

Трохи про Спільнобачення

Зміст

Засновники Спільнобачення.....	1
Передумови виникнення Спільнобачення.....	1
Спільнобачення до Євро-Майдану.....	2
Спільнобачення та Євро-Майдан.....	2
Хто робить Спільнобачення.....	2

Засновники Спільнобачення

Спільнобачення виникло з кола людей, котрі вже давно відчувають занепокоєння ситуацією в країні і бачать безпорадність як влади, так і опозиції тому запобігти (не вдаючися у подробиці недоліків і тих, і тих).

Ті люди були засновниками або учасниками різних громадських (завважмо – не політичних) ініціатив, об'єднавчою рисою котрих було бажання конструктивного розвитку країни в цілому (у різних її сферах). Якщо коротко, то цих людей варто називати державниками – оскільки вони усвідомлювали кричущу недосконалість (а точніше – хибність) збудованої на базі УРСР (Української Радянської Соціалістичної Республіки) держави Україна. У цьому їхня відмінність від політиків: ті грають у межах збудованої системи та дотримуються (або дещо змінюють під себе) уже усталених правил гри, тоді як державники - це саме ті, хто цю систему будує.

Отже, Спільнобачення виросло з різних ініціатив, котрі породжувалися інтелектуалами та пасіонарями, метою яких (у т.ч.) було донесення до думаючої та громадянськи свідомої частини населення альтернативних шляхів побудови та розвитку суспільства та держави – альтернативних тим, що існують. Серед засновників були і активісти й засновники декотрих клубів та рухів, ініціатив, а також окремих блогерів, журналістів і просто громадських активістів. Ідея була революційною як для України станом на кінець квітня 2013р., але після того про наміри створити власне інтернет-телебачення почали заявляти все більше окремих спільнот, політиків чи громадських діячів.

Передумови виникнення Спільнобачення

Слід зазначити, що українська політика має надзвичайно високу «собівартість» - оскільки політиків спонсують, як правило, олігархи (а решта категорій населення жодним чином у політиці не представлена) і між ними точиться гостра конкуренція за клієнтів (тобто, перспективних політиків), то, відповідно, зростають і «розцінки» на послуги лобістів. Як відомо, у сучасній моделі популістської демократії (а саме така модель панує в Україні), існує кілька шляхів у політику:

³⁵₁₇ Або ж обіймання перед тим державних посад (себто, кар'єра у держуправлінні),

³⁵₁₇ Або «розкрутка», популяризація конкретного діяча чи публічної особи.

Оскільки перший шлях є занадто довгим, більшість політиків обирає другий шлях, для чого їм потрібна медіа-підтримка, найдієвішою з котрих (принаймні, в Україні) вважається участь у ток-шоу («Велика політика», «Шустер-LIVE», тощо). Участь у цих шоу є надзвичайно коштовною – з різних причин, однак важливим фактором є те, що практично усі більш-менш значущі українські ТБ-канали належать 4-6 олігархічним групам, відтак, конкуренція між ними доволі обмежена.

Таким чином, можливість доносити бодай якісь ідеї до широкої аудиторії (при цьому, напружуючи собі публічність) має доволі обмежена категорія людей. Соціальне походження, рівень заробітку та культурні преференції тих людей практично виключають потрапляння до того кола реальних громадських діячів, котрих би цікавила доля країни та інших (крім олігархату) верств її населення.

З іншого боку, внаслідок тотального консюмеризму (споживацтва), пропагованого на традиційному телебаченні, його вульгаризації та, як наслідок, де-інтелектуалізації. Відтак, телебачення практично припинила дивитися думаюча частина суспільства. Натомість, вона (ця частина) черпає більшу частину інформації з інтернету.

Ще одним переконливим фактором на користь «інтернетизації» телебачення є доволі значна (і зростаюча) аудиторія українських користувачів інтернету, а також покращення надійності, якості та зростання пропускної здатності інтернет-зв'язку в Україні.

