

СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ: QUO VADIS?

У статті проаналізовано проблему становлення в Україні суспільного мовлення, яка на політичному порядку денному та у центрі уваги медіаекспертів вже понад 20 років, проте, досі не знайшла свого логічного вирішення. Інститут суспільного мовлення присутній в усіх демократичних країнах і є гарантією неупередженого якісного інформування населення про події та явища дійсності, має потужний освітній та розвиваючий потенціал, та є майданчиком для висловлювання своїх поглядів для усіх соціальних груп. Автор робить висновок, що серед перешкод, які стоять на шляху впровадження української моделі суспільного мовлення – висока комерціалізація медіа-ринку та надмірна заполітизованість питання, адже йдеться про контроль каналів загальнодержавного значення.

Ключові слова: суспільне мовлення, НСТУ, законодавство, медіа, громадська думка, ЗМІ.

29

В статье проанализирована проблема становления в Украине общественного вещания, которая на политической повестке дня и в центре внимания медиаэкспертов уже свыше 20 лет, однако, до сих пор не нашла своего логического решения. Институт общественного вещания действует во всех демократических странах и является гарантией непредвзятого качественного информирования населения о событиях и явлениях действительности, имеет мощный образовательный и развивающий потенциал, и является площадкой для высказывания своих взглядов для всех социальных групп. Автор делает вывод, что среди препятствий, которые стоят на пути внедрения украинской модели общественного вещания, – высокая коммерциализация медиа-рынка и чрезмерная заполитизованность вопроса, поскольку речь идет о контроле каналов общегосударственного значения.

Ключевые слова: общественное вещание, НСТУ, законодательство, медиа, общественное мнение.

The article deals with the problem of the public service broadcasting incipience in Ukraine. The problem is on the agenda of politicians and media experts for over 20 years, but still has not found its logical solution. The

Institute of Public Broadcasting there is in all democratic countries and it is a guarantee of quality impartial informing of people about events and phenomena of reality, it has a strong educational and developmental potential, and it is a platform of the expression of opinions for all social groups. The author concludes that the high commercialization of the media market and excessive politicization of the issue stand in the way of the implementation of Ukrainian model of the public broadcasting service.

Keywords: *public service broadcasting, National Public Service Broadcasting of Ukraine, legislation, media, public opinion, mass media.*

Важко перебільшити роль, яку відіграли ЗМІ у ключових подіях українського державотворення років незалежності: етап становлення, системні зміни 2004, 2014 років, військовий конфлікт, політичні кризи, формування електоральних вподобань, і, загалом суспільного світогляду – в усьому одним із провідних є фактор медіа. При цьому, політична заангажованість журналістів є однією із причин глибинних політичних та суспільних криз, формування громадської думки. Саме тому без чесної, збалансованої журналістики, очевидно, не може функціонувати демократичне і відкрите суспільство. Зрозуміло, що цінність такої журналістики невпинно зростає.

Українські медіа у своїй переважній більшості є комерційними. Так, за даними Державного реєстру телерадіоорганізацій і провайдерів програмних послуг, у 2015 році було зареєстровано 27 національних телекомпаній, 76 регіональних телекомпаній і 366 місцевих телекомпаній. Радіомовлення вели 13 національних компаній, 52 регіональні компанії та 452 місцеві мовники. Деякі компанії володіють більш як однією ліцензією. Із 1563 ліцензій на мовлення 36 перебувають у власності державних компаній, 298 були у власності комунальних органів і 1229 отримали приватні та інші компанії [13].

Незважаючи на велику кількість каналів і ліцензій, над ЗМІ у приватній власності домінує невелика кількість представників крупного бізнесу, які використовують медіа для забезпечення власних інтересів у політиці та економіці. Підтвердження цій тезі знаходимо у результатах проекту «Моніторинг медіавласності», який реалізує Інститут масової інформації та організація «Репортери без кордонів». З липня по жовтень 2016 р. було проведено дослідження українського медіаринку, основні результати його засвідчили,

що ЗМІ переважно керуються особистими інтересами їх власників. Брак фінансової прозорості і корупція погіршують «екологію» всього медіа-ландшафту.

