівщини. URL: http://www.mediajuryst.com/rehulyvannya_uchasti_zmi_u_vyborchomu_protsezi_napryamy_udoskonalennya.aspx

130. Резолюція 1239 (2001) Свобода вираження поглядів та переконань і функціонування парламентської демократії в Україні. Центр демократії та верховенства права. URL: <https://cedem.org.ua/library/rezolyutsiya-1239-2001-svoboda-vyrazhennya-poglyadiv-ta-funktsionuvannya-parlamentskoyi-demokratiyi-v-ukrayini/>

131. Результати виборів до Верховної Ради оприлюднені офіційно. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/24769283.html>

132. Свобода слова в Україні: стан, проблеми, перспективи : матеріали парлам. слухань у Верхов. Раді України 10 квіт. 1997 р. Київ : Парлам. вид-во, 1997. 136 с.

133. Семенченко І. Ю. Тенденції інформаційного простору України в умовах глобалізації. URL: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Politologia/63701.doc.htm

134. Сергей Чернявский назначен исполнительным директором «Пронто-Киев». *Sostav.ua*. URL: <http://sostav.ua/news/2008/09/16/2/13433/>

135. Сергій Набока. Український Самвидав. 2003. № 1 (5), березень. URL: <http://www.smoloskyp.org.ua/-leftmenu-173/eftmenu-196/48-2003/319-s-1-5--2003.html?start=5>

136. Складаревская Г. «Нам говорили: «Мы знаем, откуда у вас деньги! Вы – порнографический канал!». *Детектор медіа*. 2012. 1 верес. URL: <https://detector.media/kritika/article/75038/2012-09->

14-nam-govorili-my-znaem-otkuda-u-vas-dengi-vy-pornograficheskii-kanal/

137. Скуратовський Б. История украинского ТВ глазами зрителя. URL: <http://mediasat.info/2016/01/23/history-of-ukraine-television>

138. Соціальні мережі як джерело інформації для ЗМІ під час Революції гідності в Україні. *Студопедия*. URL: <https://studopedia.org/12-70528.html>

139. Спільний висновок щодо проекту змін до законодавства про вибори народних депутатів України: Прийнятий Венеціанською комісією на її 96-й пленарній сесії (Венеція, 11–12 жовт. 2013 р.). URL: http://www.cvk.gov.ua/visnyk/pdf/2013_3/Visnik_3_2013_st_17.pdf

140. Степанов В. Ю. Державна інформаційна політика в сучасному політичному просторі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 3. С. 76–78.

141. Степанов В. Ю. Державна інформаційна політика: мета та теоретичні засади реалізації. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_du/2011_2/files/DU211_12.pdf

142. Струкова Е. Альтернативная периодическая печать и ее роль в становлении многопартийности в России. *Человек и наука*. URL: <http://cheloveknauka.com/alternativnaya-periodicheskaya-pechat-i-ee-rol-v-stanovlenii-mnogopartiynosti-v-rossii#ixzz57Z2EKPw5>

143. Суспільне мовлення. Шлях від 25 березня 2014 року. УЛ: Перший. URL: <http://1tv.com.ua/news/channel/84154>

144. Суспільне мовлення: «Гірше, ніж тепер, усе одно не буде». *Детектор медіа*. URL: http://stv.detector.media/interview/suspilne_movlennya_girshe_nizh_teper_use_odno_ne_bude/

145. Текст Постанови Верховного Суду / ІНТЕРФАКС-Україна, п'ятниця, 3 груд. 2004. *Укр. правда*. URL: <http://www.pravda.com.ua/articles/2004/12/3/3004988/>

146. Тунік Ю. Вбиті за правду. Журналісти, яких втратила незалежна Україна. *Главком*. URL: <https://glavcom.ua/country/society/vbiti-za-pravdu-brzhurnalisti-yakih-vtratila-nezalezna-ukrajina-437394.html>

147. Убивство Гонгадзе: справа, яку не можна забувати. Хронологія. *Західна інформаційна корпорація*. URL: https://zik.ua/news/2016/03/22/ubyvstvo_gongadze_sprava_yaku_ne_mozhna_zabuvaty_hronologiya_683256

148. Угода про асоціацію Україна-ЄС набула чинності. Укрінформ. <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2296693-ugoda-pro-asociaciu-ukrainaes-nabula-cinnosti.html>

149. Удосконалення Закону України «Про вибори народних депутатів». Перспективи та пріоритети. *Опора*. URL: <https://www.opora.ua/news/3864-udoshkonalennja-zakonu-ukrajiny-lpro-vybory-narodnyh-deputativr-perspektyvy-ta-priorytety>

150. Україна в 2005–2009 рр.: стратегічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку : монографія / за заг. ред. Ю. Г. Рубана. Київ : НІСД, 2009. 655 с.