Також, в Україні, попри декларації та концепції, проголошені та розроблені ще раннього 2005р., так і не з'явилося по-справжньому громадське мовлення (телебачення чи радіо).

Виходячи з цих реалій, і виникла революційна ідея створити громадське інтернет-телебачення. У своїх початкових задумках, творці «Спільнобачення» оцінювали свою аудиторію доволі скромно – 5%, максимум – 10% населення (саме стільки складає думаюча, активна частина населення, котра має стійкий запит на подібний медіа-продукт). Була задумка (і вона втілюється) надавати медіа-майданчик для нових і перспективних ідей, альтернативних політиків та громадських діячів, мислителів, митців, - одним словом, тих, кого з тих чи інших причин ігнорує традиційне українське телебачення, однак, котрі єдино здатні принести зміни у суспільство.

Спільнобачення до Євро-Майдану

Упродовж неповних 7-и місяців, що минули з моменту оголошення наміру про створення Громадського інтернет-телебачення, відбувалося чимало подій. По-перше, відбулася офіційна реєстрація, винайдено назву, проведено низку публічних презентацій проекту. Однак, основними виявилися зусилля з формування команди.

Згідно з теорією [Спиральної динаміки](#) (котра є частиною [інтегральної філософії](#)), «Спільнобачення» - т.зв. «зелена» команда. Себто, основними цінностями її учасників є особистісний розвиток, у т.ч. розвиток суспільства. Переважна більшість команди, котра, врешті, сформувалася у стійке ядро, складалася з людей, котрі доти зовсім не знали одне одного, однак, у процесі вироблення презентаційних матеріалів, візії, місії, тощо, надзвичайно зблизилися духовно.

Після кількох непродуктивних місяців, коли тривало «спрацьовування» команди, було вирішено почати робити якийсь продукт. Було запроваджено два формати – «Прес-Клуб» і «Клуб чайовальників».

Прес-клуб відбувався під відео-запис у приміщенні Спілки незалежних журналістів (котрій наша ініціатива та її учасники неабияк сподобалися): то були тематичні зібрання, із запрошенням експертів з певного питання, журналістів та просто небайдужої громадськості. Серед тем, що там піднімалися: сучасні методи шкільної освіти, зловживання держави у галузі податкової оцінки нерухомості, легалізація носіння зброї, розбір Угоди про Асоціацію з ЄС, тощо.

Чайовальники – більш вільно-форматна дискусія, мозкові штурми, форсайти (іноді – закриті), тощо. Також, регулярно відбувалися заходи, на які могли прийти бажані приєднатися до творення «Спільнобачення» і де відбувалося взаємне знайомство.

Спільнобачення та Євро-Майдан

Увечері 21.11.2013, команда «Спільнобачення» терміново зібралася на позачергову нараду, де обговорювався план дій у зв'язку з демаршем уряду Азарова (постанови №905-р про «припинення робіт з євроінтеграції»). Пропонувалися варіанти різних заяв, аж раптом хтось (із тих, хто запізнився на нараду) прийшов та повідомив, що на Майдані вже збираються люди. Спонтанно з'явилося бажання їх у якийсь спосіб підтримати. Тут же народився концепт стрічок – наполовину з українського, наполовину – з прапора ЄС. Найбільш пасіонарна (та вільна у плані часу) частина «спільнобаченців» посунула того ж вечора на Майдан.

Того ж (і наступного дня), у терміновому порядку було створено канал на [Ustream](#)-і, нашвидкоруч зібрано перший трансляційний комплект (камера + штатив + мобільний модем) і розпочато пряму трансляцію. Ті, хто не займався трансляцією, займалися «розкруткою» події й соціальних мережах та інтернет – писали закличні статті, поширювали їх, роз'яснювали маніпулятивність та хитрість цього «ходу» уряду.