У дослідженні йдеться про те, що телевізійний ринок є високо концентрованим, оскільки основні 4 власники охоплюють частку аудиторії 76,25%. Кожна з чотирьох найбільших медіа-груп: StarLight Media (21,68%), 1+1 медіа (20,49%), Inter Media (21,42%) і Медіа Група Україна (12,66%) мають аудиторію близько 20% [17]. Ці медіагрупи належать найбагатшим людям в Україні: Віктору Пінчуку, Ігорю Коломойському, Дмитрові Фірташу й Ринату Ахметову відповідно. Топ 4 друкованих ЗМІ займають 18.60% читацької аудиторії, що визначає низьку концентрацію. Ринок найрейтинговіших друкованих ЗМІ зосереджений також у руках чотирьох власників – Ринат Ахметов («Сьогодні»), Сергій Курченко («Кореспондент», «КП в Україні», «Аргументи і факти»; «Деньги», «Теленеделя»; Денис Мозговий, Тетяна Александрова («Вести») та Олександр Швець («Факти») [1].

Більшість «місцевих» приватних FM-радіостанцій належить до національних мереж зі спільним брендингом і програмуванням, але місцевим продажем реклами. Регіональне телебачення дещо різноманітніше, проте обмежене аналоговою кабельною платформою через високу вартість супутникової та цифрової наземної трансляції [12]. У цій ситуації зростає роль незалежних медіа, якими у країнах з ровиненою демократією є канали суспільного мовлення.

Що ж означає термін «суспільне мовлення»? Більшість українських та міжнародних дослідників сходяться на думці, що єдиноправильного визначення дефініції та понятійно-категорійного апарату покищо не існує. Англійське визначення «public service broadcasting» перекладають як «суспільне мовлення» або дослівно «мовлення в інтересах громадськості». Крім того, «public» в українській практиці перекладають як «державний», «публічний».

В офіційних перекладах документів Ради Європи, виданих в Україні, вживається термін «громадське мовлення» [9, с. 186]. В українській практиці найуживанішим є термін «суспільний», яким послуговуються і законотворці. З дефініцією суспільного мовлення не змогла визначитися і незалежна наглядова комісія, завданням якої було окреслити майбутні принципи фінансування ВВС. Щоби передати сутність типу мовлення використовуються слова «інфор-

мація», «освіта», «розширення обріїв», «неупередженість», «незалежність», «врахування інтересів меншин» та «обмеження комерційної мотивації» [16]. Такий асоціативний ряд певним чином охопив принципи діяльності суспільного мовлення. Дослідники здебільшого його розглядають як некомерційну систему телерадіомовлення, яка діє в інтересах суспільства (і за рахунок його фінансування), має на меті задоволення потреб усіх громадян, включаючи і меншини, надання деяких видів освітніх послуг, тощо.

32 — Інший важливий аспект – розуміння громадськістю значення ролі і місця суспільного мовлення. Не зважаючи на те, що дискусії та політична боротьба навколо цього питання в Україні триває понад 20 років, вкрай мало уваги приділяється роботі з громадською думкою. Нерозуміння завдань та змісту суспільного мовлення призводить, зазвичай, до відсутності попиту на впровадження змін, який, своєю чергою, створив би необхідне громадське тло для швидких і рішучих дій з боку влади. Втім, більшість науковців сходяться на завданнях, які стоять перед суспільним мовником. В основу ідеальної моделі суспільного телерадіомовлення має бути покладено задоволення запитів суспільства, врахування інтересів різних соціальних груп, принципова незалежність від держави, політичних і олігархічних, бізнесових чи інших впливів, прозорість процедур формування наглядової ради, дотримання журналістами професійних стандартів, високий рейтинг і довіра глядачів/слухачів, громадський контроль і аудит, звітність тощо [14].

Науковці С.Здіорук і С.Гнатюк визначають основні риси, які повинні бути притаманні суспільному мовнику: загальнодержавне поширення; відповідність загальним смакам та інтересам більшості громадян; безпосередня й кількісно значуща участь глядачів у фінансуванні; широкий зворотний зв'язок із суспільством (через об'єднання громадян); спрямованість політики каналів на розвиток загальнонаціональної ідентичності, консолідацію та гуманізацію суспільства, підвищення його культурного та освітнього рівня; приділення особливої уваги проблемам меншин у суспільстві; конкурентоспроможність поряд із комерційними каналами; якість і привабливість контенту [10, с. 78].