151. Україна в роки незалежності. *Історія України від найдавніших часів до початку ХХ ст.* URL: <https://history.vn.ua/book/zno2010/137.html>

152. «УМХ» випускає журнал о комп'ютерах, – «МедиаБизнес». *«МедиаБизнес»*. URL: <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/6199/lang,uk/>

153. Уряд утворив Національну суспільну телерадіокомпанію. *Уряд. портал*. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247734463&cat_id=244276429

154. Усенко І. Коментар до Закону України «Про доступ до публічної інформації». *Права Людини в Україні* : інформ. портал Харк. правозахис. групи. URL: <http://www.khpg.org/index.php?id=1330078677>

155. Формула незалежності. LB.ua. URL: https://lb.ua/news/2021/08/24/492105_formula_nezalezhnosti.html

156. Хоменко С. Епоха Кучми: десять неоднозначних років. *BBC Україна*. URL: http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2013/08/130809_kuchma_epoch_sx

157. Хроніки майдану. Як розвивалася і до чого призвела друга українська революція. URL: <http://journal.112.ua/maidan-ua/#>

158. ЦВК опрацювала 100 % протоколів. *Укр. правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2019/07/26/7221983/>

159. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики : навч. посіб. для студ. освіт.-кваліфікац. рівня «бакалавр» напряму підготовки «Журналістика». Запоріжжя : «Просвіта», 2013. 112 с.

160. Чабаненко М. Що відомо і що невідомо про перші українські сайти. *Телекритика*. URL: <http://ru.telekritika.ua/intemet/print/37855>
161. Часи перебудови та радянська преса цих часів. *Освіта.ua*. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/journalism/22292/>
162. Чиж І. Уряд ігнорує закон про підтримку журналістів. *Голос України*. 1998. 4 верес. № 169 (1919).
163. Шаповал Ю. І. Кравчук Леонід Макарович. *Енциклопедія історії України* / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2008. Т. 5: Кон–Кю 568 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=Kravchuk_L_M
164. Шевченко А. В. Закон «Про доступ до публічної інформації»: 10 речей, корисних для кожного. *Укр. правда*. 2011. 10 трав. URL: <http://www.pravda.com.ua/columns/2011/05/10/6179197/>
165. Шкляр В. І. Вектори часу. Україна на шляху до Європи : наук. вид. / упоряд.: В. І. Шкляр, А. В. Юричко. Київ : Етнос, 2006. С. 226–264.
166. Шпак В. І. Видавничий бізнес. Теорія і практика. Київ : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2010. 384 с.
167. Штогрін І. Політичні підсумки президентства Віктора Ющенка. *Радіо Свобода*. 18.02.2010. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/1962196.html>
168. Щербакова В. О. Розвиток друкованої реклами в Україні. *Олбест*. URL: https://revolution.allbest.ru/marketing/00353719_0.html
169. Щодо інформаційно-психологічної складової агресії Російської Федерації проти України (за результатами подій 1–2 берез. 2014 р.) : аналіт. зап. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1476/>
170. Ющенко Віктор Андрійович. *Інформатор*. URL: <https://informatore.news/yuschenko-viktor-andriyovych/>
171. Янович А. Перша в Україні еротична газета не витримала конкуренції з «Плейбоем». *Gazeta.ua*. 2013. 29 жовт. URL: https://gazeta.ua/articles/history-journal/_persha-v-ukrayini-erotichna-gazeta-ne-vitrimala-konkurenciyi-z-plejboyem/523460
172. Curran, J. (2011), *Media and democracy*. London ; UK : Routledge. P. 28.

173. Esser, F. & Umbricht A. (2013), «Competing models of journalism? Political affairs coverage in US, British, German, Swiss, French and Italian newspapers», *Journalism*, 14. Jg., Н. 8, P. 989–1007.
174. Фантомная боль #maidan. Публицистика / Авт. проекта А. Миргородский, А. Савицкая; Гл. ред. А. Савицкая. Київ : Изд-во «o4i.today», 2014. – 704 с.
175. Hallin, D. C. & Mancini, P. (2012), *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge ; UK : Cambridge University Press. P. 10.
176. *Media in Process: Transformation and Democratic Transition* / ed. Sai Felicia Krishna-Hensel : Routledge, 2017. 184 p.
177. Sai Felicia Krishna-Hensel (ed.) (2017), *Media in Process: Transformation and Democratic Transition*. Routledge. 184 p.

Наукове видання

Автори

Нестеряк Юрій Васильович,

Нестеряк Юлія Миколаївна

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ
ПРОСТІР УКРАЇНИ: ТРАНСФОРМАЦІЇ
(1989–2019 роки)**

Монографія

Київ, НАДУ

Відповідальний за випуск *В. С. Андрейчук*

Редактор *С. М. Шиманська*

Коректор *О. В. Должикова*

Технічні редактори: *Н. Ю. Копайгора, О. Г. Перехрест*

Підп. до друку 27.02.2021.

Формат 60x84/16. Обл.-вид. арк. 9,4. Ум.-друк. арк. 10,2.

Тираж 300 пр.

03057, м. Київ, вул. Антона Цедіка, 20, тел. 456-77-68.

E-mail: IPACS.Print@gmail.com

Свідоцтво серії ДК № 1561 від 06.11.2003