І ці зусилля (не лише наші, звісно, але у тому числі) дали приголомшливий результат – на мітиг 24.11 у Києві вийшло понад 50 тис. демонстрантів. То був доти нечуваний для події, котру розкручували громадські активісти та незалежні журналісти результат (опозиція більше «піарилася» за рахунок громадськості, ніж приймала участь у «розкрутці» події); адже, попередні аналогічні заклики офіційної (парламентської) опозиції (ОО) закінчувалися вельми скромним (а то й ганебним) результатом: так, остання їхня спроба мобілізувати масовий протест у рамках акції «Вставай, Україно!» зібрала у Києві лише «10-15 тисяч» (за підрахунками міліції – 3 тис.) учасників – при їхніх величезних фінансових та організаційних можливостях. ОО заспокоїлась тоді, списавши низьку відвідуваність на «пасивність населення».

Але Євро-Майдан розвінчав цей міф і чимало оглядачів у єдиному пориві заговорили, що народження громадянського суспільства в Україні відбулося. Однак, визнаючи колосальний потенціал громадянського суспільства, переважна більшість тих ініціатив, що збрала цей Майдан не плекала жодних ілюзій щодо реальних його можливостей на даний момент – розрізнені громадські ініціативи, позапарламентські партії та рухи потребували тривалого часу та значних зусиль на вироблення механізмів та мереж координації та консолідації, перш, ніж вони зможуть виступати єдиним фронтом і чогось вимагати у чинної влади та ОО. Разом з тим, погіршувалася

погода, і протестна динаміка ішла явно на спад. Тож, станом на 28.11 більшість ініціатив погодилася на тому, що табір на Майдані треба покидати, а протест – згорти зараз, доки він не перетворився на маргінальне, жалюгідне видовище. Водночас, ОО висловила бажання «зайняти» цей табір.

Брутальна зачистка Майдану вночі 30.11 стала несподіванкою – звісна річ, всі усвідомлювали вірогідність того, що влада бажала позбутися цього протесту, однак, ніхто й гадки не мав, що це буде здійснено у настільки брутальний, жорстокий спосіб – досі, жодна влада в Україні не придушувала протест настільки жорстоко.

Оскільки «Спільнобачення» було практично єдиним каналом, котрий у першій фазі Майдану здійснював постійну пряму трансляцію, нас почали дивитися все більше людей: за перший тиждень (з 21.11 по 27.11) нас переглянуло всього 100 тис. глядачів, починаючи з 01.12 кількість переглядів почала стрімко зростати: на 12.12 вже складала понад 2 мільйони глядачів, 14.12 – 8 млн., 25.12 – понад 10 млн., 26.12 – понад 15 млн. На дату укладення цього документу загальна аудиторія, котра дізналася про наш канал, складала понад 20 млн.

Водночас, зростала й наша команда – до нас випадково «прибивалися» люди, котрі там стояли – громадські активісти, просто симпатики майдану, - і ставали частиною нашої команди. Також, чимало симпатиків Майдану з малого та середнього бізнесу, митців, тощо, просто так – назавжди чи у безоплатне користування надавали нам теплий одяг, обладнання, намети, генератори, тощо; поповнювали наш рахунок для мобільної трансляції, приносили їжу, і т.ін. «Спільнобачення» стало по-справжньому громадським телебаченням – ми стояли разом із громадянами на Майдані, підтримувалися та фінансувалися також громадянами; деякі члени нашої команди неабияк долучалися до організації табору, формування прес-релізів та консолідації розрізнених громадських ініціатив, з яких, власне, і складався новопосталий Майдан.

Упродовж 2.5 місяців Майдану в нас не було студії – ми запрошували гостей у наш намет на Майдані, де так само «перезаряджалися», відігрівалися, відсипалися та від'їдалися наші волонтери-стрімери, котрі більшу частину часу гасали по самій території Майдану і прилеглих вулиць, чи їздили з Авто-Майданівцями та вели пряму трансляцію. Паралельно, з дому та з Майдану працювали над сайтом інша частина команди та волонтерів «Спільнобачення». Також, «Спільнобачення» спромоглося організувати групу волонтерів-перекладачів, котра перекладала новини Євро-Майдану для іноземної аудиторії (група виросла на основі попередньої давньої ініціативи одного із спів-засновників – [Ruthenorum](#)).