Як же вберегти суспільного мовника від впливів держави і бізнесу? Практично в усіх країнах ЄС на законодавчому рівні закріплено таку процедуру формування керівних органів управління,

яка сприяє посиленню незалежності суспільного мовлення від стороннього, зокрема – політичного – впливу. До таких механізмів, належать, наприклад, паритетний принцип формування рад організацій мовлення з числа представників парламентської більшості та опозиції, включення до складу вищих органів управління не лише політиків, але і незалежних експертів, закріплення повноважень з формування вищого керівного органу суспільного мовлення за національним органом регулювання телебачення і радіомовлення, встановлення вичерпного кола підстав дострокового припинення повноважень членів органів управління суспільним мовленням, затвердження складу вищого органу управління суспільним мовленням кваліфікованою (а не простою) більшістю голосів членів парламенту (Італія), обмеження кількості строків перебування на керівних посадах в організаціях мовлення тощо [3].

Чи не найголовнішою запорукою для свободи суспільного мовника є його фінансова незалежність. Найпоширенішими серед джерел фінансування у різних країнах є: 1) абонплата з кожного громадянина чи сім'ї або прямий податок; 2) перерахунки з держбюджету; 3) державні замовлення; 4) податок на рекламу; 5) спеціальний податок (збір) для комерційних ТБ та радіо; 6) розміщення прямої та спонсорської реклами на каналах громадського ТБ та радіо основним і традиційним джерелом фінансування суспільного мовлення. Саме така модель забезпечує максимальну фінансову автономію СМ [10]. При цьому прямі державні субсидії як джерело фінансування суспільного мовлення відсутні в переважній більшості країн.

На думку багатьох фахівців, втілення в Україні фінансування суспільного мовлення через абонплату може бути суттєво ускладнено неготовністю населення України нести додаткові витрати на його функціонування, що зумовлено як негативним ставленням до запровадження, фактично, нового податку, та у відсутності усвідомлення потреби запровадження суспільного мовлення на масовому рівні. Цікавою є фінська модель фінансування суспільного мовлення, у якій значною мірою компенсуються недоліки бюджетного фінансування. Діяльність суспільного мовлення фінансується не на пряму з Державного бюджету, а через спеціальний цільовий позабюджетний фонд – Державний фонд телебачення та радіо. Джерелами формування Фонду є два види коштів – кошти,

отримані в якості абонентської плати, та кошти, отримані від комерційних організацій у якості плати за право мовлення. Розмір цієї плати не є фіксованим, а визначається на основі прогресивної шкали і є прямопропорційним доходам комерційних мовників від спонсорської підтримки та реклами [2]. Елементи фінської моделі могли б збалансувати діяльність комерційних та суспільних мовників в Україні.

Становлення інституту суспільного мовлення в Україні розпочалося у 1997 р., коли Верховна Рада України прийняла Закон «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України». У документі було визначено правові й концептуальні підвалини його реформування. Однак Закон не був реалізованим на практиці. У 2002 році за ініціативи Олександра Кривенка було створено проект Інтернет–радіо «Громадське радіо». Сприятливі умови для створення системи суспільного мовлення настали після «Помаранчевої революції»: поживалися дискусії, громадські організації засновують коаліцію «Суспільне мовлення», в межах робочих її груп було сформульовано концепцію закону.

34

23 травня 2005 р. С.Правденко, Т.Стецьків, В.Шевченко подали на розгляд законопроект «Про внесення змін та доповнень до Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», який 22 грудня 2005 р. був відхилений Верховною Радою у повторному другому читанні. Сам же Президент В. Ющенко 25 липня 2005 р. під час урядового засідання заявив про те, що державне і суспільне мають існувати паралельно, хоча для демократичного суспільства існування ЗМІ, контрольованих державою, не припустиме [7, с.105].

15 березня 2007 р. А.Шевченко, Т.Петрів, Е.Прутнік та В.Шевченко підписали декларацію про співпрацю, маючи на меті запровадити в Україні телерадіомовлення, згодом за підтримки ОБСЄ робоча група розробила концепцію, яка не визріла у законопроект. У серпні 2007 р. розпочав мовлення «Перший громадський», започаткований Держкомтелерадіо на базі обласних та регіональних державних телерадіокомпаній, який 2008 р. припинив існувати [10, с. 82].

21 лютого 2008 р. Президент В. Ющенко підписав Указ «Про заходи щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України», а у травні розпорядженням Кабміну було утворено робочу групу з опрацювання та вирішення питань щодо ство-

рення системи суспільного мовлення. Нацрада з питань телебачення і радіомовлення долучилася також до справи творення суспільного мовлення, запропонувавши модель програмної політики суспільного мовника, згідно з якою потрібно створити 3 канали: суспільно-політичний, культурно-мистецький і національних меншин.

У 2009-2010 рр. були підготовлені законопроекти щодо змін до Закону України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» А. Шевченком, Національною комісією з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі, а також проект закону «Про національну громадську телерадіокомпанію України» Громадської гуманітарної ради при Президентові України. Проте жодних змін зрештою так і не відбулося.

Певні зрушення простежуються у 2012 році. 12 грудня Кабінет Міністрів, а 13 грудня народні депутати від трьох опозиційних фракцій А.Шевченко, Т.Кутовий, І.Мірошниченко внесли до Верховної Ради свої варіанти законопроектів для створення суспільного мовлення. Як стверджує О.Войтко, урядовий проект «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» став «абсолютно новим документом», який розробили Громадська гуманітарна рада при Президентові України та Державний комітет телебачення і радіомовлення України [5].

Затягування процесу створення класичного суспільного мовлення спричинило до появи проектів громадських активістів та журналістів: Інтернет-медіа «GROMTV», «Спільнобачення», «Громадське телебачення». Їх автори стверджували, що проекти «ґрунтуються на принципах суспільного мовлення. Тому О. Войтко вважає, що представникам влади, «які опікуватимуться створенням суспільного мовлення на державному рівні», потрібно орієнтуватися на практичний досвід команд і залучити до колективу централізованого суспільного мовлення працівників Інтернет-проектів [4].

Законотворчий процес відновився у 2014 році, чому посприяли громадськість і журналісти: 21 березня рух «Стоп цензурі» поширив заяву про те, що вимагає зустрічі з Головою Верховної Ради, в.о. Президента України і прем'єр-міністром України щодо створення суспільного телерадіомовлення в Україні. 15 квітня під час круглого столу «Шляхи реформування ОДТРК у суспільних мовників», організованого «Телекритикою» та Інститутом Медіа Права, йшло-

ся про недосконалість законопроекту, але вирішили, що приймати його потрібно якомога швидше.

17 квітня 2014 р. Верховна Рада у другому читанні ухвалила Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», який «створює правові основи діяльності Суспільного телебачення і радіомовлення України, визначає засади діяльності Національної суспільної телерадіокомпанії України». 13 травня 2014 р. в. о. Президента України О. Турчинов підписав його, а 14 травня офіційно опубліковано в газеті «Голос України» [16].

Статтю 1 Закону передбачено створення каналів Суспільного телебачення і радіомовлення України на базі Національної телекомпанії України, Національної радіокомпанії України, Державної телерадіокомпанії «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення», Державної телерадіокомпанії «Культура», обласних державних телерадіокомпаній, Державної телерадіокомпанії «Крим», Київської державної телерадіокомпанії, Севастопольської державної телерадіокомпанії, Української студії телевізійних фільмів «Укртелефільм», що реорганізуються, утворення юридичної особи публічного права «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (НСТУ), 100 відсотків акцій якої належить державі [14].

Презентація Суспільного мовлення відбулася 7 квітня 2015 року. Тоді було змінено назву і логотип – «Перший національний» став «UA:ПЕРШИЙ». Цього ж дня президент Петро Порошенко у прямому ефірі повідомив про початок роботи над створення суспільного мовлення.