Хто робить Спільнобачення

Вище вже трохи було написано про нашу команду, її засадничі принципи та історію формування.

Тому зупинимося на конкретних персоналіях членів ГО¹ «Спільнобачення».

[Едік Курганський](#) – громадський активіст із довгим послужним списком, учасник Помаранчевої революції, Податкового Майдану, акцій у Гостинному Дворі («Захистимо Старий Київ»), активний учасник Асамблеї Малого та Середнього Бізнесу.

¹ Громадська організація

[Богдана Бабич](#) – політолог, політтехнолог, психолог, колишня телеведуча та режисерка. За її словами, зайнялася активною громадською діяльністю, оскільки «набридло тягти нагору нездар» (у рамках політтехнологічної діяльності); не бачить перспектив у цій країні, але не хоче звідси емігрувати. Твердо вирішила віддати три роки становленню громадського суспільства в Україні – якщо нічого не вийде, лише тоді емігруватиме.

[Ліна Клебанова](#) – колишня підприємця, власниця мережі крамниць; добрий організатор, завжди мріяла створити щось на зразок російського ТБ-каналу «Дождь».

[Юрій Федоренко](#) – вчений-біолог, котрий мусив перекваліфікуватися у маркетолога; професійний фотограф, пише гарні тексти.

[Галя Садомцева](#) – колишній менеджер на низці радіостанцій. Професійний психолог, поетеса.

[Валерій Дротенко](#) – економіст, програміст. З дитинства захоплювався темою міжнародних відносин та дипломатії. Поліглот. Знавець історії України – аналізуючи попередні помилки та невдачі, намагався розгледіти за ними раціонально-психологічні причини поразок українців у розбудові власної держави. Шукач оптимальних форм майбутньої політичної організації та суспільної еволюції.

[Саша Толмачова](#) – маркетолог, соціолог. Пише чудові тексти. Редактор сайту та сторінок у соцмережах.

[Богдан Пухняк](#) – громадський активіст, пасіонарій змін у суспільстві.

[Інна Гончарова](#) – економіст, юрист. Спів-засновник (разом із Віктором Кожевніковим) аматорського театру «Маскам Рад».

[Віктор Кожевніков](#) – економіст, оцінщик, вільний підприємець.

[Леонард Левицький](#) – голова благодійного фонду.

[Дмитро Левицький](#) – колишній рекламист, телеведучий; блогер.

[Сергій Антоненко](#) – юрист, фахівець у галузі інформаційних технологій; давній працівник державного апарату, котрий мірою сил бореться проти його деградації.

[Алекс Рябцев](#) – фахівець із запуску старт-апів, громадський активіст (зокрема, організатор ініціативи Help Kyiv²).

[Олександр Кажурін](#) – політолог, журналіст, полоніст (знавець Польщі).

Також, окрім вищепереліченого ядра команди, Спільнобачення – це близько 30 постійних та ще кілька сотень епізодичних волонтерів. Мережа «Спільнобачення» розростається, оскільки:

³⁵₁₇ ми є надзвичайно відкритими;

2 Під час зими 2012-2013рр., комунальні служби м.Києва виявилися безпорадними перед аномальними снігопадами. Група активістів швидко створила координаційний центр допомоги тим, чії машини опинилися заблокованими через снігові замети. Окремі громадяни на власних джипах «курсували» містом, витягуючи із заметів тих, чії машини були нездатні вибратися з них самотужки. Можна вважати цей рух передтечею «Авто-Майдану».

³⁵₁₇ чимало людей поділяє наші візію та мету;

³⁵₁₇ членів команди особисто знає та довіряє чимало людей.