17 грудня 2015 р. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення затвердила склад Наглядової ради Національної суспільної телерадіокомпанії України. Загалом у період із 12 по 30 жовтня 2015 р. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення провела 9 конференцій з обрання членів Наглядової ради НСТУ від громадських об'єднань та асоціацій. У них взяли участь 117 громадських організацій, кандидатами до Наглядової ради від яких стали 70 осіб. До складу Наглядової ради суспільного мовника також увійшли представники громадськості і депутатських фракцій та груп Верховної Ради України. Серед функцій Наглядової ради НСТУ є визначення основних напрямів діяльності, призначення членів редакційної ради, затвердження редакційного статуту, обрання на конкурсних засадах голову правління НСТУ, затверджен-

ня положення про ревізійну комісію НСТУ [8].

Утворення Публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» передбачає два етапи.

Перший – етап реорганізації Національної радіокомпанії, Державної телерадіокомпанії «Культура», регіональних та обласних державних телерадіокомпаній, державного підприємства «Українська студія телевізійних фільмів «Укртелефільм» – приєднанням їх до Національної телекомпанії України. На цьому етапі працівники компаній, що приєднуються, переходять до штату НТКУ. Крім того, проведена інвентаризація їхнього майна, включно з нематеріальними активами, з наступною їх передачею НТКУ.

Другий етап – етап перетворення Національної телекомпанії України в публічне акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України» відповідно до Порядку перетворення, затвердженого Постановою КМУ від 5 серпня 2015 року № 567 «Деякі питання утворення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України».

Порядок перетворення Національної телекомпанії України у ПАТ «НСТУ» визначає механізм перетворення, зокрема: складання переліку майна НТКУ, яке відповідно до законодавства не може бути включено до статутного капіталу майбутнього товариства і закріплюється за ним на праві господарського відання; проведення оцінки майна Національної телекомпанії України; визначення розміру статутного капіталу ПАТ; затвердження його Статуту; державної реєстрації; реєстрації Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, випуску акцій товариства тощо.

Щодо фінансування суспільного мовлення, то пунктом 2 ст. 14 Закону, в якому йдеться про джерела фінансування НСТУ, передбачено добровільні та благодійні внески, пожертвування від фізичних і юридичних осіб, продаж власної теле і радіо продукції, отримання коштів з державного та місцевих бюджетів [8]. Хоча Законом безпосередньо не передбачено обов'язкову абонементну плату, як це визначено в інших країнах, важливим є розуміння громадянами необхідності підтримки СМ. Держава забезпечує належне фінансування НСТУ, яке передбачається окремим рядком у державному бюджеті України та становить не менше 0,2 відсотка видатків загального фонду державного бюджету України за попередній рік.

Старший радник та колишній віце-президент Європейської мовної спілки Б. Бергант наголошує на тому, що виділення бюджетних коштів є вдалим рішенням для перехідного періоду, проте має бути тимчасовим заходом, а гендиректор ЄМС І. Делтенре найбільш прийнятною вважає змішану модель фінансування – поєднання податку та реклами. До того ж для повноцінного розвитку суспільного мовлення фінансування за рахунок державного бюджету може виявитися недостатнім [6].

В. Іванов вбачає переваги в такому джерелі фінансування (унеможливорює вплив державних органів, фінансово-політичних угруповань) і наголошує, що будь-які форми мовлення (комерційне, державне, суспільне) фінансуються громадянами. Європейські суспільні мовники існують у різних формах (публічні підприємства, трести), Кабмін пропонує акціонерне товариство, що є найкращим варіантом, проте потрібно вносити зміни до законів «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», «Про управління об'єктами державної власності» [16].

38

— У середині жовтня 2016 р. було оприлюднено проект статуту НСТУ, який ще має бути затверджений постановою Кабміну. Голова Держкомтелерадіо Олег Наливайко прогнозує, що Суспільне мовлення запрацює з січня 2017 року [11]. Він визнав, що ефекту новизни від запуску Суспільного ТБ не буде, оскільки бренд був озвучений ще у квітні 2015 року. За даними НТКУ, поки що під новим логотипом мовить тільки Сумська філія «УА:Суми».

Очікується, що в січні 2017 року відбудуться вибори керівництва Наглядової ради, яка затвердить положення про свою діяльність і відразу оголосить конкурс на обрання голови та членів правління ПАТ «НСТУ».

Відзначимо, що у проекті бюджету України на 2017 рік на фінансування НСТУ передбачено 970797,8 грн., (згідно закону – близько 1,28 млрд. грн.) [15]. Таке недофінансування стало причиною відставки генерального директора Національної телекомпанії України Зураба Аласанії, який був одним із основних промоутерів створення НСТУ.

Отже, процес створення суспільного мовлення в Україні вкотре під загрозою зриву, що можна пояснити його зайвою політизацією, численними бюрократичними перешкодами, які виникають на цьому шляху.

Проте, окрім подолання політичних та фінансових перепон, творцям суспільного мовлення слід, на нашу думку, сконцентруватися на вирішенні інших важливих проблем задля успішної реалізації проекту. Зокрема, йдеться про удосконалення правового забезпечення діяльності суспільного мовлення, урегулювання майнових та адміністративних питань. Вести мову про суспільне мовлення, яке опирається на кращі європейські взірці можна лише тоді, коли буде відповідний контент, що неможливо без якісного кадрового та технічного забезпечення. Сучасні вимоги до суспільних медіа – максимальна відкритість, мультифункціональність, доступність для користувачів, можливість зворотньої комунікації, коли сам споживач має змогу впливати на ефірне наповнення, є частиною редакційного колективу. І найголовніше, без формування запиту на створення суспільного мовлення з боку самого суспільства, громадських організацій, творчих спілок, цей процес може затягнутися як мінімум ще на кілька років.

Джерела та література:

1. 75 % медіа України належить політикам і олігархам. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2016/10/11/7123339/>
2. Андрусів У. Фінансування суспільного мовлення в Україні: питання правової охорони / У.Андрусів // Часопис Київського університету права. – 2010. – № 2. – 225-230 с.
3. Бецко Г. Роль громадського мовлення у демократичних суспільствах / Г. Бецко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mediareform.com.ua/>
4. Войтко О. Висвітлення Революції суспільними мовниками в Україні / О.Войтко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.ejo-online.eu/1644/>
5. Войтко О. Новий етап у процесі створення українського варіанту суспільного мовлення / О.Войтко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.ejo-online.eu/796>
6. Дорош М. Суспільному мовнику мають довіряти громадяни всієї України – від заходу до сходу / М.Дорош. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/tv_radio/1411981046/suspilnomu_movniku_mayut_doviryati_gromadyani_vsiei_ukraini_vid_zakhodu_do_skhodu/

7. Європейські стандарти у галузі суспільного мовлення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2012/04/PSB_Book_Text.pdf

8. Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1227-18>

9. Збірка договорів Ради Європи. Українська версія – К.: Парламент. вид-во. – 2000. – 656 с.

10. Здіорук С. Суспільне мовлення: український варіант / С. Здіорук, С.Гнатюк // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 4(9). – С. 77–81.

11. Медіареформи не гальмуються навмисно, – Олег Наливайко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nsju.org/article/5819>

40 — 12. Мовлення громад в Україні: можливості для розвитку (аналітичний звіт) / С.Баклі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDSTMContent?documentId=09000016806a6732>

13. Про Національну раду. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nrada.gov.ua/natsionalnarada/22047.html>

14. Садовська Л. Становлення інституту суспільного мовлення в Україні: стан і перспективи / Л.Садовська // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2014. – № 4. – С. 99-106.

15. У проекті держбюджету-2017 до другого читання НСТУ додали лише 73 млн грн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://stv.detector.media/reformuvannya/movlennya/u_proekti_derzhbyudzhetu2017_do_drugogo_chitannya_nstu_dodali_lishe_100_mln_grn/

16. Чепурняк Т. Суспільне мовлення та процес його запровадження в Україні / Т.Чепурняк // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Том 56. – С. 23-31.

17. Media ownership monitor Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine.mom-rsf.org/ua/ukraine/media/>